

Université de Montréal

Entre le mythe et l'animal : la communication imaginée

Par Geoffrey Ngi Da Costa

Département de communication

Faculté des arts et sciences

Thèse présentée à la Faculté des études supérieures et postdoctorales en vue de
l'obtention du grade de Philosophiae Doctor (PH.D.) en communication

Octobre 2016

© Geoffrey Da Costa, 2016

Université de Montréal
Faculté des études supérieures et postdoctorales

Cette thèse s'intitule :
Entre le mythe et l'animal: la communication imaginée

Présentée par
Geoffrey Ngi Da Costa

A été évaluée par un jury composé des personnes suivantes :

Claude Martin, Université de Montréal, président-rapporteur

André A. Lafrance, Université de Montréal, directeur de recherche

Claude-Yves Charron, Université du Québec à Montréal, membre du jury

Bruno Ollivier, Université des Antilles et de la Guyane, examinateur externe

RÉSUMÉ

On constate que le manque d'affection dont semblent souffrir les individus vivant dans les sociétés modernes les amène à un regain d'intérêt pour la fréquentation des animaux domestiques. Plutôt que de s'abandonner aux fantasmes de la mécanisation, puis de la numérisation, de nombreux individus ont choisi d'animaliser leur quotidien. Il y a un essor de lieux spécifiques de rencontre avec des animaux. Depuis un an, à Montréal, on a vu l'apparition de cafés à animaux qui fonctionnent sur ce modèle, compensant les besoins de contact et d'affection des citoyens. Ce nouveau mode de rencontre humain/animal requiert de ses participants des stratégies particulières de communication. Cette thèse en communication s'applique à rendre compte de la manière dont des mythes s'incarnent et s'expriment dans la communication et les relations avec les animaux domestiques dans un Café à chat.

Ce travail empirique s'articule autour du concept du mythe, de la communication imaginée et de la grille d'analyse du modèle C.A.P. Le premier, le mythe, se définit comme l'ensemble des constructions sociales ayant le pouvoir de stabiliser la représentation H/A (humain/animal) de l'individu. Le deuxième, la communication imaginée, comme l'ensemble des processus communicationnels qui permettent à l'individu de combler les vides dans les échanges d'informations avec l'animal par des séquences de ce que nous appelons des codes-prothèses. Le troisième, le C.A.P, comme une grille d'analyse pour détecter dans le discours les éléments de connaissances, attitudes et pratiques qui témoignent de la présence de ces codes-prothèses soutenus par le recours aux mythes qui se composent de : connaissance, attitude, et pratique caractérisant l'ensemble des comportements des acteurs. Car c'est à partir de ces trois points que le sujet produit de l'action dans une situation donnée.

Pour répondre à cette interrogation, nous avons opté pour une démarche empirique avec, comme méthode l'entrevue de terrain. Pour obtenir des informations situées sur les représentations que se font les acteurs de leurs relations avec l'animal.

Nous cherchons à comprendre les nouvelles formes affectives que peuvent prendre les mythes de relation à l'animal domestique dans le contexte d'une société moderne de plus en plus détachée du monde animal traditionnellement associé à l'exploitation de la force ou de la chair à de ce dernier. Cette démarche nous amène aussi à comprendre le rôle de la communication imaginée dans la perception des bienfaits du contact animal sur l'humain.

Mots Clés : Animaux, mythes, communication imaginée, entrevue, Café à chat

ABSTRACT

It has been noted that the lack of affection that human beings in modern societies suffer from, leads to a renewal of interest in interacting with pets. Rather than abandoning themselves in the fantasies of the mechanical and digital world, many individuals have chosen to integrate pets into their daily lives. There has been a rise in specific meeting places which provide interactions with animals.

In the past year, we have noticed in Montreal the emergence of Cafés with animals that operate on the same model, offsetting the city dwellers' needs for contact and affection. This new way of human/animal meeting requires its participants to have specific communication skills. This thesis in communication focuses on how myths can be embodied and expressed in the communication and relationships with pets in a Café with Cats.

This empirical work is based around the concept of the myth, the pictorial communication and the analysis grid of the C.A.P. model. The first concept, the myth, is defined as all social constructions which have the power to stabilize the H/A (human/animal) representation of the individual. The second one, the pictorial communication, is represented by all means of communication that allow the individual to fill in the gaps in the exchange of information with the animal by using what we call prosthesis-codes. The third one, the C.A.P, is an analytical framework for detecting, within the speech, the knowledge elements, the attitudes and practices that demonstrate the presence of these prosthesis codes supported by the use of myths. These codes consist of knowledge, attitude, and practice characterizing all the actors' behaviors.

To answer this question we have opted for an interview process a methodology. This method allows us to obtain all the information that represents the actors' performance from their relationship with the animal. We have been looking to understand the new emotional forms that can put the myths of pet relationship in the context of a modern society - a society that is increasingly detached from the traditional animal world that used to be associated with labor or meat consumption. This approach makes us understand the role of the imagined communication on how we perceive the benefits of animal contact on humans.

Key words : animals, myths, imagined communication, Interview, cat coffee

4.	Table des matières.....	7
I.	CHAPITRE	13
0.	INTRODUCTION	13
1.	L'ANIMAL DE COMPAGNIE FAIT DU BIEN.....	20
	1.2 Partenariat humain / animal	22
	1.3 Première étape : le partenaire de survie.....	24
	1.4 Deuxième étape : le partenariat de formatage.....	27
	1.5 Troisième étape : le partenariat d'exploitation.....	29
	1.6 Quatrième étape : le partenariat d'affection	31
II.	CHAPITRE	35
2.	CADRE THÉORIQUE.....	35
2.	2. ANIMAL-ANIMAL.....	37
	2.1 La communication animal-animal	37
	2.2 L'odorat / communication olfactive	40
	2.3 Le toucher / la communication tactile	43
	2.4 L'ouïe / communication sonore.....	45
	2.5 La vision / la communication visuelle.....	47
2.	2. HUMAIN-HUMAIN.....	51
	2.2.1 Ordre imaginaire et communication imaginaire	51
	2.2.2 Ordre biologique	51
	2.2.3 Ordre imaginaire	53
	2.2.4 Distinction imaginaire	55
	2.2.5 Communication imaginée	57
2.	3 HUMAIN-ANIMAL	58
	2.3.1 D'humains, animal et dieu.....	59
	2.3.2 L'anthropomorphisme des âmes.....	60
2.	4 LE MYTHE	65
	2.4.1 Généalogie du Mythe du Chat.....	74
	2.4.2 Le mythe du chat gardien dans l'antiquité.....	74
	2.4.3 Le mythe du chat Bouc émissaire du monde Médiévale.....	76

2.4.4	Le mythe du chat artiste de la modernité	77
2.4.5	Le post moderne : le mythe du chat comme divertissement affectif	78
III.	CHAPITRE	81
3.	MÉTHODOLOGIE	81
3.	3. LE CAFÉ À CHATS.....	82
3.1	Café à chat.....	86
3.2	Café à chat l'heureux.....	90
3.	2 POSTURE ÉPISTÉMOLOGIQUE	93
3.2.1	Position interprétative	93
3.2.2	Position constructiviste	96
3.2.3	Propositions d'une épistémologie mixte	98
3.	3 PRÉ-TERRAIN.....	101
3.3.1	Étude exploratoire / préliminaire.....	101
3.3.2	La pré-enquête : une période d'ajustements.....	103
3.3.3	Découvertes issues de la recherche préliminaire.....	104
3.	4 L'ENTRETIEN COMME MÉTHODE DE COLLECTE DE DONNÉES	107
3.4.1	L'entretien directif.....	107
3.4.2	L'entretien compréhensif.....	108
3.4.3	L'entretien non directif	109
3.4.4	L'entretien semi-directif.....	109
3.	5 GUIDE D'ENTRETIEN C.A.P.	111
3.5.1	Construction du guide d'entretien	112
3.5.2	Le C.A.P. : nos indicateurs	113
3.5.3	Connaissance.....	113
3.5.4	Attitude	116
3.5.5	Pratique	117
3.	6 MÉTHODE DE COLLECTE DE DONNÉES	120
3.6.1	Échantillon et critères pour la sélection des répondants.....	120
3.6.2	Lieu de l'entretien	123
3.6.3	Préparation à la rencontre	125
3.6.4	Comment se sont passées les entrevues.....	125
3.6.5	Après l'entretien.....	126

3.6.6	Pré-résultat.....	127
3.7	MÉTHODE D'ANALYSE	128
3.7.1	Les étapes de l'analyse de données	128
3.7.2	La réduction des données	129
3.7.3	La représentation des similarités et des différences.....	133
3.7.4	La vérification des résultats.....	136
IV.	CHAPITRE	137
4.	PRÉSENTATION DES DONNÉES.....	137
4.1.1	Présentation AUDREY.....	138
4.1.2	Verticale	138
4.2.1	Présentation ANTOINE	148
4.2.2	Verticale	148
4.3.1	Présentation JULIETTE.....	156
4.3.2	Verticale	157
4.4.1	Présentation ANNE-CLAIRE	165
4.4.2	Verticale	165
4.5.1	Présentation MATHIEU.....	174
4.5.2	Verticale	174
V.	CHAPITRE	184
5.	ANALYSE ET DISCUSSION.....	184
5.	1 LES MYTHES DES RÉPONDANTS DE LA RELATION H/A.....	184
5.1	Résultats de l'analyse verticale	185
5.	2 RÉSULTAT DE L'ANALYSE TRANSVERSALE.....	190
5.2.1	Catégorie 1 : le mythe	191
5.2.2	Catégorie 2 : Activation de la représentation H/A	200
5.2.3	Catégorie 3 émergente : le code-prothèse.....	202
5.	3 IMPLICATION DES RÉSULTATS DANS LESTHÉORIES DE LA COMMUNICATION.....	205
5.3.1	Les limites de la recherche et des suggestions pour les recherches à venir	206
VI.	CONCLUSION	207
VII.	BIBLIOGRAPHIE.....	211
VIII.	ANNEXE.....	222

4.	Annexe 1 Guide d’entrevue semi-structurée pour les répondants	222
5.	Annexe 2 Grille pour l’observation des informateurs clés et du milieu pré terrain.....	223
6.	Annexe 3 Site internet de café à chat.....	225
7.	Annexe 4 Café chat l’heureux.....	227
IX.	Luzerne	227
X.	Luciole.....	227
XI.	Luna	228
XII.	Gustave.....	228
XIII.	Chopin.....	229
XIV.	Sheldon.....	229
XV.	Milady	230
XVI.	Boris	230
8.	Annexe 5 fiche biologique sur le chat.....	231

Tout obstacle renforce la détermination. Celui qui s'est fixé un but n'en change pas.

Léonard de Vinci

REMERCIEMENT

Je tiens à remercier les personnes qui ont accepté de participer à ma recherche et Clément le propriétaire du Café Chatl'heureux. Elle aurait été impossible sans vous !

Je remercie mon directeur de recherche, André A. Lafrance, pour la richesse de la relation que nous avons construite au fil du temps.

Par ailleurs, je tiens à souligner le rôle central de Dominique Meunier qui m'a aidé à construire une méthodologie solide. Sa disponibilité, son humour et son égard envers moi m'a profondément nourri.

Je tiens aussi à particulièrement remercier Thiery Bardini pour sa gentillesse et son soutien. Merci à Boris Brummans, pour m'avoir initié et soutenu dans le monde de la recherche avec beaucoup de patience et de bienveillance. Je remercie aussi les professeurs et les membres du personnel qui ont rendu mon parcours stimulant.

Ainsi qu'à ma famille Francisco, Annick, Francine, Hélène, Estelle et Iruina et à mes amis (la liste est trop longue) pour m'avoir encouragé pendant les quatre ans de travail sur cette thèse. À ma moitié qui n'a jamais arrêté de me soutenir et de me pousser, pour cela est pour tout le reste, merci Olivia.

Un remerciement pour le bureau des étudiants en situation de handicap le SAE de l'UDeM qui m'a suivi toutes ces années.

I. CHAPITRE

0. INTRODUCTION

Depuis une vingtaine d'années, la place des animaux dans la société a suscité de nouvelles interrogations sous l'influence d'une remise en question des rapports entre la société et la nature. Cela entraîne des représentations de plus en plus valorisantes des animaux. Ce phénomène a plusieurs causes : l'explosion du nombre d'animaux de compagnie l'évolution des conditions de production de l'élevage industriel ; la question du clonage scientifique et l'apparition de xénogreffes (le porc est l'un des meilleurs animaux donneurs d'organes pour l'Humain).

En effet, le développement, dans les sociétés occidentales, d'une plus grande sensibilité au sort des animaux, a profondément modifié la vision de l'animal qu'on y développe. Le besoin de contact qui en découle relance de nombreux débats sur le lien entre l'Humain et l'Animal (H/A¹). Il est trop facile d'oublier que des dizaines des millions d'animaux domestiques évoluent actuellement au cœur de notre vie quotidienne. Et les conséquences de cette situation sur ces derniers n'ont pas que des côtés positifs :

« Dans les états et territoires qui ont accepté de lister les chats errants comme des nuisibles, l'animal sera ciblé via des appâts, on lui tirera dessus et on l'empoisonnera », a prévenu Greg Hunt, ministre de l'Environnement. La mesure, radicale, s'appuie sur des études scientifiques selon lesquelles les chats sauvages seraient impliqués dans la disparition de 28 espèces de mammifères ces 200

¹ Nous utiliserons dorénavant l'acronyme H/A pour parler de l'Humain et l'Animal dans cette thèse.

dernières années. Ils seraient plus de 20 millions, ces « prédateurs », se nourrissant chaque jour de 75 millions de proie. » (Beaudoin, 2015, Paris-Match)².

Il existe de réelles préoccupations citoyennes à propos des dégâts produits sur l'environnement direct par le nombre croissant d'animaux.

D'un autre côté, cette gestion ambivalente de la relation H/A se répercute dans un engouement pour la cause animale, soutenue par une incroyable machine médiatique. La place de l'animal dans la sphère médiatique est stratégiquement liée aux enjeux environnementaux et économiques, cela s'illustre particulièrement par des faits divers impliquant des animaux dans la vie quotidienne.

« Le cochon nain, nouvel animal domestique à la mode à Mexico. Au bout de la laisse, on dirait un petit chien trapu vêtu d'un pull. Mais il n'aboie pas, il pousse des petits cris: c'est un cochon nain, une espèce miniature qui fait fureur comme animal domestique à Mexico³. » (Miselem, 2015, La Presse). Pour l'économie : «PÉKIN - le plus grand site mondial de clonage d'animaux est en cours de construction en Chine, avec pour ambition de fabriquer en série chiens, chevaux, et jusqu'à un million de vaches par an, selon la presse chinoise. Représentant un

² 2 millions de chats en voie d'extermination, Anne-Cécile, Beaudoin, 22 juillet 2015, Paris-Match <http://www.parismatch.com/Actu/Environnement/2-millions-de-chats-en-voie-d-extermination-804280>

³Le cochon nain, nouvel animal domestique à la mode à Mexico, Sofia, Miselem, 19 novembre 2015, Lapresse, <http://www.lapresse.ca/actualites/insolite/201511/19/01-4922579-le-cochon-nain-nouvel-animal-domestique-a-la-mode-a-mexico.php>

³Radio-Canada avec La Presse Canadienne, 5 juin 2015, <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/politique/2015/06/05/003-animal-loi-protection-maltraitance-amende-prison.shtml>

investissement de 200 millions de yuans (29,4 millions d'euros), ce centre de production comprendra un laboratoire de clonage et une banque de gènes, a annoncé l'agence officielle Chine nouvelle. » (AFP ; 2015 ; journal de Montréal)⁴.

Dans les médias, l'animal est souvent placé dans une situation insolite qui joue sur les ambiguïtés de sa place dans nos sociétés. Ce phénomène a pris une importance considérable avec l'apparition de nombreuses vidéos sur Internet des comportements dits humains de l'animal.

Le rattachement médiatique de l'animal aux deux domaines de l'environnement et de l'économie ont grandement contribué à promouvoir la question de la protection des animaux sur la place publique : « *Québec a déposé un projet de loi destiné à améliorer le sort des animaux dans la province. De bien meuble qu'il était auparavant, l'animal deviendra, si cette nouvelle législation est adoptée, « un être doué de sensibilité ayant des impératifs biologiques.»* (Radio-Canada, 2015)⁵. Il y a un changement important des représentations du monde animal.

Cet intérêt croissant pour les animaux est accompagné de l'émergence de pratiques sociales qui brouillent les frontières entre l'Humain et animal (H/A).

Bien que d'abord réservé aux discours environnementalistes et économiques la cause animale du bien-être des bêtes a très rapidement envahi de nombreux autres aspects de la société moderne. La question morale du traitement des animaux est soulevée, avec

⁴ AFP ; 24 novembre 2015 ; journal de Montréal <http://www.journaldemontreal.com/2015/11/24/en-chine-une-usine-geante-va-cloner-vaches-et-chiens-les-internautes-sinquietent>

⁵ Québec dépose un projet de loi pour mieux protéger les animaux; <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/politique/2015/06/05/003-animal-loi-protection-maltraitance-amende-prison.shtml>

d'autant plus d'acuité que la production mondiale de viande augmente rapidement pour suivre l'accroissement des populations.

Cette question morale s'est construite sur une opposition militante anticapitaliste. Défendant l'idée que les animaux ne devraient plus être mangés par l'Humain, ce mouvement a fait de très grandes campagnes de communication autour de la consommation de viande déclarée immorale. On utilise, à cette fin, des reportages et des images-chocs d'animaux maltraités dans les usines alimentaires. Cela influence les émotions des consommateurs et donc leur utilisation de la viande, de la fourrure, et du cuir. Cette nouvelle morale H/A revient régulièrement dans les débats véhiculés par les différentes plateformes médias.

La multiplication et l'intensification de ce sujet ont marqué les dernières décennies médiatiques mettant de l'avant une relation H/A de plus en plus proche. Ce qui a permis d'ouvrir aux maîtres la voie à une nouvelle façon d'être partenaire avec les animaux. Avec 7,5 millions de chats et 5,9 millions de chiens au Canada⁶, les animaux sont de loin l'un des thèmes sociétaux des plus populaires dans les journaux, les chaînes de télévision, les sites Web et les réseaux sociaux (il suffit de taper le mot *chat* dans YouTube pour voir des millions de résultats).

La sphère politique trouve même des occasions d'y associer ses projets :

« Symbole d'une biodiversité en danger, l'ours polaire est devenu l'étendard de la lutte contre le réchauffement climatique. Menacé par la disparition de la banquise, il est aussi au coeur de tensions géopolitiques liées à la réglementation

⁶ Rapport sur le bien-être des animaux au Canada
<https://www.veterinairesauCanada.net/documents/canada-s-pet-wellness-report2011>

de sa chasse. En avril 2010, M. Vladimir Poutine, alors premier ministre de la Russie, se faisait photographier avec un ours polaire» (Benhammou et Marion, décembre 2015, Le Monde-diplomatique)⁷.

L'animal est populaire à un tel point que les hommes politiques s'en servent pour toucher les citoyens. Cela donne lieu à divers mode d'exploitations iconographiques et symboliques des animaux du genre de celui que nous venons de présenter.

L'arrivée dans les foyers de tous ces messages utilisant l'animal a soulevé des réactions émotives au cours des dernières décennies. La facilité et la rapidité avec laquelle les nouvelles technologies permettent de communiquer sur les relations H/A ont marqué un point tournant et ont réorganisé plusieurs aspects de notre société. Des communications médiatisées par ordinateur ont amplifié la place des animaux dans les sites de réseautage social :

« Le lion est mort. Difficile de qualifier l'ampleur de la vague d'émotion qui a déferlé sur les réseaux sociaux et les médias après l'abattage du félin Cecil, icône du Zimbabwe, par un dentiste américain lors d'une partie de chasse. Déluges de commentaires et de photos, traque du chasseur jusqu'aux menaces de mort, indignations et pleurs de célébrités, centaines de milliers de dollars versés à des organismes de recherche et à des ONG de protection des animaux sauvages. » (Garric, 2015, LeMonde)⁸.

⁷ Benhammou et Marion, Septembre 2015, page 11, monde-diplomatique, <https://www.monde-diplomatique.fr/2015/09/BENHAMMOU/53681>

⁸ Audrey Garric, 2015/08/08, lemonde, http://www.lemonde.fr/planete/article/2015/08/08/cecil-le-lion-et-les-bons-sentiments-tres-selectifs_4716832_3244.html

Les animaux traités par les réseaux sociaux sont omniprésents au sein de notre quotidien numérique. Depuis l'apparition des animaux sur les sites (YouTube, Facebook, Twitter, Blog), ils n'ont cessé de gagner en popularité et en visibilité donc en influence auprès des différentes strates de la société. Les animaux sont de plus en plus nombreux sur les plateformes sociales, participant activement à la création de la mythologie Internet. L'Internet est le support médiatique privilégié qu'utilisent les gens pour construire et promouvoir des mythes qui sont des modèles de comportements à imiter.

Particulièrement présent au travers du phénomène du « *mème* »⁹, il s'agit, d'un personnage, image, parole reprise et déclinée en masse sur les Internets. Cela a largement influencé l'empathie à l'égard des animaux aujourd'hui.

Cette utilisation des réseaux sociaux par les défenseurs de la cause animale donne parfois des résultats surprenants :

« La réponse des Belges ne manque pas d'humour. Dimanche soir, les habitants du royaume ont répondu avec leur sens aigu du surréalisme aux demandes des autorités de ne pas divulguer d'informations sur les réseaux sociaux concernant les opérations antiterroristes à Bruxelles. À la place, ils ont inondé Internet de photos de chatons. » (Arboleda, 2015, *L'Express*)¹⁰

⁹Le Mème inspiré de *mimesis* concept inventé par Richard Dawkins (1976) dans son livre : *The Selfish Gene*

¹⁰Raul Arboleda, L'express avec AFP , publié le 23/11/2015,

http://www.lexpress.fr/actualite/societe/operations-antiterroristes-a-bruxelles-les-belges-innondent-internet-de-chatons_1738430.html

Les animaux sont des vecteurs d'humour et mignonnerie permettant de dissiper les tensions.

L'utilisation des animaux dans une situation d'urgence s'est répercutée dans plusieurs pays de l'Union européenne par solidarité. Cela a eu pour effet le partage de millions d'images de chats en quelques heures. Les réseaux sociaux utilisent puissamment l'image animale comme vecteur de cohésion sociale. L'image animale apaise les tensions entre les humains. Cette satire de l'image des chats s'insère bien dans l'utilisation plus générale des vidéos d'animaux. Ces mises en scène d'animaux produites pour l'amusement des internautes. Certains pourraient y voir un lien avec l'augmentation d'achat et d'adoption d'animaux, mais cela dépasse l'objet de notre recherche.

Ces liens entre le social, l'animal et le médiatique ouvrent une réflexion sur les effets du bien-être humain. Nombre d'auteurs suggèrent que la fréquentation d'animaux pourrait mener à une augmentation du capital sanitaire et social de l'Humain. C'est un sujet qui commence à apparaître régulièrement dans les pages de certaines revues en sciences humaines : « *Mon chien prend grand soin de ma santé ! Moins de consultations et d'hospitalisations baissent du risque d'accident cardiovasculaire, de surpoids, d'insomnie ou de troubles de l'humeur ? Merci le chien !* » (Cicotti et Guéguen, 2013).

La référence scientifique, surtout médicale, donne une crédibilité supplémentaire à la popularité médiatique. Cela produit à la fois de nouvelles représentations de la relation H/A, et entraîne de nouveaux comportements entre les deux groupes de partenaires.

En mobilisant la filière santé, l'intérêt de l'Humain pour l'animal gagne en légitimité. À titre d'exemple, l'usage de la zoothérapie comme mode d'intervention à but thérapeutique implique une reconnaissance des bienfaits du contact avec l'Animal. Bien

que l'effet thérapeutique de ce contact ne fasse pas l'objet de documents médicaux officiels, différents médias publient des articles sur le sujet. À titre d'exemple, un article intitulé « *La zoothérapie, une pratique de plus en plus populaire sur la Côte-Nord* » (ICI Radio-Canada, 2015)¹¹. La passivité des animaux de compagnie est d'une certaine façon remise en question.

La reconnaissance d'une valeur thérapeutique est au cœur de la dynamique sociale. Les discours du mouvement proanimal présument que le contact animal est un adjuvant aux soins classiques. Nous allons nous pencher sur la représentation moderne de cette relation humaine/animale (H/A) qui compose dorénavant une part non négligeable, et pourtant souvent négligée, du paysage urbain.

1. L'ANIMAL DE COMPAGNIE FAIT DU BIEN

L'Humain entretient une relation particulièrement intense avec les « animaux de compagnie », qui sont aujourd'hui perçus comme des compagnons de choix, voire comme des membres de la famille à part entière. Recevant souvent de leur maître un statut d'*alter ego* privilégié (Digard, 1999 : 45), ceux-ci sont en quelque sorte traités comme des enfants, avec d'importants budgets pour la nourriture, les soins et les jouets. Le marché des animaux de compagnie étant lucratif, ils sont également placés sur le devant de la scène médiatique, où nombre d'émissions télévisées et de magazines leur sont consacrés. À l'antenne de Télé-Québec et de TV5, le bulletin d'informations animalières intitulé « 100 % animal », et la série en format documentaire « Loin d'être

bête » ont vu le jour au début de l'année 2015¹², tandis que l'émission « Animo », diffusée sur ICI Radio-Canada et animée par le vétérinaire Sébastien Kfoury, fêtait ses quatre ans à l'été 2014¹³.

Cette attention médiatique pour les animaux ne constitue pas un phénomène récent. Au XVIIIe siècle, les animaux participent au succès des « cabinets de curiosités ». Contrairement aux cirques, aux foires et aux zoos, on les y expose dans des cadres plus intimes (Digard, 1999 : 100). Les animaux de petite taille suscitent dès lors un engouement particulier puisqu'ils sont faciles à manipuler et à entretenir. Les citadins aristocrates font d'eux une véritable attraction en les considérant notamment comme des objets exotiques. Au milieu des cornes de « licorne » (narvals), des plumes de phénix (paons) et des dents de dragons (dinosauriens), ces petites créatures se partagent la vedette. Ils fascinent, alimentent les discussions et contribuent à la diffusion d'histoires à caractère mythologique. Le spiritisme étant dans l'air du temps, le chat, par exemple, devient un symbole du mystère et de l'au-delà. Aujourd'hui, les cirques, les foires et les jardins zoologiques existent toujours. On ne saurait nier que le statut des animaux domestiques a évolué. Dans le territoire où nous avons réalisé notre recherche, le Québec, la loi P-51, qui vise à améliorer le sort des animaux et qui reconnaît leur statut d'« êtres sensibles », a été déposée en 2012. Dans cette loi se retrouvent toutes les grandes questions de sécurité (production et vente des animaux) et du bien-être animal¹⁴

¹² Loin d'être bête

http://ici.radiocanada.ca/emissions/medium_large/20142015/chronique.asp?idChronique=360473

¹³ Animo; <http://ici.radio-canada.ca/emissions/animo/2014>

¹⁴ Morale qui voudrait que la souffrance animale inutile soient évitée

(réglementation et sanction sur la maltraitance animale) qui occupent la place publique (Vallet et Meunier, 2012, La Presse)¹⁵.

1.2 Partenariat humain / animal

Dans cette section, nous allons aborder l'évolution du partenariat H/A. Nous allons suivre la séquence suivante : un partenariat de survie (communication de notification), un partenariat de direction (communication de transformation), un partenariat d'exploitation (communication de domination), et finalement un partenaire d'affection (communication imaginaire). Cette déclinaison historique nous amènera au modèle occidental dans lequel, aujourd'hui, coexistent toutes ces formes, même si certaines dominent les d'autres : d'exploitation toujours présente, mais invisible, et d'affection, particulièrement visible. Ces dernières se sont constituées autour d'une opposition catégorielle entre animaux dits «de rente» (trait et alimentation) et animaux de compagnie. Alors que les animaux de rente sont voués à une chosification teintée d'indifférence, les animaux de compagnie sont, pour leur part, anthropomorphisés à l'extrême. C'est le cas des chats et des chiens.

Nous commencerons par présenter une histoire du partenariat H/A, nous permettant de voir l'évolution de la communication H/A qui est au centre de nos préoccupations. La clé de notre phénomène trouve dans la domestication qui est le lien qui unit l'Humain et l'animal. Pour comprendre la signification de cette domestication, il faut faire un détour étymologique. Du latin *domus*, qui signifie « maison », le mot « domestication » est défini comme : « *l'action que l'Humain exerce sur des animaux en les dressant, en se les appropriant et en les utilisant pour le plaisir ou pour satisfaire des besoins* » (Digard,

¹⁵ Stéphanie Vallet et Hugo Meunier, La Presse, Publié le 29 mai 2012 à 08h26, <http://www.lapresse.ca/actualites/national/201205/29/01-4529555-protection-des-animaux-une-loi-qui-ne-mord-pas.php>

2009 : 20). Autrement dit, depuis des millénaires l'Humain s'associe à des animaux et même améliore leurs compétences qui peuvent l'aider à survivre. Un solide partenariat s'est ainsi créé avec certains animaux domestiques (chat et chien). Cela n'a pu se faire qu'avec une coordination des comportements qui passent obligatoirement par la communication. Ainsi, chaque travail réalisé avec la participation d'un animal demande une communication spécifique à la tâche. Puis on assiste à un déplacement de la nature de la relation : de l'utilitaire de service à l'affection de compagnie.

Ce passage dans la sphère de l'affection exige un nouveau type de communication de nature plus émotive. Les experts du monde animal, dont Pageat (2012) explique que les modalités animales de compréhension sont bien différentes de celles de l'humain. Cette différence va être partiellement résorbée par l'imagination de ce dernier. Nous émettons ainsi l'hypothèse que la relation H/A se construit sur une communication imaginaire qui est un point de passage artificiel entre l'Humain et l'animal. Dans cette thèse, nous allons nous intéresser à cette communication imaginaire aux effets bien réels. Et nous avons cherché à la débusquer un cadre in vitro de zoothérapie, en nous intéressant à la perception de ceux qui la pratiquent.

Pour répondre à cette interrogation, nous avons opté pour une démarche utilisant les entrevues. Les entretiens nous fournissent des informations sur les représentations de la relation H/A des clients d'un Café à chat.

Nous n'avons pas la prétention d'étudier toutes les formes de communication H/A engendrée par la domestication. Car la domestication est un phénomène complexe, par ses différentes incarnations à travers les millénaires, ainsi que ses nombreuses variantes contextuelles. Nous nous sommes concentrés sur des tendances dominantes de la relation

H/A rapportées par les historiens, anthropologues et ethnologues pour construire notre propos. Car nous avons cherché à revoir et réévaluer l'importance de la relation H/A dans les réseaux affectifs de la société moderne.

1.3 Première étape : le partenaire de survie

L'histoire montre que l'univers des relations H/A est très riche par sa diversité et sa complexité. Ces relations sont directement affectées par les différentes cultures qui se sont succédé depuis le début de l'humanité. Pour les experts, le chien-loup est le premier animal domestiqué, associé à l'Humain aux alentours de 40.000 ans av. J.-C., à l'époque de la Préhistoire. Les ossements et les dents d'animaux rituels retrouvés par les archéologues dans les sépultures humaines vont dans ce sens. De plus, l'analyse génétique d'ADN fossiles retrouvés permet de déterminer si l'espèce animale est sauvage ou domestique (Allemand, 2013, LaRecherche)¹⁶ : on établit le degré de proximité H/A par les marqueurs génétiques des zoonoses (maladies transmissibles H/A). Au Moyen-Orient et en Europe, on trouve dans plusieurs sépultures archéologiques un chien enterré avec son maître, ce qui montre une très grande proximité et le respect de la communauté envers les chiens (Vigne, 2004 : 71).

¹⁶Allemand, L, (2013), n483, <http://www.larecherche.fr/>

En s'association avec le loup, le *Sapiens* de la Préhistoire offre l'un des nombreux cas de rapprochements entre espèces. Ce genre d'alliance avec le monde canin a permis d'optimiser les performances du chasseur. C'est en partageant pendant des milliers d'années les mêmes lieux de chasse, ainsi que les mêmes proies que les deux espèces se sont mutuellement influencées jusqu'à produire cette union. Il semble pertinent d'aborder la relation H/A comme un rapport flexible et opportuniste. Il ne s'agit pas d'associations générales comme un contrat d'une espèce à une autre, mais de plusieurs formes d'associations particulières entre individus. C'est ainsi que l'on permet de faire entrer de plus en plus d'individus différents dans la communauté H/A? Celle-ci émerge de besoins communs entre H/A, ce qui entraîne des comportements complémentaires entre H/A, basés sur une communication de notification pour partager les informations sur la proie. Dans ce cadre, le chasseur-cueilleur se sent comme l'égal de l'animal, car ils ont des besoins communs.

Pendant, des siècles le chien-loup sera le seul animal domestique a accompagné Homo sapiens dans sa rapide progression en Europe. Ce dernier rencontrera son homologue Homo néanderthalien qui avait conquis ces territoires européens avant lui. Les Sapiens et les Néandertaliens ont eu une longue cohabitation qui n'a pas été toujours idyllique. Il y a eu des affrontements inter-espèces, mais aussi des conflits intra-espèces entre clans. Il semblerait que ce soit l'alliance avec les chiens-loups qui aurait a permis à Sapiens de vaincre les Néandertaliens, et de les pousser progressivement vers le sud, où ils vont finir

par disparaître¹⁷. Cette association inter-espèce puissante aurait donné le coup d'envoi à l'histoire humaine.

Ce premier partenariat H/A serait basé sur les compétences des animaux : de chasse, de repérage, de pistage, de mise à mort. La collaboration était pleinement justifiée pour augmenter les chances de capture des proies. Il se passe là un transfert de pratiques entre l'animal et Humain pour la survie. Pour la chasse, ils prennent, tous les deux, le rythme de la proie et interagissent de manière à la piéger. C'est ce qu'on pourrait appeler une communication de traque.

C'est par la familiarité et l'habitude que les deux espèces ont pu créer des comportements complémentaires pendant la chasse. L'important était que l'un puisse agir en fonction des attentes de l'autre, ce qui exigeait une communication simple et efficace.

Autrement dit, il s'agissait d'une construction gagnant pour les deux espèces. La relation H/A a fait évoluer le partenariat allant jusqu'à des implications physiques (l'humain a délaissé l'odorat et le chien a développé un regard vers le ciel) : « *Les êtres terrestres sont préhensiles opportuniste toujours prêt à s'apparier avec d'improbable partenaire afin de créer la nouveauté et la symbiogenèse, co-construction et coévolution sont la norme et non pas l'exception des espèces de compagnies.* » (Haraway, 2003 : 40). C'est une coévolution basée sur un ajustement des comportements complémentaires. Cette relation est particulière, car elle est basée sur partenariat d'échange de services (auxiliaire).

¹⁷ Humanity's Best Friend: How Dogs May Have Helped Humans Beat the Neanderthals
<http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/05/humanitys-best-friend-how-dogs-may-have-helped-humans-beat-the-neanderthals/257145/> Paul Mellars, Jennifer French et Pat Shipman

La domestication de l'animal n'est pas liée au hasard, c'est le fruit de l'utilitarisme croisé entre les espèces Digard (2009). À cette étape dans le partenariat, c'est l'exploitation d'un animal encore sauvage ; le chien tient du loup. C'est dans le partage du résultat de la chasse que les relations sociales se sont construites pour des siècles. Dans cette configuration, l'animal est intégré au mode de vie du chasseur-cueilleur, ce qui n'est pas le cas de l'animal de l'élevage.

1.4 Deuxième étape : le partenariat de formatage

La deuxième étape dans l'histoire du partenariat H/A a commencé avec la domestication des herbivores, laquelle était encadrée par les chiens (Vigne, 2004 : 29). Il y a un profond changement : l'humain se considère comme supérieur à l'animal dont il n'a plus rien à apprendre. Il s'agit d'une exploitation programmée de l'animal sur le modèle de reproduction utilisé pour le végétal Digard (2009). L'Humain ne partage plus de manière équitable les résultats de son activité avec ses nouveaux animaux domestiques, comme le faisait son ancêtre avec le chien. Les animaux sont directement utilisés pour alimenter le groupe humain. C'est l'avènement progressif d'une société sédentaire. Alors que le *Sapiens* et le chien-loup cherchaient la même proie, l'éleveur cherche à faire de l'animal sa matière première qu'il ne partage pas, évidemment, avec lui. (nous ignorons volontairement le cas de partage du lait entre l'Humain et le veau¹⁸). Le partenariat entre l'éleveur-agriculteur et le bétail ne s'inscrit plus dans la séquence de l'adoption de

¹⁸ L'humain dans cette disposition doit partager le lait avec le veau, s'il y veut le voir grandir.

nouveaux comportements chez les deux partenaires. Si l'Humain développe de nouveaux comportements pour l'élevage, ce n'est pas le cas de l'animal qui en fait l'objet.

Néanmoins, il y a adoption de comportements complémentaires de la part du chien dans un nouveau partenariat avec l'Humain. De chasseur de la source alimentaire, il en devient le gardien. Il répond désormais aux besoins de l'Humain qui lui, répond aux besoins des animaux de rente. Ce partenariat à trois a pleinement participé à l'essor de l'économie des sociétés humaines produisant un cycle d'accroissement démographique (Vigne, 2004; Lestel, 2007). Dans ce nouveau contexte où l'élevage offre un rendement plus grand et plus régulier, les chiens restent néanmoins indispensables dans un nouveau rôle. En effet, les troupeaux sont des cibles de choix pour les différents prédateurs. Les compétences du chien vont être dirigées vers la surveillance des troupeaux. Dans ce nouvel agencement, les tâches du chien changent. C'est ainsi que, dans le travail pastoral, le berger et son auxiliaire, le chien, vont créer un nouveau partenariat.

Le partenariat chien/humain change lui aussi dans cette nouvelle configuration. Les comportements complémentaires avec le chien évoluent, car les besoins deviennent différents. On sort du schéma du couple H/A pour un triangle relationnel H/A. L'Humain oblige le chien à se transformer. Il fait apparaître des comportements non naturels (ne pas tuer la proie) soutenus par le dressage et les récompenses. Le rôle de la communication H/A est de transformer le chien-loup. Le loup disparaît du chien dès le moment où la communication de transformation devient la norme de l'interaction H/A.

Pour les experts (Digard, 2009; Lestel, 2007; Vigne, 2004), c'est le début de la spécialisation animale (programmation) des chiens. Cette spécialisation produit des

changements physiologiques importants sur les chiens, en plus de lui apprendre des comportements complémentaires. C'est le début des races canines avec spécialisations génétiques. Le chien devient plus massif et sa mâchoire plus grande pour saisir sans tuer.

Les prédateurs mis à distance des cheptels ont laissé la place à des petits animaux nuisibles qui se sont attaqués aux réserves alimentaires de l'Humain. Ce dernier va alors chercher un autre partenaire, le chat, vers 7500 av J-C. Et l'Humain va aussi imposer des comportements complémentaires. Ce chasseur félin était jusqu'alors tourné vers un certain type de proies. Par exemple, le chat africain était un pêcheur dont la nourriture principale se trouvait dans l'eau peu profonde (chat viverrin). L'humain va en faire un exterminateur de rongeurs et des oiseaux en tous genres, principaux intrus dans les silos à grain. Tout comme le chien, le chat va être amené à répondre à des besoins différents, ceux de l'Humain.

Les chiens et les chats sont devenus les gardiens de la prospérité des civilisations. Pour cela, ils ont subi un même formatage de partenariat, soutenu par la communication de transformation (dressage). Ces animaux partagent une très longue histoire avec l'homme, une histoire tellement longue que le partenariat a continué d'évoluer en fonction de la complexification et de l'industrialisation des sociétés.

1.5 Troisième étape : le partenariat d'exploitation

L'Humain perfectionne ses techniques de domestication. Avec le développement des sociétés d'éleveurs-agriculteurs, un nouveau palier de maîtrise technologique apporte une différence d'échelle dans le partenariat H/A, touchant non plus seulement quelques

animaux, mais des populations complètes d'animaux domestiqués. C'est l'optimisation de la production animale utilitariste qui est la plus grande forme de domination de l'Humain sur l'animal (Dirgad, 2009; Vigne, 2004). C'est la généralisation de l'animal-outil qui a justifié les réflexions philosophiques sur « l'animal-machine » de (Descartes, 1637). C'est la dissolution du lien social avec l'animal. L'Humain n'apprend plus rien de l'animal, mais apprend tout à l'animal.

L'Humain s'attaque alors à des animaux de plus en plus grands : vache, cheval, chameau (Vigne, 2004). Il va utiliser la force brute pour l'aider dans les travaux agricoles. C'est l'apparition de l'animal de « rente » (Digard, 1999 : 16). Tout en continuant d'utiliser l'animal comme ressource directe (viande, lait et cuir), il le mobilise comme instrument indirect pour obtenir d'autres ressources : le labourage, la force de trait pour le transport des marchandises, le halage le long des canaux. Les inventions techniques sont au cœur de ce changement de paradigme (Digard (2009). On peut penser, ici, à l'apparition d'outils tels que le joug de tête permettant l'attelage des bovins. Le contrôle des techniques de reproduction et de dressage est parfaitement perfectionné. Cette évolution du partenariat change les comportements complémentaires entre H/A. Car l'Humain est capable de produire des animaux qui répondent précisément à ses besoins sans tenir compte de celui de l'animal. C'est pourquoi la domination de l'Humain pourrait être considérée comme totale.

Comme on l'a fait dans les étapes précédentes, voyons maintenant comment s'applique cette nouvelle étape au tandem de la domestication : le chien et le chat. Alors que précédemment on se contentait de détourner de leurs fonctions naturelles, des comportements complémentaires, on introduit, avec des méthodes perfectionnées de

dressage, de nouveaux comportements leur assignant de nouvelles vocations. Par exemple, les Romains ont sélectionné et formé des molosses pour l'attaque et des roquets pour le transport des messages pendant les sièges. Ces chiens de guerre ont acquis de nouveaux comportements : pour le molosse, tuer des humains et pour le roquet, se déplacer en solitaire. Entre deux guerres, on a ajouté un autre comportement : l'acceptation de sacrifier sa vie pour celle d'un humain, en montagne, en mer et en cas de catastrophe naturelle.

Quant au chat, il garde le mandat de surveillance des réserves. Cependant, ce mandat lui est confié dans un contexte particulier qui va le forcer à acquérir un nouveau comportement complémentaire. En effet, le félin qui était utilisé pour protéger le stock de nourriture des camps romains devient très apprécié de la marine militaire et commerciale, car il assure un haut niveau d'hygiène sur les navires. Ce milieu fermé entraîne une proximité forcée avec l'Humain. Sa tolérance de l'Humain augmente de même que son acceptation de contacts avec lui. Par ailleurs l'Humain trouve un exutoire original de son stress provoqué par des dangers de la mer. La dimension affective acquière une nouvelle présence dans la relation H/A.

1.6 Quatrième étape : le partenariat d'affection

C'est l'apprentissage de la proximité H/A sur les bateaux qui s'est transposé dans les salons mondains aux 18 siècles l'animal de compagnie, du bastinage aux corsages. : « *La compagnie de l'animal est la tendance des hommes à s'entourer d'animaux sans motif économique ou utilitaire précis.* » (Digard, 1999 : 135). L'animal de compagnie est le

partenaire avec lequel l'Humain partage, de manière intensive des voisinages corporels, émotifs et affectifs (Matignon, 2012 ; Haraway, 2003). Par sa simple présence dans le logis, l'animal est source de réconfort pour l'Humain. On lui suppose des comportements complémentaires chargés de remplir cette fonction de portée affective.

Ainsi, l'animal de compagnie a changé son emploi et sa fonction. Il a perdu son statut de gardien et la morphologie qui en découlait. Son rôle devient celui d'auxiliaire de confort et d'accompagnateur affectif. Pour cela, il devient l'ami fidèle de la modernité, celui à qui il ne manque plus que la parole.

Penser l'animal comme un « alter ego », c'est le penser capable de compétences communicationnelles complémentaires. Historiquement, on pourrait repérer deux formes de partenariat affectif H/A. Dans la première, les partenariats affectifs H/A participaient aux caractères sociaux de l'Humain. Ils permettent à l'individu de donner du sens, de l'affectivité, du bien-être à son existence dans un contexte religieux ou agricole imposé. Cette pratique de la relation H/A est à la fois individuelle et collective. Mais le sens donné à l'expérience de cette relation H/A dépend totalement de la société. Le rapport affectif avec l'animal ne pouvait dépasser le cadre que cette dernière lui imposait.

Avec l'arrivée de la modernité, l'Humain se situe dans une logique individualiste et pragmatique, libérée des impositions du cadre social. Le partenariat affectif H/A peut, dorénavant, servir un but personnel et générer ses propres règles de vie avec le compagnon. L'Humain sélectionne les éléments qui lui conviennent et en fait la combinaison de sens qui le satisfait le mieux. Il produit un artéfact imaginaire en lien avec ce type de partenariat.

C'est, pour ainsi dire, un partenariat « à la carte », soumis au bon vouloir du « maître ».

C'est avant tout l'attrait de l'Humain pour une valeur ou un affecte qui va déterminer sa sélection de l'animal.

Cette forme de partenariat H/A a développé un modèle de comportements complémentaires basé sur des besoins de bien-être mutuels, proche de la première forme de partenariat de survie. À la différence près que cette forme est surtout basée sur le bien-être de confort, avant tout réservé à l'Humain. Ainsi, cette relation H/A fonctionne sur une communication émotionnelle entre les deux partenaires. Cependant, il y a une méprise de l'Humain qui considère que l'animal utilise les mêmes codes que lui. S'il y a un problème dans l'ajustement des codes de chacun dans ce partenariat H/A, on peut se demander comment l'Humain fait pour le résoudre ?

De ce fait nous construisons une hypothèse voulant que la relation de l'Humain et de l'animal de compagnie soit basée sur une communication imaginaire dans laquelle l'Humain ignore volontairement la différence des codes.

Nous supposons que l'Humain utilise une communication imaginée pour réaliser sa communication avec l'animal. Il imagine que ce dernier le comprend parfaitement, ce qui permet à la relation d'être riche et de bien fonctionner. Nous allons montrer que l'animal pratique une communication biologique avec ses semblables qui n'a rien à voir à celle que l'humain imagine avoir avec lui. En résumé, c'est la communication imaginée qui

fait exister le partenariat affectif. Elle attribue à l'animal des compétences complémentaires tout aussi imaginées que l'Humain croit pouvoir et devoir solliciter.

L'intensité de la relation H/A dépend non pas de l'objet d'affection, mais de la communication imaginée par l'Humain. Celle-ci est alimentée par le vécu individuel et l'expérience collective de la relation avec l'animal, ces deux éléments étant reliés pour produire la réalité sociale de la relation. L'étude que nous proposons ici repense la communication H/A en y ajoutant cette communication imaginée comme garante de ce partenariat affectif.

II. CHAPITRE

2. CADRE THÉORIQUE

Dans ce chapitre, nous allons aborder le cadre théorique communicationnel que nous avons mobilisé pour caractériser les partenariats H/A. Il se compose d'un ensemble d'éléments puisés dans différents domaines des sciences humaines. Nous allons nous intéresser aux modèles d'analyse réalisés par des chercheurs ayant comme objet chacun des partenaires : la communication entre les animaux et, par ailleurs, entre les Humains. Puis, après avoir traité de chacune de ces communications, nous allons nous intéresser à la façon dont elles s'articulent en tenant compte d'une caractéristique importante liée à la perception anthropomorphique que l'Humain peut avoir de l'animal.

Il est certain que nous nous situons dans le cadre des postulats traditionnels de la communication inspirés par la pensée sociologique et ethnographique. Nous assumons le fait que la communication implique des processus complexes inscrits directement dans l'interaction en situation.

Nous commençons par préciser comment nous définissons la communication dans cette thèse. Notre positionnement commence par les cinq axiomes de la communication de Watzlawick inspirés par du travail de Bateson : premièrement, « on ne peut pas ne pas communiquer ». La co-présence de deux personnes impliquées qu'elles entrent en communication ; cela ne dépend pas d'une intention. Deuxièmement, toute

communication possède un contenu et une relation. C'est la relation qui établit la façon dont il faut interpréter le contenu.

Une communication centrée sur la relation et non sur le contenu est, en fait, pathologique. Troisièmement, toute communication est une suite d'interactions que chacun des acteurs ponctue à sa manière. Chacun pense qu'il ne fait que réagir aux propos et aux comportements de l'autre. Quatrièmement, la communication utilise des codes analogiques et des codes digitaux, dont la langue fait partie. Les codes analogiques prennent en charge efficacement la relation, mais ils ne peuvent coder les contenus d'une logique complexe. Les codes digitaux ont une syntaxe complexe, mais ils ne peuvent pas prendre en charge complètement la relation. Cinquièmement, la rétroaction, symétrique ou complémentaire, renforce ou modifie le système (rétroaction positive ou négative.)

Nous allons particulièrement nous intéresser au deuxième axiome. Mais nous postulons que centrer la communication sur la relation n'a pas nécessairement, une connotation pathologie dans la relation H/A.

2. 2. ANIMAL-ANIMAL

2.1 La communication animal-animal

On ne peut comprendre la communication H/A sans s'arrêter à la communication animale-animale et aux éléments qui sont nécessairement mobilisés dans ses échanges avec l'Humain. Les théoriciens de la communication animale considèrent que son élément central comporte une concentration sur l'action (Barreau, 2011 ; Beaumont-Graff et Massal, 2011 ; Dehasse, 2005 ; Johnson-Bennett, 2006). Autrement dit, le message a pour but de convaincre l'autre de procéder au changement dont l'émetteur a besoin. La communication animale est donc un acte qui prépare et organise, chez l'autre, un ensemble de comportements.

Nous empruntons donc le postulat selon lequel toute communication vise à faire faire quelque chose à l'autre Lafrance, (2000). Ce qui est vrai pour les animaux d'une même espèce l'est aussi pour des animaux d'espèces différentes. Il existe de nombreux cas de collaboration inter-espèces, le plus souvent dans un contexte de chasse. Les animaux sont capables de se coordonner et se synchroniser par les mêmes stimuli entraînants de comportements semblables. Cela ne se fait donc par l'imitation de leurs voisins ou la complémentarité de leurs réactions. Le félin perçoit et construit son environnement externe au travers de canaux bien différents de ceux de l'Humain. Mais quel est l'univers communicationnel du chat ?

Rappelons d'abord que le chat un petit mammifère prédateur, nocturne et territorial. Ses modalités de communication sont intrinsèquement liées à ces caractéristiques.

Pour le chat, la communication sert avant tout à la reconnaissance du territoire, de la famille (même élargi à ceux qui cohabitent avec lui) et de l'espèce. Le chat marque pour communiquer aux autres individus de son espèce et des autres espèces les frontières à ne pas franchir.

Pour comprendre la communication du chat, il faut faire un détour par le concept de «territoire» selon le vétérinaire Dehasse (1997). Nous nous appuyons sur cette définition du territoire pour montrer la fluidité de cette notion pour le chat. Ce qui explique aussi la manière dont le chat crée le monde et interagit avec lui pour produire son environnement direct :

« Le territoire du chat est constitué de différentes surfaces appelées " champs " et de réseaux de connexions, les lieux de passage, entre ces champs. Le champ prend le nom de l'occupation du chat sur cette surface. On décrit des champs d'activité (chasse, nutrition, élimination ...), des champs d'isolement (couchage). On observe des surfaces où l'agression est plus fréquente. Ces champs d'agression sont variables. Ils dépendent de la sociabilité du chat, de son humeur, de son état de santé. Ils se situent essentiellement dans les champs d'isolement et les lieux de passage. Le territoire est donc un système de surfaces et de routes de communication. Il est comparable à une ville avec ses habitations et ses routes et chemins. Certaines surfaces sont partagées par plusieurs chats, ce sont les aires

de sport et de chasse, les complexes sportifs de nos villes. Pour éviter les disputes, chaque chat possède ses heures d'occupation. » (Dehasse, 1997 : para2).

Cette définition permet de saisir la manière complexe dont l'Humain doit appréhender l'univers du chat. Un territoire n'est pas quelque chose de fixe ni d'acquis pour le chat. Cela explique ses modes de communication si différents. De plus, les chats partagent des espaces communs où les règles varient selon les différents animaux qui le traversent ou qui y vivent. Les territoires félines sont composés d'actions de communication complexes en partie saisissables par les cinq sens de l'Humain.

Le chat est un animal très possessif qui passe une majeure partie de son temps à construire, marquer et défendre un territoire. Tout ce qui se trouve dans ce territoire est considéré comme son bien personnel. *« Pour le chat trois cauchemars presque également terribles peuvent survenir du fait de ses maîtres : des travaux de réfection (ou changement de mobilier), un déménagement ou un départ pour un lieu de vacances. »* (Pageat, 2014 : 202). Les meubles et les objets qui lui servent d'habitat et de zone de jeu sont gardés avec jalousie. Sa propriété s'étend à tout être vivant, qu'il peut marquer dans sa zone. Car marquage est au cœur de la communication du chat. C'est ce qui fait du chat un animal de contact, si plaisant pour l'Humain. Cependant, il ne vient pas seulement chercher des caresses et de la douceur, il vient surtout réaffirmer son acte de propriété.

Le marquage, par le chat, de son espace (monde) est ce que les vétérinaires appellent l'imprégnation ou l'empreinte (Beaumont-Graff et Massal ; 2011), terme introduit par Konrad Lorenz (1970). On le retrouve en éthologie et en psychologie à propos des jeunes animaux et des jeunes humains. Une fois que le chat a imprégné un autre animal, la relation est établie. Cette action engage le chat à entrer en communication volontaire. Il fait le choix de ne plus ignorer l'autre avec lequel il partage un espace.

L'empreinte est aussi au centre de la construction de l'identité du félin. C'est par la possession à l'intérieur du territoire que le chat se développe en tant que chat. L'empreinte prend plusieurs canaux de communication que l'Humain ne peut saisir ou décoder. Car il ne jouit pas d'organes olfactifs développés qui rendent l'univers chimique si riche pour le chat.

On peut identifier les canaux de communication du chat à travers ses sens: l'odorat, le toucher, l'ouïe et la vue. Il s'agit, en fait, de se pencher sur les instruments que le chat utilise pour marquer le territoire dont il veut communiquer les frontières.

2.2 L'odorat / communication olfactive

Le chat possède un odorat 40 fois plus sensible que celui de l'Humain. Dans ses nasaux se trouve une forme de mucus capable de disséquer des particules microscopiques, même à de grandes distances (Barreau, 2011). Il peut même utiliser sa bouche pour goûter les

odeurs qui l'entourent (Johnson-Bennett, 2006). L'odorat chez le chat sert principalement à repérer puis à décoder les phéromones.

Les phéromones sont des substances chimiques produites par l'animal : « *Une phéromone est une substance (ou un mélange de substances) qui, après avoir été sécrétée à l'extérieur par un individu (émetteur), est perçue par un individu de la même espèce (récepteur) chez lequel elle provoque une réaction comportementale spécifique, voire une modification physiologique.* » (Descoins, 2015 : para1, citant Karlson et Lüscher 1959)

Comme les rongeurs utilisent eux aussi les phéromones, cette capacité naturelle du chat est bien adaptée au pistage des proies. Ces substances chimiques ont l'avantage de ne pas faire de bruit, et elles sont même indétectables par les oiseaux. Cela permet aux chats de communiquer tranquillement entre eux sans faire fuir la proie. Pour paraphraser Charles Darwin (1859), c'est un avantage dont l'Évolution leur a fait cadeau.

De ce fait, la phéromone devient l'un des canaux de communication principaux des félins, expliquant l'usage quasi permanent des phéromones dans presque tous les messages envoyés par le chat. Forme de communication volontaire ou non, les phéromones composent un système de communication chimique complexe, qui permet au chat de communiquer non seulement sa propriété, mais aussi ses motivations et ses émotions (Beaumont-Graff et Massal, 2011).

Le comportement des animaux se fait donc en fonction de ces phéromones. L'absence de marquage par ce moyen a pour effet de stresser l'animal.

« Nos corps et nos visages contiennent des molécules odorantes dont certaines sont directement issues de glandes odorantes d'animaux. Nos chats se montrent sensibles à ces différents messages dont certains sont proches des leurs ou de ceux de certaines proies. Ces extravagances chimiques, associées à nos propres sécrétions plus ou moins désirables chez le chat. » (Pageat, 2014 : 208).

Cette substance chimique produite par l'animal joue un rôle central dans l'ajustement des comportements, surtout lors des contacts avec d'autres individus. L'avantage des phéromones, c'est qu'elles fonctionnent sur plusieurs kilomètres de distance. Les phéromones sont des substances volatiles envoyées par dépôt ou par jet dans l'environnement (Beaumont-Graff et Massal, 2011). Les phéromones dans l'air sont de courte durée, mais de longue portée. Les phéromones de contact sont de longue durée, mais de courte portée.

En fait, la communication acquiert, par les phéromones, un effet cadreur sur les autres individus (*Framing* de Goffman 1982). Les phéromones comportent de nombreux messages; ils transmettent des informations: sur l'âge, le sexe, l'identité, le groupe la famille, la maturité, la localisation, l'état émotionnel, la réceptivité sexuelle, la détresse, le danger, l'attachement et la propriété (Barreau, 2011; Beaumont-Graff et Massal, 2011; Dehasse, 2005). Le chat est capable de diffuser plusieurs messages en même temps. Il peut aussi adapter son canal de phéromones selon la taille de son interlocuteur.

Même si les phéromones ont une action de longue durée sur les objets, elles restent limitées dans le temps; elles finissent par disparaître. L'action de l'eau ou de l'air joue un rôle sur la dissipation de l'empreinte laissée par le chat. Un concurrent peut aussi venir effacer le marquage pendant une absence. Le chat doit alors réitérer régulièrement le marquage. Le territoire et les propriétés du chat sont ainsi souvent reconquis (Johnson-Bennett, 2006).

Il est important de souligner que les phéromones sont le plus souvent utilisées avec d'autres modes de communication, afin de varier et d'amplifier les marques. À titre d'exemple, l'empreinte de la phéromone peut être doublée par le griffage. Les deux canaux de communications sont alors combinés. Le toucher est donc aussi important chez le chat, car le contact est nécessaire pour déposer les phéromones.

2.3 Le toucher / la communication tactile

Les phéromones sont indissociables du toucher. Il s'agit d'un des canaux de communication les plus utilisés par le chat pour le marquage. Pour pouvoir déposer des phéromones, il va chercher un contact sur les zones de son corps où sont situées les glandes des phéromones. Les parties du chat qui jouent le rôle de vecteurs de phéromones sont : la face, les griffes, les coussinets et le haut du dos vers la queue. Le chat va intentionnellement frotter pour préparer le marquage (Johnson-Bennett, 2006).

Le chat est aussi capable d'effacer les empreintes de contact et d'enlever les odeurs qui ne l'intéressent pas. Ainsi, le toilettage est le moyen pour le chat d'enlever, de son pelage, les odeurs d'Humain et de l'Humain, les odeurs des autres chats (Johnson-Bennett 2006). Cette opération lui permet de maîtriser son système de marquage.

Le toucher du chat n'est pas simplement lié à la gestion des phéromones; il lui permet aussi de se déplacer, de façon optimale, dans l'obscurité lors de la chasse. Les vétérinaires (Beaumont-Graff et Massal, 2011) ont distribué le toucher du chat en trois principales catégories : premièrement, le pelage du chat est composé d'une multitude de poils récepteurs cutanés, dont les vibrisses hautement spécialisées (Beaumont-Graff et Massal, 2011). À cause de sa vue défaillante, le chat recourt aux vibrisses pour capter les vibrations dans l'air et sur les surfaces.

Deuxièmement, les coussinets sous les pattes fonctionnent exactement comme les doigts de la main. Ils servent à explorer l'environnement. C'est un système somato-sensoriel qui capte les vibrations dans le sol et ainsi permet « d'entendre » par l'intermédiaire des pattes (Barreau, 2011; Beaumont-Graff et Massal, 2011; Dehasse, 2005; Johnson-Bennett, 2006). En tapant sur le sol, le chat peut communiquer avec un semblable par les vibrations produites.

Troisièmement, la peau du chat possède des cellules spécifiques, extrêmement sensibles, qui réagissent au frôlement. (Beaumont-Graff et Massal, 2011). C'est le contact le plus apprécié par le chat. Il communique beaucoup en frôlant ses partenaires.

2.4 L'ouïe / communication sonore

La communication sonore est nécessaire au chat qui, même en groupe, vit, contrairement au chien, en mode dispersé dans un grand territoire : « *Le chat présente un répertoire vocal étendu comparativement aux autres carnivores. Les répertoires auditifs des animaux sont en général relativement pauvres (une quinzaine de sons différents sauf pour les oiseaux* » (Giffroy, 2000 : 35).

Sa communication sonore est un canal caractérisé d'abord par l'émission de signaux provenant d'un mouvement d'air volontaire dans les différentes parties du système respiratoire. Cela provoque une multitude de sons divers. Ensuite, il peut aussi émettre des signaux n'impliquant pas l'air, tel que le claquement de dents. Mais ils sont toujours produits volontairement avec l'intention de communiquer un message. (Leroy, 1979 : 100).

Pour réaliser la communication sonore, le chat doit prendre en compte plusieurs paramètres : la distance de l'action, la localisation, la durée, la spécificité. Pour rester un acteur important dans la chasse, il doit se préoccuper de chacun de ces paramètres. Le chat est capable de repérer avec une certaine précision des bruits d'un rongeur à plus de 20 mètres. Car il peut entendre des sons de très faible intensité (cinq décibels). Les félins ont un grand champ auditif de 50 Hz à 60 000 Hz environ, impliquant des variations de 1/10ème de ton (Dehasse, 2005 : 56).

Pour communiquer avec ses semblables, le chat adulte possède un répertoire d'environ 16 vocalises différentes. Le chaton, lui, en possède neuf. Le vétérinaire n'hésite pas utiliser le terme « communiquer par la voix » pour parler des sons émis par le chat (Dehasse, 2005 : 71). Le chat joue avec les vocalises dans sa bouche. Et il sait utiliser le silence entre chacune d'entre elles. Les silences plus ou moins longs expriment quelque chose de différent (Barreau, 2011). Ceci donne des combinaisons de sons et de silences de différentes durées. Il peut aussi siffler, chuchoter et cracher pour marquer une protestation, manifestation principale de la peur ou de la colère (Barreau, 2011).

La communication sonore du chat implique le ronronnement. C'est la communication sonore, la plus universellement connue, qui le caractérise. La durée et l'intensité du ronronnement dépendent de la situation. Il peut exprimer le plaisir, mais aussi l'anxiété (Beaumont-Graff et Massal, 2011; Dehasse, 2005; Johnson-Bennett, 2006). Même si nous n'allons nous intéresser dans cette thèse qu'à la communication du chat domestique, il est nécessaire de préciser ici que le chat sauvage ne ronronne que très rarement en milieu naturel. Nous aborderons plus en profondeur la question du ronronnement dans une partie consacrée à la « ronronthérapie ».

En fréquentant l'Humain, le chat est amené à enrichir cette capacité naturelle d'émettre des sons. Car, ne pouvant utiliser les phéromones pour communiquer avec cet l'Humain, il doit élargir le champ d'emploi de certains sons pour le faire :

« L'homme privilégie le verbal et pense, à tort, que ce dernier constitue l'essentiel de notre communication. Or, même entre humains, 80% de la communication

passer par le non-verbal. Parler avec nos animaux domestiques est de loin notre interaction la plus fréquente avec eux. Le chat ou le chien apprend alors à renforcer ses vocalises au contact de son propriétaire. » (Giffroy, 2000 : 51).

Le chat a fait évoluer son répertoire dans le temps pour mieux collaborer avec l'Humain.

Il n'est semblable que le miaulement pour l'Humain ne peut pas être décodé scientifiquement, mais il semblerait que dans de rares occasions le chat est capable de comprendre certains contextes interactionnels pour s'accorder avec l'Humain (métacommunication de Bateson¹⁹). Le chat est attentif aux variations vocales de l'humain «la prosodie». *« Cette mélodie du langage traduit notamment le vécu émotionnel de celui qui parle au moment où il parle. Les émotions de base comme la peur, la colère, la joie modifient la prosodie, et le chat paraît sensible à ses variations. »* (Pageat, 2012 : 209). Le son joue un rôle important dans la communication H/A.

2.5 La vision / la communication visuelle

Nous avons retenu la communication visuelle

« comme un ensemble de signaux transmis à un autre à l'aide de couleur, de forme ou de marques. Ce canal de communication est plus élaboré chez les animaux vertébrés au système visuel plus développé. Il existe une gamme très importante de signaux visuels dans la nature. » (Bovet, 2011 : 46).

¹⁹ Gregory Bateson. (1972). « Steps to an ecology of mind », New York: Ballantine.

De prime abord, le chat a une vision diurne médiocre, elle est compensée par une bonne vision nocturne. Toutes les couleurs ne sont pas visibles au chat, il est victime d'un daltonisme partiel. Par exemple : le félin ne perçoit pas les couleurs vives, ce qui s'explique par le fait que les couleurs ne sont pas déterminantes dans la vie nocturne (Johnson-Bennett, 2006).

Son acuité visuelle est inférieure à celle de l'Humain. Le chat ne voit pas les détails, ce qui donne plus d'importance à la relation sonore avec l'Humain. Il est particulièrement intéressé par le mouvement. Il ne voit pas sa proie avec précision, mais plutôt ses déplacements. Il voit des masses plutôt que des formes clairement définies, même s'il saisit très bien certains motifs comme les robes du pelage.

La communication visuelle du chat lui fournit des renseignements primordiaux au sujet de l'être vivant avec lequel il entre en contact : son stade physiologique, son état émotionnel, et s'il représente un danger. De plus, étant un prédateur discret, il ne se montre pas facilement. Lorsqu'il se rencontre un congénère, cela permet aux deux individus la transmission de nombreux messages.

Les zoologues appellent « mouvements expressifs » l'ensemble des postures animales. L'animal bouge d'une manière spécifique en séquence de postures; le chat en possède une panoplie. Chaton, il les apprend dans sa période de socialisation. Ces postures continuent d'évoluer dans le temps : *« Les signaux non verbaux sont ,d'évidence, ceux qui intéresses le plus le chat. Ses compétences pour décoder les mimiques, les postures et*

les différents bruits émis par l'homme dépendent étroitement de la qualité de la socialisation à l'espèce humaine » (Pageat, 2012 : 208).

La vision est donc importante pour saisir les postures signifiantes et déterminer si un autre chat est dans un comportement d'attaque. Composées de mimiques univoques, ces postures ont pour fonction d'éviter les combats et les blessures. Un exemple de ces postures corporelles globales et universelles est l'allongement sur le dos pour attirer l'attention.

L'ensemble du corps du chat participe à la communication de posture, lui attribuant une anatomie que l'on pourrait qualifier de « sociale ». Nombreuses sont les zones corporelles utilisées dans la communication visuelle, telles que les mimiques faciales, les mouvements des oreilles et de la queue.

Avant de quitter ce sujet, signalons deux petites nuances à nos affirmations concernant la base biologique et imaginée de la communication H/A. La première, la communication du chat se base sur les effets produits : si le son que le chat fait provoque une réaction chez l'Humain, il va continuer à l'utiliser à chaque fois qu'il en aura besoin. Le chat va même jusqu'à faire des demandes impérieuses en utilisant des vocalises fortes et rauques dans le même but. Il utilise des signaux vocaux vides de sens pour un autre chat dans le but d'attirer l'attention de l'Humain. Et tant que la réaction attendue ne se produit pas, il va augmenter ou diversifier le signal sonore. Autrement dit, le code se construit à chaque fois. En cela, cet échange ne fait pas appel à des codes préétablis et partagés par l'Humain et le chat.

Pour la deuxième, semblerait que dans de longues relations avec certains humains, le chat construit, par essai et erreur, un vocabulaire minimaliste pour atteindre ses objectifs (Beaumont-Graff et Massal, 2011). Le miaulement émis n'a pas de signification en dehors de ce contexte bien précis. On pourrait dire potentiellement, chaque longue relation H/A crée un vocabulaire spécifique. Cependant, ses deux particularités ne sont pas l'objet de cette thèse qui s'intéresse un lieu où les rapports H/A sont de courte durée une journée au maximum contrairement à l'animal domestique qui vit dans la maison avec lequel une longue relation peu s'établir par l'habitude.

En somme, le chat utilise plusieurs canaux pour être certain que son message arrive à son destinataire Humain ou non Humain. *«Un chat ou un chien dans une situation conflictuelle hérisse le poil ... en grognant ou en crachant, le tout constitue un message.»* (Dehasse, 2005 : 207). Il combine ses différents sens pour marquer son environnement. L'urine fait appel à son odorat, les traces de griffe à son toucher et à sa vue. Nous devons nous demander si l'Humain est capable de comprendre ces diverses expressions dans ce qu'il pense être sa communication avec le chat.

2. 2. HUMAIN-HUMAIN

2.2.1 Ordre imaginaire et communication imaginaire

Après avoir étudié la communication animale, nous allons maintenant nous intéresser à l'autre partenaire, l'Humain. Comme notre hypothèse propose un statut imaginé à la communication que cet Humain entretient avec l'animal, il nous est apparu important de débusquer cette qualité dans le monde post-moderne²⁰ dans lequel nous vivons.

Le professeur d'histoire Harari (2014) propose l'idée que les sociétés humaines sont construites sur un ordre social imaginaire. Les relations sociales inter-individus seraient donc régies par un ordre qui n'existe que dans l'esprit de ces individus. Les animaux faisant partie intégrante de l'évolution des sociétés humaines, ils sont donc une partie non négligeable de l'ordre imaginaire qui les gouverne.

2.2.2 Ordre biologique

Voyons, toujours selon le même auteur, comment se construit cet ordre imaginaire pour expliquer comment s'opère la coopération de masse entre individus. À partir de cette notion, nous allons ajouter et justifier le concept de communication imaginaire utilisé dans cette thèse.

²⁰ L'individu post-moderne fonctionne sur la relativisation de la raison au gré de ses sentiments et de ses émotions, dépassant son statut d'individu pour laisser place à une nature plurielle, oubliant son devoir citoyen pour mieux se consacrer à sa tribu. Michel Maffesoli. (2012). «L'Homme post-moderne, avec Brice Perrier», Paris, Bourin éditeur, coll. "Société".

Harari (2014) part du constat que la vie sociale des groupes de primates aurait, d'après les spécialistes de ce domaine, une limite de 100 individus « *There are clear limits to the size of groups that can be formed and maintained in such a way. In order to function, all members of a group must know each other intimately* » (Harari, 2014 : 26). Au-delà de ce chiffre, la coopération diminue. Les disputes pour le territoire et la nourriture augmentent. De plus, les massacres de groupes d'étrangers qui traversent un territoire ou s'en approchent deviennent systématiques. On pourrait lier ce phénomène aux expériences de l'éthologue John B. Calhoun (1962) sur la surpopulation des rats et son rapport à l'agressivité. Il faudrait néanmoins apporter une nuance à ce lien : les rats de Calhoun sont enfermés dans un territoire déterminé, dont il est impossible de sortir. Pour les chimpanzés qui peuvent se scinder en deux groupes et changer de territoire, le rapport d'agressivité s'explique autrement que par la surpopulation. La clé se trouve, selon Harari (2014), dans la faculté de produire de bonnes relations sociales. En effet, le nombre fragilise l'ordre du groupe, car il est, dans ce cas, plus difficile de connaître profondément les autres membres. Or cette connaissance est nécessaire pour la coopération qui permet de chasser, de se défendre contre les prédateurs ou les voisins et de se reproduire en évitant l'inceste. Les instincts sociaux définissent la société des singes en créant des hiérarchies et des rôles « naturels » permettant la survie.

2.2.3 Ordre imaginaire

Comme les primates, le groupe humain possède, lui aussi, une taille maximale. Elle se situe autour de 150 personnes : « *Sociological research has shown that the maximum natural size of a group bonded by gossip is about 150 individuals* » (Harari, 2014 : 27). Ce qui est un nombre beaucoup plus grand que pour les chimpanzés. Cette taille de groupe fonctionne comme pour tous les singes, sur la base de relations intimes avec un minimum de discipline. L'important, c'est d'être capable de connaître l'autre et de lui faire confiance. Au-delà de ce nombre, la confiance mutuelle et la communication ne suffisent plus à assurer le bon fonctionnement du groupe. L'information se déforme et la rumeur prend le dessus produisant de plus en plus conflits. Le chiffre 150 de l'anthropologue Robin Dunbar (1993) correspond aujourd'hui à un seuil critique des capacités de développement organisationnelles. Elle est aussi la limite du bavardage efficace dans l'entreprise. À partir de ce seuil de « surpopulation », l'Humain doit ritualiser ses gestes pour éviter les malentendus générateurs de conflits et confirmer le respect qu'il faut témoigner à l'autre. Ce qui amène l'Humain à aussi ritualiser son environnement par l'institutionnalisation du mythe partagé dans sa société.

Cependant, l'Humain vit dans des sociétés qui comprennent des milliers, voire des millions, de personnes sur un même territoire. Comment l'Humain a-t-il réussi à franchir ce seuil critique « naturel » pour arriver à des villes de millions d'habitants ? Harari (2014) répond qu'il est possible de faire coopérer un grand nombre d'individus qui ne se connaissent pas lorsqu'ils partagent des mythes communs, n'existant que dans l'imagination collective. C'est ce qu'il appelle « l'ordre imaginaire » :

« We know that people are not equal biologically ! but if we believe that we are all equal in essence, it will enable us to create a stable and and prosperous society. this is exactly what I mean by imaged order. We believe in a particular order not because it is objectively true, but because believing in it enables us to cooperate effectively and forge a better society. » (Harari, 2014 : 110).

Cela explique que l'ordre imaginaire crée les grands dieux, les lois ou l'idéologie qui soutiennent les sociétés humaines. Toute la force de l'ordre imaginaire tient dans le fait qu'il régit l'ordre réel des individus. La vie imaginée se mélange à la vie réelle ; la dissociation n'est plus possible.

Trois forces maintiennent l'ordre imaginaire d'Harari (2014).

Premièrement, l'ordre imaginaire est incorporé au monde matériel sous la forme d'artéfact, de rites et de façon d'être. L'Humain les inscrit dans et sur différents matériaux de la nature. Cela se retrouve dans l'exemple des pyramides égyptiennes où l'imaginaire prend la forme de pierre et de mortier. Elles offrent un lien entre le monde des morts et celui des vivants, structurant la vie sociale de l'Égypte pendant des siècles.

Deuxièmement, l'ordre imaginaire dirige les désirs de l'Humain. Étant social, il préexiste à l'individu dans les mythes dominant sa société. Ces mythes façonnent et canalisent les désirs. C'est le cas de la liberté, mythe romantique qui modèle une majorité des Occidentaux contemporains en leur donnant des possibilités d'action ou de choix.

Troisièmement, l'ordre imaginaire est intersubjectif l'auteur utilise ce concept comme ce qui est commun à tous les membres d'un groupe et qui en tant que tel cimente les individus les uns aux autres en leur permettant de se ressembler suffisamment pour

comprendre et échanger, Harari (2014). Toujours en vertu de sa portée sociale, il est partagé par de milliers et, même, des millions de personnes. Il n'existe que par ce partage. Il ne peut changer que lorsque ces personnes le changent en même temps. Cela demande beaucoup d'énergie et passe habituellement par un mouvement politique ou religieux. C'est ce qui serait, selon Michalon (2015), est en train de se passer, en Occident, avec la relation H/A, suite à la montée en puissance du zoocentrisme¹.

2.2.4 Distinction imaginaire

Les ordres imaginaires ne sont ni neutres ni justes. « *Unfortunately, complex human societies seem to require imagined hierarchies and unjust discrimination.* » (Harari, 2014 : 137). Ils divisent le groupe en sous-groupes, produisant ainsi de la hiérarchie organisée : les privilégiés, dans les couches supérieures, les opprimés, dans les couches inférieures. Cette hiérarchie produit toutes sortes de distinctions : entre personnes libres ou esclaves, entre blancs et noirs, entre riches et pauvres, entre laïcs et croyants, entre capables et incapables. Ces distinctions s'enracinent directement dans les fictions produites par l'ordre imaginaire. Prenons un exemple issu des croyances de l'Antiquité chinoise pour illustrer les rapports hiérarchiques favorisant la noblesse. Les Chinois croyaient que la déesse de la terre avait pétri les aristocrates dans une belle argile (riche) et les autres dans la boue (pauvre). Cette croyance a soudé la structure sociale chinoise pendant des siècles, se basant uniquement sur une distinction inventée. Imitant la société

chinoise la plupart des sociétés prétendent que leur hiérarchie sociale est naturelle²¹ et juste pour tous, certaines souffrant de formes de discrimination plus extrêmes que d'autres.

Si les sociétés peuvent présenter des hiérarchies différentes, Harari (2014) précise que l'on retrouve partout celle entre la femme et l'homme. Il pourrait en être de même entre l'humain et l'animal. Les sociétés humaines sont aussi constituées d'animaux physiques ou symboliques. Des scientifiques vont plus loin. Pour eux, les sociétés humaines ne sauraient exister sans l'animal (Haraway, 2003; Lestel 2004; Shipman 2010).

« La notion de communauté hybride repose fondamentalement sur le constat que l'humain ne vit jamais seul, mais que ses sociétés comprennent toujours une très grande quantité d'animaux et de végétaux qui entretiennent des rapports multiples avec l'homme, et dont toute conceptualisation des sociétés humaines doit tenir compte. » (Lestel, 2004 : 30).

Les ordres imaginaires concernant l'animal ont évolué principalement suite à la révolution agricole (4000 av. J.-C.), période qui développe des moyens pour forcer les animaux à se plier aux volontés humaines. Elles ont intégré totalement certaines espèces animales au fonctionnement du groupe, produisant un nouvel ordre imaginaire qui inclut l'animal de façon bien différente de celle du Paléolithique.

L'ordre imaginaire sert non seulement à intégrer l'animal, mais aussi à différencier l'Humain de l'animal. L'histoire de la pensée occidentale sur l'animal témoigne d'un certain aveuglement conceptuel sur la manière de penser les échanges et les rapports

²¹ Harari explique que c'est une croyance. Pour lui la notion de hiérarchie dans les sociétés humaines est une construction qui s'appuie justement une organisation humaine choisie et pensée.

entre l'Humain et l'animal. Le premier s'est longtemps définie par rapport au deuxième présentée comme la figure parfaite de l'altérité (ordre imaginaire). En ce sens, les propositions n'ont pas manqué depuis l'Antiquité : la main, la bipédie, l'intelligence supérieure, la fabrication d'outils ont constitué des éléments importants de différenciation et donc de domination. Dominique Lestel (2007) suggère qu'il est temps de sortir de cette vision traditionnelle du rapport H/A. Position idéologique déjà choisie par plusieurs autres auteurs (Cyrulnik, 2002; Matignon, 2012; Haraway, 2008 ; Grandin, 2009 ; Proust, 2000). D'après eux, nous entrons, avec l'animal, dans un nouvel ordre imaginaire.

2.2.5 Communication imaginée

Dans ce nouvel ordre imaginaire, on assiste à une communication mixte composée d'informations biologiques et de constructions mythiques. C'est un processus dialectique allant des croyances des sociétés anciennes (animal-machine) à celles, plus récentes, imaginant un animal doté d'individualité quasi-humaine. L'ensemble serait soutenu par ce que nous allons appeler la communication imaginée.

C'est la partie fictionnelle qui maintient ensemble la relation H/A et qui nous intéresse le plus dans cette thèse. Paradoxalement, la fiction se prétend, maintenant, naturelle et inévitable. Plusieurs mécanismes sociaux contribuent à ce phénomène. Nous les regroupons sous l'étiquette d'anthropomorphisme.

2. 3 HUMAIN-ANIMAL

Depuis longtemps, l'Humain tente de communiquer avec l'animal. Cette recherche, à la fois pragmatique et scientifique s'est amplifiée du moment où l'Humain s'est avisé de clôturer les champs pour créer les premiers troupeaux. Une fois l'animal installé dans le cadre de vie de l'Humain, il devenait facile, pour cet Humain, de l'observer et de « communiquer » avec lui. Comme nous l'avons vu plus haut, l'identité humaine se redéfinit alors et se renforce au travers des cycles d'interactions avec l'animal Cyrulnik (1983).

Nous avons, dans un précédent chapitre, utilisé l'approche éthologique, science cherchant à comprendre les mécanismes de partenariat entre animaux, pour aborder la communication entre animaux comme :

« La communication, au sens éthologique est définie comme l'émission par un animal d'un signal qui provoque une réponse de la part d'un autre animal, de telle sorte qu'un avantage soit acquis: soit par l'individu qui émet le signal. Soit par l'individu qui le reçoit. Soit par un groupe dont ils font partie. » (Beaumont-Graff et Massal, 2011 : 11).

Cette définition fait de la communication entre les animaux un mécanisme interactif qui nécessite minimalement, comme pour les humains, deux individus agissants. Cette similitude va nous permettre de transposer les particularités de l'éthologie à l'anthropomorphisme.

L'anthropomorphisme fait de l'animal une figure particulièrement présente dans la vie de l'Humain et omniprésente dans son environnement aussi bien physique que psychique. Un bestiaire extrêmement riche accompagne le développement de l'ordre imaginaire de chacune des sociétés.

L'étymologie du mot « anthropomorphisme » fait appel à deux termes combinés. Transposé directement du mot grec *anthropos*, signifiant « être humain »; ainsi que du mot grec *morphe*, désignant « forme », cela traduit l'idée de donner une forme et des qualités de l'Humain à ce qui n'est pas humain. L'application de ce terme est passée par trois étapes. Dans la première, l'Humain donne à toute matière physique, dont l'animale, des caractéristiques humaines, afin de se prémunir des dangers qu'elle pourrait représenter. La deuxième confie, dans la sphère religieuse, l'attribution de caractéristiques animales à l'Humain divinisé. Et, la troisième emprunte des caractéristiques humaines pour individualiser l'animal.

2.3.1 D'humains, animal et dieu

Nous allons aborder dans sa dimension sociétale de l'anthropomorphisme en lien avec la notion d'ordre imaginaire de Harari (2014). Cela va dévoiler le lien entre animaux et Humain au niveau de la communication imaginée.

2.3.2 L'anthropomorphisme des âmes

L'anthropomorphisme fait son apparition avec le chamanisme dans les sociétés de chasseur-cueilleur. Dans cet environnement rude, dangereux, la survie du groupe dépend le plus souvent de la chasse des grands mammifères tels que l'élan ou le renne. Ainsi, l'univers du chasseur-cueilleur est si proche de la nature qu'il vit son milieu comme un principe d'échanges entre des forces vitales humaines et animales. Par conséquent, la maladie, la vieillesse et la mort surviennent en contrepartie des prises de gibiers. Le chaman joue le rôle d'intermédiaire entre le monde des esprits des animaux et celui des humains. Le but du chaman est d'établir un diagnostic et de faire rentrer les choses dans l'ordre, lorsque la chasse est mauvaise par exemple. Il doit alors communiquer avec le monde des esprits des animaux. Il devient l'animal. Dans cette perspective, l'anthropomorphisme est lié à la croyance que l'Humain peut négocier avec la nature à travers l'animal.

Une personnification animale a longtemps été utilisée par la sphère religieuse comme en Assyrie ou en Égypte. L'évolution de l'animisme a donné naissance au culte des animaux. Le culte étant défini comme : « *la somme de tous les énoncés et des actions humaines qui doivent être comprises comme des réactions sur le merveilleux et - pour autant que les facultés de l'homme vont - dans les phénomènes inexplicables son environnement.* » (Weissenborn, 1906 : 168). Le culte associé aux animaux porte le nom zoolâtrie²² par les chercheurs en science des religions. Elle est une pratique courante dans

²² Il s'agit, de l'adoration d'animaux qui ont été divinisés. Pratique très présente dans l'antiquité Zoolâtrie égyptienne.

l'ensemble des religions humaines. Elle (zoolâtrie) a commencé au travers de l'animisme a donné une « âme », puis degré de « supériorité » sur le règne animal. Les cultes animistes et zoolâtres attribuent une âme aux animaux qui sont empreints d'une signification spéciale souvent liée à la qualité de la récolte agricole. C'est une manière pour Homo sapiens d'expliquer l'inconnu en fonction de ce qu'il connaît le mieux : lui-même. Ce phénomène en devenant religieux devient aussi un important élément culturel. On illustre les caractéristiques d'un dieu en le représentant par un animal, dont, il partageait un comportement ou une compétence.

Le terme « anthropomorphisme » apparaît officiellement au cinquième siècle av. J.-C.. Il est lié à un changement d'ordre imaginaire dans le culte des dieux grecs, quittant la forme d'animal pour prendre celle d'Humain. Il répondait à la volonté de purifier la mythologie en évinçant les éléments considérés comme primitifs. L'anthropomorphisme des dieux devient dominant dans leurs représentations du Panthéon où toutes références à l'animal passent au niveau de symboles accompagnateurs de la forme humaine.

Par extension, le Kung Fu est une forme d'anthropomorphisme des plus anciennes et des présentes dans la culture post-moderne. Ce sont les moines Shaolin en Chine qui ont très bien intégré l'animal dans leurs arts martiaux depuis des siècles. Par exemple, le Kung Fu est enseigné aux disciples bouddhistes de l'école Chan (première branche du Bouddhisme en Chine) afin de protéger les élèves des animaux et des brigands. Pour l'histoire, ce style de Kung Fu (boxe chinoise), pratiqué par les moines bouddhistes à partir du Ve siècle, a été importé du sud de l'Inde par le moine Bodhidharma, selon la légende.

En effet, les moines apprennent des positions de combat similaires à celles des animaux, les plus connus étant les cinq styles traditionnels de Wushu (le tigre, la mante religieuse, le serpent, la grue et le singe). Il s'agit d'un entraînement long et difficile, qui dure des années voire toute une vie. Quel est le but d'un tel entraînement ? C'est en fait un cheminement spirituel, car selon la tradition bouddhiste, il permet à chaque moine d'atteindre un niveau supérieur de conscience, pour accéder à une façon amplifiée de sentir le monde exactement comme les chamans.

C'est au travers de la mythologie que la prévalence anthropomorphique va se reprendre aux dépens de l'animal.

Si, dans le chamanisme et la première antiquité, on donnait du sens en empruntant des caractéristiques animales, on obtient le nouvel ordre imaginaire en attribuant des caractéristiques humaines à l'animal. On le faisait non plus dans un but de compréhension de l'univers, mais de réconfort affectif.

C'est la domestication moderne qui entraîne une nouvelle application de l'anthropomorphisme, passant d'un partenariat d'exploitation à un partenariat d'affection. Lorsque l'Humain attribue à l'animal des comportements ou des sentiments humains, il contribue à détruire les frontières inter-espèces et à considérer les animaux domestiques comme des sortes d'égaux (congénères). Dans ce nouvel ordre imaginaire, la représentation de l'animal se transforme en profondeur. Il passe d'une position de serviteur à celui d'un semblable. On en arrive même à parler d'amitié ou d'amour entre le maître et l'animal.

Ce phénomène de réconfort est d'autant plus renforcé que l'Humain a une capacité naturelle à trouver du confort dans les visages. Au point de départ de l'anthropomorphisme, on trouve une capacité particulière du cerveau humain. Elle lui permet de reconnaître des formes humaines ou animales dans des stimuli visuels imprécis. Autrement dit, l'Humain détecte des visages, des silhouettes humaines là où, en réalité, il n'y en a pas. Cette illusion s'appelle la « paréidolie », du grec ancien *para-*, « à côté de », et d'*eidos*, « apparence, forme ». C'est un mécanisme naturel qui permet de donner du sens au chaos, comme voir un animal dans les nuages ou encore un visage dans les motifs d'un rocher. Ainsi, le cerveau humain a des prédispositions à la perception de visages. Il s'agirait d'un héritage lié à la sélection naturelle des nourrissons. Ces derniers reçoivent de meilleurs soins s'ils arrivent à réagir aux visages qui se présentent devant eux (Roulin, 2006). Il associe donc ces soins à sa capacité de reconnaître des visages. C'est une capacité et un avantage qu'il voudra maintenir plus tard dans d'autres circonstances et avec d'autres objets comme l'animal.

Carl Sagan (1995) va plus loin dans son explication du phénomène de paréidolie. Jusqu'à l'arrivée de l'éclairage public, il était nécessaire pour l'Humain de reconnaître les visages de loin ou par mauvaise visibilité, afin de juger immédiatement si un individu était un ami ou un ennemi. Cela développait chez lui le réflexe de chercher tous les visages possibles dans son environnement de lumières et d'ombres aléatoires pour survivre.

La paréidolie possède un effet psychologique puissant qui va chercher de nombreux éléments dans l'imagination de l'individu. Leonard de Vinci a su exploiter la paréidolie : « *Si vous regardez tous les murs tachetés de diverses taches ou avec un mélange de différents types de pierres, si vous êtes sur le point d'inventer une scène que vous serez*

en mesure de voir une ressemblance avec divers paysages...» (Leonard de Vinci, 1651 : 54). Comme on le voit, la paréidolie implique chez l'humain le besoin de créer du sens. C'est, d'ailleurs, la paréidolie qui est à la source du célèbre test de Rorschach.

En fait les qualités humaines ne sont pas données à tout et à n'importe quel objet (Airenti, 2012). C'est la ressemblance qui est le facteur le plus important. Plus un artéfact ou un animal ressemble aux êtres humains par ses mouvements ou ses caractéristiques physiques, plus il est susceptible d'être « anthropomorphisé ». Ses composantes sont alors animées d'intentions, de sympathie ou d'antipathie. Il est aussi intéressant de remarquer qu'une fois les intentions attribuées à l'animal, celles-ci conduisent l'Humain à communiquer de manière particulière. Par exemple, le rythme de paroles ralentit, le ton s'adoucit et le vocabulaire se simplifie. Il est facile de constater que l'Humain s'adresse à l'animal comme il s'adresse à des enfants en bas âge. D'ailleurs, les petits chiens ont la caractéristique d'avoir de gros yeux comme les bébés.

Il semble donc que certaines représentations anthropomorphiques sont nécessaires dans le développement physiologique, mental et social de l'humain. En effet, la forme humaine dans l'objet, le dieu ou l'animal permet aux individus de faire du sens dans leur univers. La forme humaine est une opération naturelle du cerveau afin de rendre le monde compréhensible.

Par conséquent, les représentations humaines adoptées par la société ont des conséquences au niveau des comportements individuels et des stratégies relationnelles avec les partenaires animalisés. Elles influencent les échanges en leur ajoutant un poids émotionnel et symbolique.

Si la société est construite sur des ordres imaginaires avec des mythes choisis collectivement, l'un de ces mythes concerne l'attribution de caractéristiques humaines à l'animal. Cette construction justifie alors le recours à des modalités de communication propre à l'Humain. Or, les modalités pratiquées par l'animal ne correspondent pas à celles-ci. Mais pour maintenir son partenariat avec l'animal, l'Humain imagine que ce dernier, ayant des particularités humaines, lui donnera des suites. À la lumière de l'ensemble des éléments vus plus haut, dans cette thèse nous nous intéressons à un nouvel ordre imaginaire H/A, celui du partenariat de l'affectivité. Il dépend du concept de communication imaginée que nous définissons comme ceci : les sociétés sont faites de mythes ; le mythe fait de l'animal un Humain; le mythe fait croire à l'Humain qu'il pourrait communiquer avec l'animal comme un égal. Notre recherche vise à valider cette hypothèse dans le discours d'humains entrant en relation avec des chats dans un cadre contrôlé comme le Café à chat.

2. 4 LE MYTHE

Pour bien saisir les enjeux de la relation H/A, on doit s'imposer un retour vers la notion de mythe qui l'habite. Maintenant que nous l'avons positionné dans l'élaboration de notre hypothèse, il nous est apparu important de revenir et préciser ce que nous entendions par mythe et la façon dont nous l'avons utilisé dans cette thèse. Comme nous l'avons vu plutôt, le mythe est au cœur de la socialisation humaine (Harari, 2014). Il permet de construire des sociétés homogènes, regroupant des milliers d'individus, lesquelles

seraient, autrement, limitées par le manque de cohésion du groupe en surnombre. Le mythe est une représentation sociale qui est nécessaire à la coopération à l'intérieur d'une société, car il est porteur de valeurs et d'idéaux façonnés dans un environnement social et historique donné pour un but donné. Originellement le mythe servait à assurer cette cohésion en prenant exemple sur des icônes héroïques (dieu, héros, empereur, roi) transformées en modèles respectant les règles du cosmos. Surtout il entraîne le comportement des individus par l'émotion plutôt que par la raison. Cette émotivité collective laisse une empreinte durable dans la conscience sociale. Le mythe joue donc de grands rôles dans la vie sociale et dans le psychisme individuel. Il infiltre par l'émotion la culture de toutes les époques en utilisant des voies, des formes et des forces différentes. « *Il n'y a pas de société sans mythe, seulement des sociétés qui se donnent l'illusion de ne pas en avoir.* » (Harari, 2014 : 75).

Nous allons aborder l'usage du mythe dans les sciences humaines, pour voir les différentes incarnations qui appuient cette vision du mythe inscrite par Harari dans un continuum historique. Comme la plupart des chercheurs en histoire, il participe à un courant de pensée qui définit le mythe de la façon suivante : « *récit relatant des faits imaginaires non consignés par l'histoire, transmis par la tradition et mettant en scène des êtres représentant symboliquement des forces physiques, des généralités d'ordre philosophique, métaphysique ou social.* » (Halpern, 1969 : 16). Cette définition aborde avant tout le contenu des récits, sans insister sur leurs applications sociales.

Harari (2014) montre que les récits sont nécessaires pour produire de la coopération à grande échelle. Il explique comment certains mythes ont gouverné, sont en train de gouverner et gouverneront les champs culturels des sociétés. Mais il n'explique pas comment faire pour saisir le mythe en tant que tel. Or cette acception ne se limite pas uniquement à l'historiographie ; elle se retrouve dans les sciences humaines et plus particulièrement dans les sciences de la communication. Nous allons donc solliciter d'autres auteurs pour élargir le champ ouvert par Harari.

Les Sciences de l'information et de la communication, à l'instar d'autres disciplines, en appellent à l'histoire et par la même occasion aux mythes. C'est en tant que symboles ou porteurs de symboles que les mythes deviennent intéressants pour ces sciences. Il n'y a pas de communication sans symbole et, d'ailleurs, pas de symbole sans communication. D'après les théoriciens de ce domaine scientifique, c'est avec le symbole que l'on peut s'adresser à autrui. Pour conceptualiser la notion du mythe en communication, on peut même faire appel aux écrits d'auteurs, comme Paul Valéry, René Girard, Lévi-Strauss, Roland Barthes et Mircea Eliade, œuvrant dans des univers connexes étroitement associés à la communication. Nous allons les présenter dans un ordre décroissant basé leur proximité avec la définition²³ d'Halpern (1969). Nous allons aborder, dans cette partie, de manière succincte, les principaux points de chacun d'entre eux. Et voir les éléments dont nous allons nous inspirer ou que nous allons rejeter pour la suite de la thèse.

²³ « récit relatant des faits imaginaires non consignés par l'histoire, transmis par la tradition et mettant en scène des êtres représentant symboliquement des forces physiques, des généralités d'ordre philosophique, métaphysique ou social. » d'Halpern (1969)

Nous commencerons par le philosophe Paul Valéry (1952) . Pour lui, le mythe est une construction de l'esprit, car l'Humain a naturellement horreur du vide. Le cerveau est prêt à créer, si nécessaire, des fables pour remplir un espace désert de son univers conceptuel. Face à l'absence d'explications, l'esprit combat son angoisse par la rêverie, elle-même créée pour stabiliser le groupe. Toute histoire mythique présuppose et prolonge la cosmogonie d'une société. Pour Valéry, le mythe est alors un suppléant arbitraire consolidé par les mots. C'est une « *rêverie baptisée et sacralisée* » (Valéry, 1952 : 961) transmise à l'infini qu'il ne faut pas prendre au sérieux, car son fondement est purement fictif. Si l'on voulait correctement penser le monde et l'Humain, on le ferait sans mythe, ce dernier étant ramené au statut de gentil mensonge. Donc, en faisant du mythe un récit complétement fictif, Valéry le dissocie de la réalité sociale qui nous intéresse. Il en fait un élément secondaire de la relation interindividuelle qui n'a aucun rôle dans la volonté des individus de vivre ensemble, ce qui nous éloigne considérablement de notre objet de recherche. On pourrait, néanmoins, garder, comme élément pertinent pour notre travail, le fait de conjurer l'angoisse, point important qui se matérialise sous la forme de besoin affectif pour l'Humain. Pour lutter contre l'angoisse, ce dernier utilise l'animal comme soutien psychologique, ce qui permet de reprendre le contrôle des émotions et éviter de sombrer dans l'anxiété généralisée.

Par opposition à Valéry qui fait du mythe une chimère, l'anthropologue René Girard (1999) y voit en lui un mensonge utile qui cache la réalité d'un sacrifice Humain ou animal. Pour lui, les mythes sont des textes de persécution centrés sur le « bouc émissaire », défendant le point de vue des persécuteurs. Il s'agit de voir le processus de la mise à

mort collective qui a longtemps été le seul moyen pour les sociétés de conserver l'unité et la paix indispensables à leur survie. Cet auteur refuse de considérer les mythes comme des textes entièrement fictifs, fabuleux, ou symboliques. Il faut éliminer ces éléments fictifs pour prendre en compte le réel. Pour lui, il n'y a pas de différence entre mythe et rituel qui servent à justifier la violence du groupe. Le but, pour le chercheur, est de repérer la vérité historique derrière la fiction collective.

Même si notre thèse s'intéresse de près à certaines dimensions historico-religieuses de la relation H/A, le côté sacrifice a été intentionnellement évacué, car il nous éloignait du rapport affectif de la relation. Assez paradoxalement, on pourrait dire qu'il existe, chez des humains, un sentiment de culpabilité envers diverses pratiques, autant rituelles que commerciales, de mise à mort des animaux. Cette association avec l'écologie pourrait permettre de faire un pont avec les idées de Girard, mais cela exigerait une autre thèse.

Pour l'anthropologue Lévi-Strauss (2009), le mythe permet aux hommes d'interpréter la suite des événements de leurs vies sous la forme d'une structure sociale. Cette structure construit un ordre et un enchaînement logique dans les récits sociétaux. Elle facilite le passage d'un ordre instable vers la stabilité par la logique sémantique. Le mythe est donc un «opérateur» chargé de donner du sens au moyen des structures linguistiques. Lévi-Strauss ne cherche pas le sens des mythes, mais seulement leur fonction opératoire pour comprendre la logique structurelle d'une société donnée.

Pour lui, les mythes ne sont pas des récits des origines, ni de pieux mensonges destinés à justifier l'ordre social, ni des histoires exemplaires fournissant des modèles de conduite aux hommes. Ils sont un ensemble de récits hiérarchisés et structurés qui définissent et imposent une signification du monde aux individus. Il en découle une forme de société copiée sur celle de la structure mythologique. Il n'y aurait pas de hasard. Par exemple, la société indienne est stratifiée socialement de la même manière que ses textes sacrés. Le mythe structure à la fois la langue, la pensée et la société. Pour notre thèse, la pensée de Lévi-Strauss est très inspirante, car elle montre l'influence du récit sur le comportement de l'individu. Elle insiste sur le rôle du langage dans cette aventure montrant le lien étroit entre la pensée et la parole. Cependant, le modèle structurel est trop rigide pour notre approche qui présuppose une relation qui se construit dans l'action au lieu d'être imposée a priori. De plus, Claude Lévi-Strauss a créé une vision du mythe qui a perdu sa composante émotive que nous tenons, quant à nous, comme fondement de la relation H/A post-moderne.

Pour Roland Barthes (1954), le postulat de départ demeure le même que le nôtre : le mythe est une parole et non pas un objet figé, qui transmet des valeurs et des idéaux sous la forme d'un message façonné pour un public précis. Le mythe réalise une synergie entre un mode de signification et une forme, dans le but de créer une communication appropriée. Le mythe n'est plus uniquement discours ; il est aussi une image, ce qui en fait un langage mixte mot/image complexifiant ainsi le domaine de la sémiologie. Cependant, pour Barthes, tout dans la société devient mythe. Dans une société de l'image, le mythe est omniprésent. L'auteur appelle un jugement critique et politique sur cette nouvelle «mythologie» qu'il qualifie de « bourgeoise ».

Nous garderons de Barthes qu'il nous permet de sortir de la vision du mythe comme d'un simple récit transmis de génération en génération. En nous expliquant que les objets et les images sont aussi langage et donc des mythes qui sont vivants et en train de se faire, il nous permet, à notre tour, d'espérer trouver la présence et l'influence de mythes dans les relations H/A. Ainsi les mythes qu'on pourrait y déceler deviendraient multidimensionnels, prenant en compte, en plus du récit, tout le bagage physique et émotionnel de l'échange. Cependant, nous ne nous engagerons pas plus dans la vision spécifique de Barthes, car elle se situe dans une approche sémiologique dont l'utilisation dépasserait le cadre de notre recherche.

C'est Mircea Eliade, en 1963, qui introduit la portée sociale dans la notion classique du mythe. Il explique que les mythes ne se limitent pas à une simple histoire en forme de fables, ce dont la tradition chrétienne avait accusé les religions antiques. Eliade affirme que les mythes sont « vivants » et même toujours en action actuellement. En effet, pour lui, le mythe fournit des modèles de comportements ainsi qu'un sens au monde et une valeur à l'existence humaine. Il base son idée sur deux principes : les mythes sont constitués d'un éternel retour, une sorte de répétitions qui permet une régénération du mythe dans le temps, et d'une image idéale heureuse ou malheureuse qu'il faille imiter. Le premier principe affirme que ce sont toujours les mêmes mythes qui mutent pour continuer à se transmettre, même dans un contexte qui n'a plus rien à voir avec le religieux. Il le démontre par le phénomène du conte pour enfants. Ces derniers intériorisent et vivent les mythes comme authentiques, ce qui assure leur efficacité.

Eliade situe la notion de modèle à suivre au centre des histoires:« *on découvrirait des comportements mythiques dans l'obsession du succès, si caractéristique de la société moderne, et qui traduit le désir obscur de transcender les limites de la condition humaine.* » (Eliade, 1963 : 228). Il appelle « camouflage des mythes » ce phénomène incessant de renouveau mythologique.

Nous garderons d'Eliade l'idée que le mythe est capable de prendre des formes non religieuses. Ainsi, les mythes perdurent au travers de nombreux supports, comme l'Internet aujourd'hui. Et il met de côté la question de la véracité comme nous allons le faire nous-mêmes. La faiblesse de cette approche provient du fait qu'il devient difficile de déterminer ce qui appartient au domaine du mythe, et donc ce qui pourrait contribuer à son influence sur des valeurs collectives de la société.

Nous garderons de chacun des auteurs des éléments qui complètent la pensée de Harari (2014). De Valéry, nous garderons le fait que le mythe permet de rassurer l'individu, comme le fait l'animal de compagnie. De Girard, qu'il existe une culpabilité inconsciente qui traverse la relation H/A et qui conduit souvent l'Humain à considérer l'animal comme une victime. Pour Strauss, que le mythe structure autant la manière d'être que celle de penser et, par extension, d'interagir et de communiquer avec l'animal. Aussi qu'il n'y a pas de hasard dans les mythes ; ils sont là de manière pragmatique.

De Barthes, que le mythe ne se limite pas uniquement aux récits autour de la relation H/A. Un mythe est toujours multidimensionnel composé de récits, de formes et images. Il est toujours produit en fonction d'un public récepteur. Barthes, grâce à ces éléments transforme le mythe en langage. Comme tout langage, le mythe est façonné pour produire

une communication choisie, dans notre cas celle qui est supposée se développer dans la relation H/A. Et finalement, d'Eliade, l'idée que les mythes sont vivants et constamment en renouvellement, prenant des supports médiatiques différents d'une époque à une autre, d'une société à une autre.

Voici donc les caractéristiques que nous avons choisies pour délimiter le mythe vivant dans cette thèse : rassurer l'Humain, viser un public cible, déterminer la manière d'interagir, utiliser la culture médiatique sortant le mythe du sacré.

Comme nous l'avons vu, le mythe a pu se concevoir comme une représentation d'un état idéalisé de l'humanité. Il devient une forme de pensée collective. Sa valeur intrinsèque servira de modèle à la société. Il mélange des éléments du discours et du physique, comme le montre Harari que nous utilisons dans ce travail de thèse.

Pour résumer, les mythes contemporains sont de plus en plus des représentations collectives plutôt que de fabuleux récits, tels que le présente traditionnellement la mythologie. Et ces représentations participent dans la vie sociale ainsi que dans la vie de chaque individu. Les individus du monde moderne ne seraient pas que les simples amateurs des mythes anciens : nous réactualisons les mythes classiques. Une question se pose : quels sont les supports des mythes contemporains en lien avec la relation H/A ?

2.4.1 Généalogie du Mythe du Chat

Comme nous l'avons vu, les mythes permettent d'assurer la cohésion d'un groupe social. Les mythes comme phénomènes sociaux sont des représentations collectives positives ou négatives pour les individus d'une société. Les mythes mutent au fil des civilisations. Le mythe du chat ne fait pas exception à la règle.

Nous allons faire une petite généalogie du mythe de la relation au chat au travers les âges pour saisir la manière dont il a évolué dans le temps jusqu'à aujourd'hui. Il est important de noter que les valeurs et symboles associés au chat ont beaucoup évolué. Ce dernier est passé d'un statut de dieu à celui de démon en quelques siècles. L'Humain lui a attribué de nombreuses capacités physiques et mystiques qui nous sont parvenues jusqu'à nous. « *On peut dire que l'homme moderne garde encore au moins certains résidus d'un comportement mythologique.* » (Eliade, 1963 : 233).

Nous avons choisi de vous présenter cette généalogie du mythe associé au chat en quatre périodes : l'antique, le médiévale, le moderne (incluant la fin de la renaissance) et le post moderne.

2.4.2 Le mythe du chat gardien dans l'antiquité

Le mythe du chat comme un gardien apparaît dans l'antiquité dominée par la pensée égyptienne qui nous fournit la plus grande quantité de matériel sur la relation Humain/chat du début des sociétés agricoles. Des momies, des temples et des manuscrits

témoignent de l'importance du rôle du chat dans cette société, où on le tient en grande considération. Il est, avant tout, vénéré pour des raisons pratiques; il est le protecteur des réserves de blé du Nil qui font la grandeur et la richesse de ce peuple (Vitoux, 2008). Il est divinisé sous la forme d'une déesse aux traits de chat « Bastet ». Elle est la déesse de l'amour et de la fécondité, cette dernière ne pouvant exister sans le soutien des riches récoltes de céréales. Grâce à cette représentation divine, le chat devient un symbole de vigilance et de courage. Il se retrouve souvent associé à des figures héroïques qui ont assuré la protection non plus seulement des récoltes, mais aussi des cités et villages menacés par des ennemis ou des catastrophes naturelles.

Débarrassant les récoltes des envahisseurs nuisibles, en tous genres, le chat évite la propagation des maladies, comme la peste, répandue par le surnombre des rongeurs dans les lieux de stockage. Cet animal devient une garantie de propreté donc de qualité des graines vendues par l'agriculteur. Il est ainsi associé à la bonne santé et à la régénération. De là vient peut-être la légende des neuf vies du chat ! Comme il est essentiel au bon fonctionnement de la production agricole, des lois particulièrement sévères ont été instaurées pour le protéger. Le vol et la maltraitance du chat sont interdits. Celui qui le tue s'expose à la peine de capitale.

En résumé, le mythe du chat comme gardien en Égypte ancienne tourne autour de deux valeurs positives : la protection et la fécondité. La cohérence sociale est liée au fait que le chat protège réellement ou est supposé protéger les réserves de grain.

2.4.3 Le mythe du chat Bouc émissaire du monde médiéval

Le mythe du chat comme bouc émissaire apparaît et domine toute l'époque médiévale. Son statut antique de gardien est complètement inversé. La plus grande menace sur les réserves d'agricoles, ce sont désormais les raids militaires. Il passe du représentant de l'ordre à celui du chaos. Le Moyen-Âge voit la résurgence de religions païennes suite aux nombreuses et interminables guerres entre les pays chrétiens. Le chat étant, depuis l'antiquité, associé à la fécondité, les néo-païens l'intègrent à leur panthéon. Considérant cela comme une hérésie, l'Église part en guerre contre les pratiquants de cette religion et va faire de ceux-ci les responsables de tous les maux de la société, dont le seul moyen de purification passe par l'exécution. Le chat sera alors la victime idéale du sacrifice purificateur. Il est associé aux sorcières, à Satan, aux ténèbres et à la luxure. D'ailleurs lorsqu'arrivent des catastrophes, incendies, épidémies ou mauvaises récoltes, le chat est accusé d'en être responsable, car aucune cause rationnelle ne peut être identifiée. Le chat est alors jugé et brûlé par la populace qui espère ainsi faire disparaître le problème qui la hante. Car le chat évoque, à la fois, dans l'esprit populaire, la liberté et la cruauté, en raison de ses instincts de chasseur mis en parallèle avec le diable.

En résumé, le mythe du chat est, au Moyen-Âge particulièrement négatif. Il endosse la responsabilité de tous les péchés de la communauté. Il est l'animal du diable qui vient tourmenter les pauvres gens. On lui impose les attributs satanistes, de la séduction et de la manipulation. La cohérence sociale y trouve son compte en canalisant vers le chat la violence qui pourrait naître entre les membres d'une collectivité. La collectivité réduit ainsi les risques de tension en son sein, comme le souligne (Girard 1999 : 35).

2.4.4 Le mythe du chat artiste de la modernité

Le mythe du chat « artiste », partenaire du créateur maudit ou damné a obsédé le XIX^e siècle à l'époque culminante du romantisme. « *L'artiste est fait pour ne pas être compris* », disait Léo Ferré²⁴.

Le mythe du chat artiste commence à la Renaissance et se rend jusqu'à l'ère moderne. Le chat devient l'animal du savoir, compagnon des intellectuels et des artistes. Le félin est choisi, au départ, pour se moquer de l'obscurantisme des paysans. La volonté des philosophes de casser les liens avec leur héritage chrétien les pousse à apporter leur protection au chat, ancien emblème du diable. Par pur esprit d'opposition au Moyen-Âge, le chat va devenir une présence incontournable des grands salons. Il est aussi le symbole de la domesticité, de la puissance de l'Humain sur la nature. Les penseurs et artistes l'associent à la galanterie des femmes. Porté notamment par les œuvres de Baudelaire, Verlaine, et Rimbaud, le chat est considéré un bohème anticonformiste et provocant, et qui n'accepte pas les normes de son siècle, refuse les contraintes sociales ou même les ignore. Il incarne donc, dans la vision romantique, le génie de la création artistique pure

Compagnon des intellectuels qui sont souvent de grands solitaires, le chat va vite hériter, lui aussi, d'une étiquette de solitaire. C'est de cette époque que provient le mythe, toujours actif, de la solitude supposée du félin. Par extension, cette notion de solitude va raisonner avec la vie des célibataires endurcis qui vont, à leur tour, porter leur attention

24

Léo Ferré aurait eu 100 ans demain; www.contrepoints.org/2013/01/20/111518-leo-ferre-une-vie-d-artise

sur les félins. C'est le fameux mythe de « la dame aux chats », traditionnellement considérée comme une vieille femme seule terminant sa vie autour de dizaines de chats.

En résumé, le mythe du chat de la modernité lui a permis de retrouver une place enviable dans la collectivité. Il n'est plus considéré comme une immonde bête du diable. Il redevient présentable et finit même par côtoyer les élites humaines. Soutenu par différentes œuvres d'art, le chat devient l'animal qui symbolise l'élégance bohème et récupère ses lettres de noblesse. Il est devenu porteur de sensualisme, d'indépendance d'intelligence et de solitude.

2.4.5 Le post moderne : le mythe du chat comme divertissement affectif

Le mythe du chat comme divertissement affectif domine la sphère Internet. C'est l'Internet qui a le plus influencé notre vision du mythe du chat de l'ère post-moderne. Cet instrument génère un folklore avec ses propres mythes, lui permettant de légitimer ses figures culturelles ²⁵. Cette victoire culturelle du chat est le signe d'une « mythologisations » du Web. Le chat y est naturellement le « roi de la jungle Internet », car il colle avec l'esprit frondeur de l'Internet où tout peut être dit. « *Des recherches récentes ont mis en lumière les structures mythiques des images et des comportements imposés sur les collectivités par la voie des mass-medias* ». (Eliade, 1963 : 226). Le succès du chat est lié à une raison simple : la majorité des utilisateurs d'Internet est

²⁵ Il s'agit d'une *figure* emblématique qui joue un rôle essentiel dans la construction et le maintien de l'imaginaire social. David, Peyron .(2013). «Culture geek», Limoges, FYP, Subculture

composée d'un public jeune qui se retrouve dans les comportements associés au chat : ils seraient, d'après le mythe qui les concerne, égoïstes et asociaux. L'indépendance et le côté solitaire attribués au chat sembleraient convenir à leur propre pratique derrière l'écran. Il est d'ailleurs intéressant de noter que l'image du chat est utilisée comme signe d'apaisement sur les forums lors de débat houleux entre internautes.

Sur la toile, l'image du chat est constamment détournée de toutes les manières possibles et inimaginables pour la rendre amusante. C'est le début du phénomène du « Lolcat », image d'un chat avec un commentaire humoristique au second degré, au milieu des années 2000. Le chat s'impose comme la figure plus récurrente et même la plus influente de l'Internet. Le chat est alors musicien, comédien ou acrobate ; il y en a pour tous les goûts. Il a l'avantage que son image peut être utilisée à la fois pour exprimer des choses positives et négatives. Il permet de communiquer de façon simple et efficace, qui parle aux autres comme l'émoticône brisant l'isolation. Se mêle alors subtilement une projection émotionnelle de l'Humain dans l'image du chat pour exprimer autant l'état que le désir.

En résumé, le post-modernisme a fait du chat le roi tout puissant de l'Internet porté par la culture geek du Web. Il incarne l'idéologie de la « société Web » : la liberté, l'individualité et l'indépendance. Avec une génération d'internautes pour qui rien ne semble être sérieux, le chat est un parfait échappatoire du monde réel. L'image du chat produit un moment de détente.

Le point étant fait sur l'évolution du mythe du chat à travers les différentes époques, nous prenons en compte des influences, du mythe du chat post-moderne, sur les clients du Café

à chat. Ce cadre théorique étant inséré dans une perspective relationnelle, il était important de se questionner dans notre recherche sur le rapport entre mythe et réalité des individus. Comment se dévoile le mythe dans les interactions avec l'animal ? Quelles valeurs du mythe émergent des différents échanges avec les chats ? Quels types de communication imaginée recourent au mythe ? Ce sont les questions à partir desquelles la méthodologie a été pensée. Cette opérationnalisation fait l'objet du prochain chapitre.

III. CHAPITRE

3. MÉTHODOLOGIE

Pour répondre aux questions de recherche, plutôt que de recourir aux modèles traditionnels de la communication comme le modèle de la transmission de l'information (information transmission model) (Arundale, 2006), ou encore, au modèle de codage et d'encodage (*encoding/decoding* model) (Arundale, 2006), cette thèse met de l'avant la grille d'analyse du modèle C.A.P. de Lafrance et Lambotte (2011). La particularité de ce modèle est qu'au-delà du message, il s'intéresse aux représentations des répondants, ainsi qu'à leurs « actions » (Lafrance et Lambotte (2011)). Dans ce cadre, la représentation est définie par un processus d'attribution de sens à l'expérience de la relation H/A.

Ce regard communicationnel a guidé à la fois le cadre théorique et la méthodologie de notre étude. Ainsi, pour répondre aux différentes questions de recherche, le questionnaire qui, habituellement, permet de recueillir a posteriori les perceptions des répondants ont été privilégié ainsi que l'analyse de conversation.

Cette méthodologie est détaillée au cœur du présent chapitre. Elle est subdivisée en quatre parties. Dans la première partie, nous allons présenter la mission et l'histoire de notre terrain de recherche, le Café à Chats, et dans la deuxième partie, notre position épistémologique. Dans la troisième partie, nous exposerons notre méthodologie qui comprend l'entrevue et la grille d'analyse C.A.P. et les limites dont nous avons dû tenir compte.

3. 3. LE CAFÉ À CHATS

Pour réaliser notre recherche, il nous fallait trouver un lieu d'expérimentation qui ne soit pas influencé par des éléments perturbateurs poussant nos répondants vers des comportements inspirés par leur image publique. Ce lieu devait offrir un cadre dans lequel ces répondants pouvaient laisser libre cours à ce que leur inspiraient à la fois leurs préjugés et leurs découvertes face au monde animal. Nous avons trouvé ce lieu au Café à chat permettant une expérimentation quasiment *in vitro*.

Le Café à Chat où nous avons mené notre recherche s'inscrit dans le mouvement plus large du Café à animaux.

À travers le monde, de multiples institutions (bars, cafés, restaurants, etc.) font des animaux un objet d'attraction. Des lieux touristiques utilisent la faune locale pour attirer de nouveaux curieux. On pense notamment aux aquariums dont disposent les restaurants asiatiques qui, peuplés de poissons bien gras, attirent le regard. En Floride, les bars transforment en mascottes des crocodiles aussi bien que des tortues et reptiles en tous genres. Appelés « jungles de garage » (Jaclin, 2013 : 12), la possession des animaux n'est soumise à aucun cadre législatif. Bien que dociles et apprivoisés, ces animaux ne sont pas catégorisés comme des compagnons. Ils vivent un partenariat d'exploitation plutôt qu'un partenariat d'affection.

En revanche, certains cafés à animaux se distinguent par leurs règles strictes en ce qui concerne la santé animale. Les animaux doivent être vaccinés, souvent castrés, et sont par ailleurs marqués de façon distinctive pour les identifier. Ces bêtes répondent aux normes

de domestication et se voient conférer un statut d'animaux de compagnie²⁶. Cependant, on ne peut pas encore parler, dans ce cadre, de partenariat d'affection, car il s'agit toujours d'une forme, même douce, de partenariat d'exploitation.

Ce sont des professionnels du dressage et des soins animaux qui rendent possible l'apparition des cafés à animaux, dont font partie les Cafés à chats. Chaque café emploie un dresseur (expert) et un vétérinaire, qui, sur place, préparent les animaux aux contacts humains et déterminent les règles de conduite imposées aux clients.

Ainsi, ils existent deux catégories d'institutions usant d'animaux. Dans l'une, la «jungle de garage» (Jaclin, 2013), elle est le plus souvent un lieu touristique où les animaux ont une fonction décorative et sont porteurs d'exotisme dans un restaurant par exemple. Ils sont insérés dans l'environnement, et en deviennent une valeur ajoutée. Dans l'autre, les cafés à animaux sont construits et aménagés parce qu'il y a présence de l'animal. Tout y est pensé, de prime abord, pour remplir les besoins fondamentaux des animaux (nourriture, soins, ambiance (éclairage, son, façon dont la nourriture est servie). C'est dans cette deuxième catégorie que se situent les Cafés à chat.

Nous allons maintenant voir des institutions qui utilisent des animaux domestiques pour attirer les clients des grandes villes. En plus de la rentabilité de leurs opérations commerciales, les cafés à animaux ont comme objectifs l'éducation du public face aux réalités des abandons massifs d'animaux et la responsabilisation des individus en ce qui a trait à l'adoption.

²⁶ Des chartes dictent des normes strictes. Par exemple, les propriétaires de chien montréalais doivent payer une licence. La ville de Mtl demande aussi de déclarer les chats et de payer annuellement une licence.

Alors que les Cafés à chats et les cafés à chiens s'affichent comme les établissements les plus populaires du genre, ils se distinguent par leur mode de fonctionnement. Les cafés à chiens permettent aux clients de venir avec leur animal, privilège que les Cafés à chats n'accordent pas. Nous nous sommes intéressés plus particulièrement aux Cafés à chats, car il existe très peu d'études sur les relations qu'entretiennent les humains avec les chats, alors que les recherches sur le rapport Humain-chien font l'objet de plusieurs publications.

Le concept de Café à chats est apparu de façon formelle à Taiwan²⁷. Son succès fut rapide, attirant surtout les jeunes cadres des grandes entreprises. Le chat est d'ailleurs un symbole de chance et de réussite sociale dans cette zone de l'Asie. Cette réussite de l'ancienne colonie japonaise va rapidement pousser le concept dans les grandes villes de l'archipel du Soleil-Levant²⁸. Le premier apparaît en 2004 à Osaka, dans le sud, géographiquement près de Taiwan. Son triomphe attire de nouveaux investisseurs, qui en viennent à importer le concept à Tokyo.

En une dizaine d'années, la ville de Tokyo s'est équipée de près de 150 Cafés à chats (Neko-café) aux fonctions toujours plus riches et variées²⁹. Ces Cafés classent les chats par race (race de luxe), par couleur, par genre, par taille, par âge, par activité, par rareté, etc. Les plus rentables sont les Cafés à chatons, qui attirent des milliers de Tokyoïtes par jour. Ce nombre important a conduit à une forte compétition dans ce secteur, et à une surenchère de services. Certains Neko-Cafés sont ouverts 24h sur 24h. Pour ceux qui ne

²⁷ Kanpai; <http://www.kanpai.fr/japon/neko-cafe.html>

²⁸ Kanpai; <http://www.kanpai.fr/japon/neko-cafe.html>

²⁹ GaijinJapan; <http://www.gaijinJapan.org/neko-kissa-cafe-a-chats-au-japon/>

pourraient s'y rendre, un service de livraison de chatons est offert. Les chatons sont alors livrés directement au bureau, les clients bénéficiant dès lors d'une période de contact de 15 à 20 minutes.

Pendant longtemps, ces institutions n'ont pas été encadrées par des lois gouvernementales. Au Japon, les cafés ont vécu de nombreuses dérives initiées tantôt par les clients, tantôt par les responsables d'établissement. Les cas de maltraitance ont tellement augmenté en dix ans que les organisations de protection des animaux se sont mobilisées contre les Cafés à chats. En 2012, suite aux recommandations des associations, le ministère de l'Environnement japonais a dû intervenir dans ce dossier.

L'adoption d'un premier modèle de réglementation pour ce type d'institutions a fourni une base légale suffisante pour permettre aux Neko-Cafés de venir s'installer en Europe. L'ouverture du premier Café à chats a eu lieu à Vienne, en Autriche (Chevalier, 2012³⁰). Il a fait l'objet d'une bataille juridique en termes d'hygiène, entre la ville et la propriétaire d'origine japonaise. Cette dernière s'appuiera sur la législation japonaise pour gagner l'autorisation d'ouvrir le Café à chats.

Suite à cette ouverture, d'autres Cafés à chats sont apparus un peu partout en Europe entre 2012 et 2015. La France présente un cas particulier : il existe trois Cafés à chat, à Paris (2013), Nice (2014) et Strasbourg (2014), qui ont subi d'énormes pressions de la part des associations de protections des animaux. Le lobby de protections des animaux a une longue tradition en France. C'est le pays avec la réglementation la plus stricte en matière de café à animaux.

³⁰ Mathilde, Chevallier, [L'Internaute](#), « *Le premier "bar à chats" d'Europe ouvre à Vienne* » [\[archive\]](#), sur [Linternaute.com](#)

C'est sur le modèle français que le premier Café à chats d'Amérique du Nord a ouvert ses portes à Montréal en 2014, ce qui a inspiré d'autres ouvertures au Canada en 2015. Il existe d'autres Cafés à chats à Vancouver et à Chelsea. Aux États-Unis, six Cafés à chats ont ouvert leurs portes en 2015. À leur tour, les villes d'Oakland, de Naples, de Denver, de New York, de San Diego et de Portland ont importé le concept. En Amérique du Nord, la compagnie Uber propose ce service : « *les boules de poils seront livrées le jeudi entre midi et 16h. Quinze minutes de « ronronthérapie » coûtent 49 dollars canadiens* » (TVA nouvelles, 2015 : Paragraphe 2³¹). Au Mexique, la ville de Mexico a assisté à l'ouverture de son premier Café à chats au printemps 2015. Il s'agit là d'un phénomène mondial qui prend de plus en plus d'ampleur.

3.1 Café à chat

Le cadre, dans lequel la relation H/A se produit, construit des variations de l'ordre imaginée H/A. L'influence du cadre « ouvre » ou « ferme » les capacités de l'Humain à recourir au mythe décrit par Harari (2014). Il existe plusieurs modèles de relations avec les animaux dans les Cafés à chats. Dès à présent, pour alléger la lecture, nous remplacerons *Café* à la place part *Café à chat*. Ces relations sont influencées par deux facteurs : l'environnement et le contact avec les chats. Pour comprendre les différents cadres, nous proposons des analogies contextuelles permettant de les classer et de les nommer en fonction de la liberté de mouvement des chats : le monastère (fermé), le couvent (semi-ouvert), le cloître (ouvert). Comme notre thèse ne porte pas sur ces

³¹ TVA nouvelles, (2015), paragraphe 2, <http://www.tvanouvelles.ca/2015/02/11/uber-vous-livre-un-chaton-au-bureau>

analogies, nous nous permettons d'attribuer un sens assez large aux termes que nous mobilisons dans le seul but de faire image des différences entre ces cadres.

Dans le monastère, l'environnement est constitué de petites cellules individuelles. Le client s'installe dans cette zone fermée avec sa collation, un serveur lui apporte, dans une cage, le chat de son choix. Le client ouvre alors la cage de l'animal pour profiter d'un moment privilégié avec le chat. Des jouets et des instruments de brossage pour chat sont à sa disposition. Le client loue la compagnie du chat sur lequel il a une relation de pouvoir absolu et exclusif. Au niveau des contacts, l'Humain peut attraper le chat, que ce dernier soit d'accord ou pas. Le chat est comme un jouet en peluche. C'est le cadre de Café à chats qui fait l'objet de la plus grande demande. Mais ce cadre soulève de nombreuses critiques. Les chats sont constamment en captivité; ils passent d'une cage à une autre et de mains en mains. Ils sont aussi exposés dans les vitrines tard le soir jusqu'à la fermeture du Café. Cela a provoqué de sévères dénonciations au Japon où leur sort rappelait celui des prostituées. Les chats sont achetés dans des établissements dédiés à l'élevage professionnel.

Dans le couvent, on retrouve une ambiance spécifique qui est inspirée du décor des temples zen japonais. Les Cafés jouent alors sur le décor et la spiritualité New-Age : lumières tamisées, musique douce, bois omniprésent. On y trouve souvent des artefacts religieux, comme des statues et des tableaux bouddhistes. Le mot d'ordre est la relaxation et la détente. Les espaces sont plus ouverts. Pour le contact, les chats peuvent être caressés et même faire l'objet d'une réservation (choix) par les clients, mais ils ne peuvent être attrapés et manipulés n'importe comment. Élargissant le marketing

émotionnel, la boutique annexée au café vend des objets à thème félin ou spirituel : tasse, porte-clés, bijoux.

Les chats ne sont pas dans des cellules, mais dans un grand espace de vie. Il est d'usage de réserver un chat ou plusieurs chats pour passer du temps avec eux. Mais les chats ont la possibilité d'interagir avec plusieurs humains et avec d'autres chats en même temps, à la différence du rapport exclusif imposé par la cellule. Par ailleurs, les serveurs du café surveillent le comportement des clients pour éviter les débordements. Les animaux proviennent là aussi, d'établissements dédiés à l'élevage professionnel, mais ils peuvent aussi faire l'objet de don. Des adoptions ou des achats de chats sont possibles sur place.

Les établissements que nous comparons au cloître n'interdisent aucun espace aux chats. Ils peuvent aller et venir à leur guise dans tout l'espace du café, mais ne peuvent en sortir. De plus la structure du Café à chat est pensée avec la collaboration de vétérinaires professionnels et d'éduchateurs (jeu de mots avec éducateurs de chats), pour le confort des félins. Les chats sont dressés et socialisés par ces spécialistes du comportement animal. Les règles auxquelles doivent se plier les clients sont strictes, car ces cafés accordent une importance toute particulière aux droits des animaux. Les chats ne peuvent pas faire l'objet d'une réservation, ne peuvent être attrapés ni contraints. Les chats peuvent partir quand bon leur semble. Le rapport est plus ouvert pour les animaux. Des objets et services vétérinaires sont vendus dans une boutique attenante. Ils sont destinés au chat et non, comme dans les boutiques des autres cafés, aux fantaisies humaines.

La philosophie du lieu tourne autour du respect des animaux. De nombreux ateliers et conférences sur les chats sont proposés pour sensibiliser les clients à la condition animale. Ces cafés servent souvent d'intermédiaires entre les associations de protection des animaux et le public. Les chats ne peuvent être adoptés que lorsqu'ils sont trop vieux ou malades pour rester dans le café (âge à la discrétion du propriétaire). Il y a un suivi de l'adoption sur les réseaux sociaux par le Café à chat. Le lien continue même lorsque le chat est à la retraite (chat adopté). Les chats sont pour la majorité issus de fondations privées et d'associations de protection des animaux. Lorsqu'il y a des chatons dans ces Cafés à chats, l'adoption doit se faire sur une longue période, soit de quatre à six mois. Les chatons sont en général dans les cafés pour être directement adoptés. Ils ne sont pas spécialement formés ni utilisés pour devenir adultes dans le Café à chat.

Pour réaliser notre travail de terrain, nous avons choisi le Café Chatl'Heureux, nous basant sur le cadre du cloître. Nous justifions ce choix par le fait que la liberté laissée au chat permet de supposer que l'on y trouve l'obligation de communication entre l'Humain et l'animal, notre sujet d'étude.

3.2 Café à chat l'heureux

Le terrain : le café Chat l'Heureux de Montréal, 172 Duluth Est,
Montréal H2W 1H3, 438-333-1505

Nous avons pour sujet la communication imaginée dans la relation H/A, c'est pour cette raison que le café à animaux : le Café Chatl'Heureux a été choisi pour constater ce phénomène. Il s'agit d'un café et restaurant sur le thème du chat à Montréal. Il est ouvert à tout public, sans prix d'entrée. C'est un lieu où il est possible de profiter de la compagnie de douze félins, tout en dégustant un repas végétarien ou une boisson sans alcool faits avec des produits de qualité. C'est un espace créé pour la détente tout en bénéficiant d'un contact prolongé avec des chats. L'architecture de ce lieu a été conçue pour favoriser les interactions humaines/félines.

Plusieurs raisons ont motivé le choix de ce café. Le Chatl'Heureux, situé sur la rue Duluth au cœur du Plateau Mont-Royal à Montréal, attire une clientèle diversifiée. Nous l'avons choisi à cause de l'originalité du lieu pensé pour profiter de la présence féline : d'une capacité de 50 à 60 personnes), la salle longue et étroite permet aux clients et au personnel de circuler et de voir les interactions de chacun avec les chats. Finalement sa grande réputation dans les différents médias québécois, ainsi que sur les réseaux sociaux a fait que le Chatl'Heureux apparaissait être un endroit tout désigné pour être notre terrain de recherche.

Le Café Chatl'Heureux se veut notamment un endroit où se détendre, se relaxer grâce à la présence des chats. De manière plus concrète, le Café a pour objectifs spécifiques de :

1) réunir avec des chats des personnes de tous horizons ne pouvant avoir d'animaux domestiques dans leurs logements, mais pouvant se retrouver dans un lieu multisensoriel pensé avant tout pour les chats.

2) produire des activités autour du comportement félin avec des spécialistes, afin de faire des transferts de connaissances vers le public; le Café Chatl'Heureux offre périodiquement des conférences de vétérinaires, de la zoothérapie pour personnes âgées et personnes atteintes de handicaps et des ateliers pour les enfants.

3) être une plateforme en centre-ville pour promouvoir le bien-être animal, pour sensibiliser les citoyens aux besoins des félins et aux réalités d'un animal de compagnie dans un contexte urbain. Il cherche aussi à faire la promotion de l'adoption dans les refuges et, dans tous les cas, d'une adoption plus réfléchie. C'est ainsi que le Café espère convaincre les candidats à l'adoption d'un chat que celle-ci ne doit pas se faire uniquement des caractéristiques physiques de la bête, mais aussi en fonctions de ses habitudes comportementales.

Le Café est aménagé en trois sections :

1) la section du fond avec des sièges et sofas rembourrés, des banquettes et des tables basses carrées et légèrement ouverte sur un grand tapi et c'est là que se situe l'entrée pour la salle des chats, litière et nourriture pour animaux inaccessibles pour les clients ;

2) la section principale au centre de la salle possède des banquettes le long du mur et plusieurs tables carrées (environ dix ou douze) avec des chaises en bois basses et creuses, est dominée par le comptoir;

3) la section à l'entrée est composée d'un sas pour enlever les chaussures, à droite les toilettes, en face, le comptoir principal sur lequel il y a la caisse et tous les produits vendus par le café. Ces sections rendent plus « intimiste » cette salle assez grande. La salle est bien rangée et propre; de nombreuses installations pour chat ont été installées sur les murs et les plafonds (installation murale pour félin)³². Aussi, il y a beaucoup d'espace pour circuler malgré le fait que les chaises soient relativement larges (même lorsque la salle est pleine, il est possible de bien s'y déplacer). Comme il n'y a pas de scène distincte, cet espace n'a pas été conçu pour recevoir des spectacles. L'éclairage est tamisé et la salle est assez sombre, sauf vers l'entrée où de grandes fenêtres donnent sur la rue. De la musique joue modérément. Par ailleurs, le café offre une gamme distinctive de produits alimentaires (il y a choix considérable de boissons sans alcools, soupe, sandwich, salade, etc.). De plus, le lieu atypique par la présence des chats qui attire des clients curieux et pas uniquement des amoureux des animaux.

Nous avons eu accès à un terrain de recherche remarquable. Toute notre reconnaissance va aux participants que nous avons rencontrés sur le terrain : les clients, les serveurs et le personnel de restauration. Sans leur collaboration, mais surtout sans celle du propriétaire, ce projet n'aurait jamais pu se matérialiser. Nous avons choisi une méthodologie qui va au plus près de la pratique des acteurs en action. Nous avons eu la chance d'avoir

³² Purebreak, <http://www.purebreak.com/news/-insolite-voici-l-aire-de-jeu-la-plus-dingue-que-vous-puissiez-offrir-a-votre-chat/69827>

rencontré le propriétaire d'un café à animaux qui nous a fait l'honneur de nous autoriser à mener notre recherche dans son établissement. Il y a eu une première rencontre au cours de laquelle il nous a parlé de l'histoire de son Café, de ses intentions et de ses projets. Après une période d'observation de plusieurs jours, nous l'avons à nouveau rencontré pour échanger sur notre projet de recherche. Au cours d'une troisième rencontre, nous avons convenu des conditions de faisabilité de la recherche.

3. 2 POSTURE ÉPISTÉMOLOGIQUE

Avant d'aborder notre méthodologie, nous souhaitons présenter notre posture épistémologique. Pour répondre aux questions soulevées dans notre problématique de recherche, nous avons choisi d'exploiter la grille d'analyse du modèle du C.A.P. (Lafrance et Lambotte, 2011) en mettant l'emphase sur le mythe vécu par les clients du café dans leur rapport aux chats. Notre cadre épistémologique mixte se fonde sur des prémisses constructivistes et interprétatives, ces positions étant pour nous complémentaires dans le cadre de cette thèse sur les relations H/A.

3.2.1 Position interprétative

Notre hypothèse ne peut se comprendre qu'avec la position interprétative. Celle-ci vient des écoles phénoménologiques, qui s'intéressent au sens que les individus attribuent à leur expérience vécue, et de l'interactionnisme symbolique, qui se penche sur le sens construit dans les interactions. Elle interroge les significations et les symboles que

produisent les acteurs dans la communication avec le monde social. Dans le cadre de cette thèse, nous nous sommes basés sur la définition de la position interprétative suivante : « *La compréhension du sens que les acteurs donnent à la réalité; les intentions, les motivations, les attentes, les raisons, les croyances des acteurs; qui porte moins sur les faits que sur les pratiques.* » (Pourtois et Desmet, 1998 : 27-28).

La position épistémologique interprétative est centrée sur l'individu et son expérience vécue dans la réalité en imagination et en pratique.

« the idea of interpretive turns us to both the hows and the whats of social reality; its empirical purview relates to both how people methodically construct their experiences and their worlds and the contextual configurations of meaning and institutional life. » (Holstein et Gubrium, 2011 : 342).

L'imaginaire en action est une dimension très présente chez un très grand nombre de propriétaires d'animaux domestiques, qui pensent que l'animal comprend dans sa totalité le langage humain. Il y a une construction de la réalité de cette relation H/A par la communication.

L'interprétation produite par le sujet est conçue comme subjective et contextuelle de son milieu interactionnel (Wilkinson, 2011; Holstein et Gubrium, 2011). Ainsi, un travail de compréhension doit être mené par le chercheur. Ce dernier doit, en effet, aller chercher les connaissances et les informations détenues par les répondants pour faire sens de leurs représentations. La représentation y est entendue comme un processus d'attribution de sens, agissant dans la construction sociale de la relation H/A. Alors que toute situation est perçue comme processuelle, la connaissance d'un phénomène est toujours inachevée et

elle se construit constamment dans les interactions du sujet avec le monde (Klotz et Lynch, 2007; Holstein et Gubrium, 2011), le rôle du chercheur est d'observer l'évolution des savoirs pré et post-interaction à partir des matériaux recueillis à chaque rencontre. Le chercheur devient le décrypteur du phénomène au travers du sens que lui donne le répondant. Selon la position interprétative, le chercheur suppose une vision pluraliste et dynamique de l'objet de recherche (Grosjean et Bonneville, 2011). Sur cette base, nous nous attachons donc à voir les représentations de chaque répondant évoluer dans le temps, et ce, en menant, pour chaque participant, un entretien mensuel sur trois mois.

Pour questionner le sens que les répondants donnent à la réalité, la méthode de l'entretien semi-dirigé nous est apparue tout indiquée (Yanow, Dvora et Schwartz-Shea, Peregrine, 2006). Cette méthode permet de saisir l'interprétation des répondants par l'analyse attentive de leurs propos. Comme le soulignent Grosjean et Bonneville, « *les chercheurs interprétatifs utilisent les entrevues en profondeur [dans leurs travaux]* » (Grosjean et Bonneville, 2011 : 191). Ainsi nous avons décidé d'utiliser un cadre théorique interprétatif.

La recherche du sens des représentations H/A³³ étant, selon nous, complexe³⁴, nous avons privilégié la position interprétative tout en gardant une certaine réserve, qui est en lien avec le fait que le processus d'explication est limité pas les mots et la subjectivité du chercheur (Prasad et Pushkala, 2005; Klotz et Lynch, 2007; Berger et Luckmann, 1966),

³³ Les représentations H/A demandent aux répondants de donner du sens à des gestes qui sont souvent inconscients pour l'humain (Hall, 1997a, p. 28).

quant à la manière de produire des connaissances sur des représentations H/A. Cette réserve a été comblée par des éléments de l'approche constructiviste.

3.2.2 Position constructiviste

Après avoir constaté les limites de la position interprétative, nous sommes arrivés à la conclusion que la seule façon d'étudier la relation H/A était d'utiliser aussi un cadre méthodologique constructiviste. Nous abordons la position constructiviste parce que, comme mentionnée précédemment, elle est là pour compléter la première posture adoptée. Dans une perspective constructiviste, nous utilisons la construction empirique de la théorie afin d'analyser nos entrevues. Elle permet de décrire et de comprendre la construction de la réalité sociale à partir des réactions des individus interrogés (Piaget: 1974; Bruner: 1991), et en rapport avec un événement surgissant de leur histoire : « *there is a view that descriptions and accounts construct the world, or at least versions of the world.* » (Kidd, 2002 : 445). Comme nous l'avons vu avec Harari (2014) l'ordre imaginaire est partie intégrante de la construction de cette réalité; elle la cadre. Une telle démarche s'inscrit dans une position constructiviste des relations sociales, position épistémologique selon laquelle les individus sont au cœur du processus qu'ils vivent. Ils construisent leurs relations sociales.

Selon cette approche, il existe autant d'interprétation du mythe collectif que d'individus (Bruner, 1996). Chacun des répondants a un monde de représentations, certaines s'entrecroisant dans un même mythe. Les acteurs fabriquent la réalité de leur monde vécu. Il y a alors la réalité des acteurs qui se superpose sur le réel comme une réalité

augmentée. Ils fabriquent alors des réalités secondaires que nous appelons des applications, auxquelles ils adhèrent et croient (Watzlawick, 1968). Par exemple, des humains peuvent croire que les chats sont à même de reconnaître leur visage en vertu d'une construction commune de sens, et ce, malgré la mauvaise vision des chats (Paget, 2014).

La position épistémologique constructiviste part du principe que la connaissance d'un phénomène est toujours inachevée et qu'elle se construit dans les interactions du sujet avec le monde (relation et contexte), à travers un cadre commun produit par la communication. C'est pourquoi nous avons tenu à faire avec nos répondants plusieurs entretiens sur une période de plusieurs mois. Nous avions dans l'idée que cette réalité allait être légèrement différente à chacune de nos rencontres puisque le processus de nos répondants continuerait entre et pendant les périodes d'échanges.

Dans le cadre de cette thèse, nous nous baserons sur la définition de la position constructiviste suivante : « *Le constructivisme fait du monde social le produit de l'action des individus à partir de leurs représentations subjectives du monde, ce dernier n'existant à la limite qu'à travers elles.* » (Grosjean et Bonneville, 2011 : 94). Tel qu'indiqué préalablement, la représentation (sens) est toujours au cœur de la relation H/A comme élément de construction de celui-ci. Le sens n'est donc plus appréhendé en rapport à l'acteur, comme le postule la position interprétative, mais plutôt en lien avec la communauté (Piaget, 1974). Les autres influencent l'interprétation. Les chercheurs guidés par cette approche étudient les mécanismes de la construction sociale du sens chez les acteurs sociaux : « *de nombreux scientifiques se sont [...] préoccupés et se*

préoccupent de savoir comment les acteurs sociaux construisent leurs visions du monde, gèrent leurs différences d'interprétation et agissent pour faire face aux problèmes qui leur apparaissent [en sciences humaines]» (Mucchielli, 2004 : 32) L'idée centrale de la position constructiviste est que les faits (phénomènes) étudiés sont construits directement par les interprétations des acteurs, et que d'autres acteurs auraient pu construire les phénomènes différemment. Les faits sont vus comme contextuels, liés aux répondants et au chercheur qui sont mis en relation. Selon Mucchielli (2005), « le rapport entre tous ces éléments est la clé du sens et de la connaissance.» (Mucchielli, 2004 : 30).

En construisant une connaissance, c'est-à-dire en donnant du sens à la représentation construite d'un phénomène, on en découvre les mécanismes. Dans la position constructiviste, la réalité est comprise et problématisée comme une co-construction du chercheur et des répondants (Weider, 1988). Les problèmes ne sont jamais donnés; ils sont construits et sont créés par le chercheur pour répondre à cette tension. Dans le cadre de cette thèse, un regard a donc été posé sur la tension entre savoir et savoir en construction, tension que nous avons appréhendée en interrogeant les relations H/A au café ChatL'Heureux.

3.2.3 Propositions d'une épistémologie mixte

Nous pensons qu'il est pertinent de répartir dans notre thèse les deux positions épistémologiques de la manière qui suit : l'approche interprétative au niveau de l'analyse

et le constructivisme au niveau des pratiques de recherche. Ainsi, elles s'enrichissent et se complètent intelligemment sans se nuire.

Plusieurs auteurs (Blumer, 1969; Wieder 1988; Potter & Hepburn, 2008) montrent que les deux positions épistémologiques restent suffisamment proches et compatibles sur certains aspects ontologiques pour pouvoir se mélanger sans dissonances, malgré le fait qu'elles proviennent de deux ethnométhodologies bien différentes, comprenant des paradigmes distincts (Potter et Hepburn, 2008). La grande différence entre les deux est basée sur le fait que l'interprétatif fait de l'analyse du sens dans une reconstitution de la réalité stable et homogène, même si le sens évolue avec le temps ou les expériences. Alors que dans le constructivisme, le sens n'est jamais fixe, toujours en construction, et reste influencé par l'interaction avec le chercheur. Mais comme le soulignent les auteurs, elles sont surtout pleines de ressemblances. Bien qu'il existe plusieurs variantes du constructivisme (analytique, sociale) et de l'interprétativisme (symbolisme interactionnel, pratique narrative) des éléments clés de chacune peuvent facilement s'additionner et s'enrichir mutuellement.

La manière de problématiser et conceptualiser la réalité des acteurs est similaire. « *This turn researcher's attention to how members accomplish a sense of social order.* » (Blumer, 1969 : 65). Ensuite, les deux positions s'intéressent à la manière dont le social se construit dans les interactions. Donc, le support de l'objet de recherche est fondamentalement le même. Les frontières érigées entre les deux épistémologies sont plus de l'ordre de la nature même des disciplines de sociologie, psychologie et d'anthropologie, plus que des conflits épistémologiques.

Par ailleurs, une méthodologie, inspiré de l'ethnographie a créé des ouvertures entre les deux positions épistémologiques, en étant utilisé dans de nombreuses recherches interdisciplinaires (Potter et Hepburn, 2008). L'ethnographie est une méthode de collecte de donnée utiliser dans de nombreuses disciplines de sciences humaines. Domaines de recherches qui travaillent en équipe interdisciplinaire ce qui explique qu'il existe des formes d'hybridation méthodologique, comme nous le proposons dans cette thèse.

De plus, les deux positions épistémologiques utilisent la notion de représentation mobilisée dans notre grille d'analyse du modèle C.A.P. pour saisir les mythes de la relation H/A. Concept aussi bien employé par la position interprétative que constructiviste. La représentation est devenue, pour nous, le marqueur de la communication, soit l'indice par lequel nous avons été à même d'explorer le monde H/A des répondants.

Le choix de cette position mixte se base sur une volonté d'approfondir les connaissances actuelles en matière des communications et des représentations H/A, d'amorcer une réflexion sur les théories existantes et de parvenir à une explication conceptuelle transférable.

La position épistémologique mixte ayant été expliquée ci-haut, nous présentons maintenant un travail de préterrain qui a été effectué en vue de préparer la recherche.

3. 3 PRÉ-TERRAIN

3.3.1 Étude exploratoire / préliminaire

Ce chapitre détaille l'étude exploratoire menée auprès de clients du café Chatl'Heureux pour mieux identifier les enjeux de notre terrain³⁵. Il est important pour le chercheur d'avoir un contact, même court, avec le terrain ou les acteurs avant même de lancer sa recherche. De cette manière, il établit, entre lui et son terrain, une relation scientifique (Laburthe-Tolra, 1998). Inspirés par cette idée, nous avons cherché à nous familiariser avec les pratiques de relation H/A à Montréal.

Cette section est subdivisée en trois parties. Dans la première partie, une justification des choix de recherche, prévalant en cette première étape, est proposée, tandis que dans la seconde partie, des explications sont offertes sur la collecte des données et sur les pistes dégagées. Finalement, une conclusion sur cette étape de recherche préliminaire est présentée.

Toute la difficulté d'une étude exploratoire est de ne pas arriver trop tôt sur le terrain. Il y a en effet un risque d'être submergé par les données et de voir sa lecture s'opacifier, d'autant plus que les impératifs de temps ne laissent que rarement plusieurs années de terrain aux chercheurs. C'est un point important sur lequel l'ensemble des experts en

³⁵ Nous retenons le terme de terrain au sens large, c'est une réalité matérielle, sociale et symbolique. Le terrain est un contexte de la recherche. Tout en gardant en tête que notre terrain regardé par un chercheur différent révélera toujours des facettes différentes des nôtres.

méthodologie s'accordent (Dumez, 2013; Arborio, Fournier et Singly, 2010; Chabot et Pomerleau, 2004; Morin, 1997; Mullings, 1984; Spradley, 1979). Une étude exploratoire est nécessaire pour : *« vous éviter de foncer sans distance critique ou sans la moindre connaissance empirique préalable dans un amas désordonné de lectures et la construction hâtive d'une problématique de recherche. »* (Fugier, 2009, Paragraphe 11).

C'est après avoir constaté la rareté d'informations au sujet des implications mythologiques et communicationnelles des relations H/A, que nous avons choisi de rencontrer les clients du café ChatL'Heureux. Étant donné ce manque d'information, notre pensée n'était pas encore complètement structurée par rapport à l'objet de recherche. Cela nous a permis d'être assez flexibles et de nous montrer ouverts à l'apport de nouveaux éléments de réflexion : *« Lorsque le chercheur débute une recherche exploratoire, il peut aller « flairer » le terrain. Il s'agit alors d'expérimenter la pertinence et la faisabilité de ses premières pistes de recherche, de sa question de départ voir simplement de son thème de recherche, si aucune question de départ n'est encore formulée. »* (Fugier, 2009, Paragraphe 5).

Nous sommes donc allés flairer le domaine du café à chats au Québec. Nous avons interrogé et observé les clients sur le terrain. Ils nous ont inspirés par pour l'élaboration de notre méthodologie. Ils nous ont surtout orientés vers des problèmes et des enjeux complètement occultés dans la littérature académique, qu'il s'agisse de relations H/A ou de zoothérapie classique.

3.3.2 La pré-enquête : une période d'ajustements

La popularité médiatique de la zoothérapie au moment où nous avons amorcé notre recherche exploratoire, explique que nous ayons d'abord songé à nous inscrire dans ce cadre.

Cette enquête exploratoire était au départ orientée vers le travail de zoothérapie, de « ronron thérapie » et, en général, de bien-être Humain au contact des chats. Nos pensions donc à, l'usage d'un médiateur animal et au rôle de la communication entre les différents partenaires d'une thérapie (Michalon, 2011). Cette étude nécessitait un portrait détaillé de la relation H/A dans le café. Nous avons retenu trois questions semi-ouvertes. Ainsi, les questions principales ayant été posées pendant cette enquête exploratoire sont les suivantes : Qu'est qu'une relation H/A? Comment vit-on la relation H/A? Quels sont les enjeux communicationnels de cette relation ?

Ces trois principales interrogations ont permis, au regard des réponses, d'avoir une idée des différents usages que les clients font de l'animal, mais aussi, de voir les orientations qui fondent les usages de leur bien-être (partenariat d'affectivité). En posant la première question, nous cherchions à savoir s'ils entretenaient des rapports spécifiques avec la pratique de contact H/A que le répondant était en train de vivre. Car, même en misant sur des perceptions héritées et partagées, nous supposons que tous les animaux et toutes les pratiques n'occupaient pas la même position dans l'esprit du participant. La deuxième question cherchait à cerner, en dehors de la définition générale, où se situait notre interlocuteur dans cette multitude de pratiques et quel type de communication il pensait entretenir avec les chats du café. La troisième question a été mise de l'avant pour

chercher à cerner les postulats comportementaux du contexte social et médiatique dans lequel évolue le client. Et finalement, nous avons pu faire des observations pendant deux journées pour ce préterrain.

3.3.3 Découvertes issues de la recherche préliminaire

Suite à de riches rencontres avec les différents répondants, des sujets et des thématiques récurrents ont émergé des notes et discussions. Deux éléments semblaient préoccuper les clients du café Chat L'Heureux.

La première préoccupation des clients était celle du bienfait que procure le contact de l'Humain avec l'animal sur l'humain (lutter contre l'angoisse) et le manque de reconnaissance sociale de ce dernier, car le répondant était convaincu que ce bienfait de l'animal sur la santé humaine était considéré comme ésotérique.

La seconde préoccupation était d'ordre plus expérientiel. Les répondants avaient besoin de croire en une relation spéciale avec le chat, de faire comme si le chat les choisissait en vue de développer une relation.

Les répondants nous ont parlé de ce lien particulier entre les acteurs H/A, au Café à chat. Ils étaient convaincus qu'une partie de leur activité était d'avoir une relation spéciale, comme dans une bulle. Certains aimaient interagir avec les animaux pour oublier le stress du travail. D'autres avaient besoin de l'animal pour parler aux humains : *« C'est sûr, on parle à d'autres par et à travers le chat. La communication est essentielle si je veux aller*

mieux. » (Répondant, communication personnelle, 5 février 2014). Nos interlocuteurs ont insisté sur le fait que la « ronronthérapie », qui était notre premier objet de recherche, consistait en fait en un espace de communication passant par une interaction spéciale avec un chat.

Nous avons alors résumé l'apport du préterrain en induisant du discours des répondants leur conviction que la relation H/A ne pouvait exister sans une relation étroite entre les deux acteurs.

Dans les faits, l'animal était toujours au centre de la relation, mais il était complètement anthropomorphisé. Pour que le bien-être apparaisse, l'Humain utilisait son interlocuteur animal comme un double de lui-même, ce qui peut être considéré comme une communication qui ne peut qu'être imaginée.

Comme nous l'avons vu, en analysant les propos des répondants, le contact produit une forme de connexion interactionnelle singulière entre les différents acteurs H/A qui la composent. Cette connexion permet d'animaliser le client, surtout les enfants, mais aussi d'humaniser le chat et ainsi de sortir des cadres conventionnels de la société. Dit autrement, de « s'humanimaliser », ce qui permet aux acteurs de se reconnaître lui-même, mais différemment. Comme le disait un répondant : « *Tu sais, c'est toujours joyeux de voir des personnes s'allonger au sol pour jouer avec un chat* » (répondant, communication personnelle, 18 mars 2014). Cette attitude, qui ne serait pas acceptée dans un endroit public, est en quelque sorte encouragée dans le contexte du café à chats. Elle a pour but de changer la sensibilité des acteurs H/A pour les connecter entre eux. En effet, la relation H/A est un autre moyen de traiter la souffrance, la solitude et certains maux

sociaux vécus par les clients, en décalant/déplaçant/modifiant le cadre relationnel et en ajoutant du « vivant animal » à l'échange même imaginé. Ce sont ces éléments qui nous ont permis de reconstruire et préciser notre hypothèse de départ en y introduisant la notion de communication imaginée.

En résumé, cette étude exploratoire nous a permis de rencontrer directement six clients réguliers du Café Chat L'Heureux, et de prendre connaissance de leurs points de vue sur le lieu et sur les relations H/A dans ce cadre. Nous avons pu, aussi, saisir les enjeux propres au milieu du café à chats, de voir les manières dont les perceptions de la relations H/A s'incarnent, et enfin, d'évaluer l'importance de la communication imaginée H/A. Car cela nous a amenés à aborder la notion de représentation. En échangeant avec les répondants, notre regard a pu se décoller de la relation client-animal pour aller saisir l'ensemble de la perception de la relation H/A. Notre objectif est devenu d'analyser la présence de la communication imaginée dans la perception que les clients ont de leur relation avec les chats, en décomposant leur discours grâce aux différents éléments de la grille d'analyse du modèle C.A.P. (Lafrance et Lambotte, 2011).

Pour s'intéresser aux perceptions, il est normal d'utiliser l'entretien comme méthode de collecte de données.

3. 4 L'ENTRETIEN COMME MÉTHODE DE COLLECTE DE DONNÉES

Comme nous nous intéressons aux perceptions de la relation H/A, nous avons choisi l'entretien qui permet de mettre en lumière la manière dont les individus constituent leur univers à partir de représentations. Les représentations n'étant accessibles que par le discours, nous avons donc opté pour cette technique de collecte de données. Or, il existe plusieurs types d'entretien. Le texte qui suit permet d'expliquer et de justifier le choix de l'un d'entre eux.

3.4.1 L'entretien directif

L'entretien directif suppose un encadrement rigoureux des répondants. Fortement structuré, ordonné et précis, il est surtout utilisé en recherche quantitative et se fonde sur une logique stricte d'enchaînement des questions. Les répondants sont donc limités en ce qui a trait à leur expression, ce qui peut d'ailleurs créer une redondance au niveau de leurs réponses. L'ordre dans lequel les questions sont posées est établi d'avance. Par ailleurs, ce type d'entretien facilite la gestion de la durée.

Suite à notre démarche de préterrain, nous avons compris que la représentation de la relation H/A ne pouvait émerger qu'à travers la discussion. Les questionnaires que nous avons établis ne favorisaient pas ce genre d'échange. Les répondants avaient tendance à ne pas s'attarder sur les questions, mais préféraient raconter des histoires.

Nous avons choisi de ne pas utiliser l'entretien directif comme méthode de collecte de données, le but de nos entretiens étant de faire surgir, sans les appeler, les éléments de la communication imaginée vécus par les répondants dans le contexte du café Chat L'Heureux. Avec des questions trop cadrées, les répondants ne peuvent exprimer les mythes qui guident leurs actions, alors que les questions trop précises les conduisent à rationaliser leur action et ainsi masquer l'influence de ses mythes.

3.4.2 L'entretien compréhensif

Issu de la *Grounded Theory* (théorie ancrée), l'entretien compréhensif a été mis de l'avant par Glaser en 1967. Il suppose une construction de l'entretien sur le terrain, la problématique de recherche n'étant pas établie au préalable. Ainsi, le chercheur est amené à se laisser surprendre sur le terrain, à être actif et souple face à sa démarche. Bien que ce type d'entretien puisse paraître peu rigoureux, il suppose une spontanéité et un engagement d'une grande utilité dans certains cas.

Nous n'avons pas opté pour cette méthode de collecte de données, car elle suppose une absence d'encadrement de la part du chercheur et une disposition à voir émerger des pistes de recherche de façon tout à fait imprévisible. Or notre hypothèse de recherche exigeait une concentration certaine autour des phénomènes permettant de la justifier.

3.4.3 L'entretien non directif

Ce type d'entretien non directif fonctionne avec des questions générales. Il est de type compréhensif ; il s'intéresse aux normes, aux valeurs et à la culture. L'entretien non directif (ouvert) donne lieu à une meilleure compréhension d'une trajectoire ou d'un parcours individuel. On laisse le répondant dire ce qu'il a à dire, le but de l'entretien non directif étant de l'influencer le moins possible. Ce type d'entretien exige une grande disponibilité de la part du répondant, qui a la possibilité de prendre plusieurs jours pour répondre à une seule question. Il est alors invité à livrer un témoignage global de sa vie.

Nous n'avons pas retenu cette méthode d'entretien, car nous nous intéressons à un phénomène qui implique de l'inconscient et qui se vit sur une courte durée. Nous avons avant tout cherché à étudier ce qui se passe au Café Chat L'Heureux sur une période de trois mois.

3.4.4 L'entretien semi-directif

L'entretien semi-directif est la méthode que nous avons choisie dans cette thèse. Il est communément utilisé en sciences humaines et sociales pour étudier les perceptions. Alimenté par des thèmes et non par des questions, comme dans le cas de l'entretien directif, ce type d'entretien favorise l'instauration d'un climat de confiance entre le chercheur et le répondant. C'est d'ailleurs l'interaction chercheur-répondant qui vient en déterminer le déroulement.

Nous avons choisi cette méthode de collecte de données, car elle permet aux répondants d'exposer les éléments vécus de sa relation H/A avec plus d'aisance. Comme indiqué préalablement, l'entretien semi-directif se veut souple. Il est favorable aux allers-retours et laisse place à un jeu de réactivité entre le chercheur et la personne interrogée.

Selon Sauvayre (2013), ce type d'entretien comporte aussi bien des avantages que des inconvénients. En termes d'avantages, il suggère que l'entretien semi-directif tend à conférer une plus grande sérénité à l'enquêteur. Ce dernier n'en demeure pas moins rigoureux dans ses démarches de recherche. Même si ce type d'entretien participe à définir le cadre de l'interaction, il se fonde sur un guide qui laisse place, néanmoins, à une grande diversité de questions. Or, le mythe que nous cherchons à débusquer se présente sous une multitude d'apparitions variables.

En termes d'inconvénients, l'auteur Sauvayre (2013) pose que le guide de thèmes puisse devenir une composante susceptible de distraire le chercheur dans son écoute du répondant et dans sa manière de le relancer. C'est un danger que nous avons tenté de réduire en procédant à trois entretiens entrecoupés d'analyses critiques avec chacun des répondants.

Nous avons procédé à des entretiens semi-directifs de type qualitatif (Alvesson, 2003; Atkinson, 2005; Dumez, 2013; Spradley, 1979) afin d'aller chercher les marqueurs de la représentation de la relation H/A directement dans la réalité représentationnelle des clients du Café Chat L'Heureux. L'objectif de l'entretien était de comprendre la réalité des répondants tels qu'ils se la représentaient en, et ce, en leur demandant directement ce

qu'ils pensaient de leur pratique et de leurs habitudes en présence de l'animal. Cette méthode permet de voir comment les répondants rendent compte du phénomène H/A.

Cette méthode permet également aux répondants de décrire un événement, de parler de leurs pratiques, d'identifier les acteurs et leur(s) rôle(s), et enfin, de mieux décrire les interactions (Beaud et Weber, 2010 ; Dumez, 2013). Nous avons utilisé cette méthode privilégiée pour faire la découverte des points de vue des répondants, de la manière dont ils rationalisaient les mythes. Cette méthode permet en outre de recueillir quelques récits et témoignages considérés comme des sources de première main (Dumez, 2013). Nous allons maintenant aborder la construction du guide d'entretien qui représente l'échelle avec laquelle nous avons opérationnalisé la théorie vue dans le chapitre précédent.

3. 5 GUIDE D'ENTRETIEN C.A.P.

Comme nous l'avons vu, l'entretien est la méthode de collecte de donnée qui nous a permis de comprendre la réalité vécue des participants. Mais pour pouvoir structurer la parole recueillie de ces individus. Il nous a fallu construire un guide d'entretien qui est la manière dont nous avons structuré les termes que nous voulions absolument traiter avec eux.

3.5.1 Construction du guide d'entretien

Notre objectif était d'opérationnaliser notre méthode d'entretien en faisant émerger des questions qui soient à la fois ouvertes et intelligibles pour les répondants. C'est la grille d'analyse du modèle du C.A.P. (Lafrance et Lambotte, 2011), que nous avons tiré les indicateurs nous permettant d'identifier la présence du mythe de la communication imaginée dans les discours des répondants.

La représentation est définie par un processus d'attribution de sens de l'expérience de la relation H/A elle opère à travers le discours et elle n'a de signification qu'à travers celui-ci : « *Meaning and meaningful practice is therefore constructed within discourse.* » (Hall, 1997 a : 44) Hall ne nie pas l'existence du monde physique, car il s'incarne en lui. Néanmoins, pour lui, la signification que ce monde physique revêt se situe dans le discours.

Notre objet de recherche utilise les représentations exprimées dans le discours des répondants pour justifier l'existence d'un mythe anthropomorphique permettant la communication imaginée de l'Humain avec les animaux. La représentation est une construction cognitive qui demande au cerveau une plasticité importante. Que cela soit en psychologie, en linguistique ou en philosophie, la représentation est toujours une simplification du réel qui permet d'agir sur lui. Il s'agit là d'une des clés de l'interprétation humaine. Cette interprétation est au cœur de la relation H/A dans la construction anthropomorphique. Elle permet en effet à l'humain de simplifier ses expériences afin de les « stocker » et de les mobiliser plus facilement. De plus, les relations sont construites à partir d'un ensemble de représentations. Elles sont plutôt

processuelles, évoluant dans le temps, mais aussi du fait de rencontres. En outre, la représentation est clairement un processus qui fonctionne comme, et souvent, avec le langage. Le langage reflète la réalité que nous expérimentons quotidiennement. Les mots traduisent notre environnement, expliquent nos actions, nos émotions, nos sentiments. C'est pour cette raison que nous avons choisi d'aller saisir les représentations de la relation H/A dans le discours de nos répondants. En cohérence avec nos choix.

3.5.2 Le C.A.P. : nos indicateurs

Pour Lafrance et Lambotte (2011), il faut comprendre la manière dont l'acteur produit du sens. L'individu « faire du sens » en existant. Il s'agit d'un processus de construction ou de reconstruction du sens attribué aux expériences des acteurs.

Pour évaluer les rôles et les réseaux d'acteurs et traiter les dysfonctions qui pourraient en découler, les deux auteurs ont construit une trilogie de marqueurs que nous avons empruntée. Cette trilogie porte sur la connaissance, l'attitude et la pratique (d'où le nom de modèle C.A.P.). Il nous a semblé que ces marqueurs pouvaient nous guider dans notre questionnement des répondants.

3.5.3 Connaissance

La connaissance est définie comme :

« Chacun des acteurs apporte à son rôle dans la communication, des connaissances tirées de sa formation et de son expérience. Cette connaissance peut porter sur

l'entreprise elle-même, sur les conditions de son interlocuteur, sur la maîtrise du réseau technique de communication utilisé ou sur l'objet du changement demandé. Elle peut porter aussi sur la nature des différentes sortes de pouvoirs ou de résistances et sur les différentes façons de les exprimer. Lorsque nous évaluons la connaissance d'un acteur, nous nous intéressons à l'étendue et la robustesse de sa connaissance : (L')étendue de la connaissance : la connaissance est-elle large ou limitée ? (La) Robustesse de la connaissance : la connaissance est-elle solide ou fragile ? » (Lafrance et Lambotte, 2011 : 26).

Nous avons exploré un plus loin ce marqueur afin d'en trouver les applications appropriées à notre recherche. Pour les domaines des sciences humaines, la connaissance est avant tout le rapport entre la pensée et la réalité. Les connaissances dans le monde scientifique sont souvent construites par modalités de validation. Autrement dit, la connaissance naît par une confrontation entre l'hypothèse et le réel. Dans le domaine des sciences, c'est la connaissance qui est la source des concepts utilisés dans les théories³⁶. On peut parler de synergie. Les concepts, outils des chercheurs, permettent à leur tour de définir et construire la connaissance. Ainsi, les réflexions philosophiques autour de la connaissance ont beaucoup évolué au cours des siècles derniers. C'est la constellation de recherches sur l'apprentissage qui ont mis le projecteur sur ce phénomène. Nous allons

³⁶ Nous nous écartons volontairement dans cette thèse de la dualité entre connaissance tacite et connaissance explicite. Engel 1996 définit les connaissances tacites comme : «des connaissances qui n'est pas formellement exprimé, dont le contenu n'est pas explicitement présent à l'esprit, qui ne sont pas conscient-ni accessible à la conscience » (Engel, 1996, p.23). Autrement dit, les connaissances tacites sont intangibles et non formatables. Elles ne sont obligatoirement transmises que par apprentissage dans l'action.

Les connaissances explicites sont à l'opposé des connaissances tacites. Elles sont codifiées et clairement articulées dans un langage formel (Polanyi, 1966). Le plus souvent, elles correspondent à des connaissances facilement transférables.

voir comment la connaissance est définie et a évolué, afin de saisir les éléments nécessaires à notre grille C.A.P.

Pour commencer, comme en fait état Mackenzie, cité par Waelhens (1953), le terme connaissance signifie, depuis Platon, un acte d'information transmise par l'expérience sensible, mais aussi une opinion qui est vraie et associée à de la raison (*La République*, Livre VII). Les connaissances sont souvent liées à des situations, à des expériences empiriques : il y a du soleil, donc il fait chaud. De même nous espérons connaître les opinions de nos répondants liés aux expériences qu'ils étaient en train de vivre au Café à chat.

Aristote dans le livre A de la métaphysique complète la pensée de Platon. Il explique que l'expérience sensible passe par l'esprit, c'est lui (esprit) qui parvient à construire une connaissance à travers une démarche abstractive. C'est tout à fait ce que notre hypothèse devait nous amener à démontrer dans le vécu de la communication imaginée.

Pour Aristote, la connaissance ne pouvait exister que si elle était vraie et justifiée. Le vrai devient alors ce que l'on peut argumenter, processus que l'on retrouve fréquemment dans l'anthropomorphisme. Toujours selon Aristote, les connaissances visent une forme d'universalisme. Ce qui nous mène directement à l'idée de mythe partagée par une collectivité. On pourrait dire, néanmoins, que nous ne pouvons nous inscrire totalement dans la pensée aristotélicienne quand celle-ci affirme que la véracité d'une proposition ne dépend pas du sujet, mais de la nature de la proposition elle-même. Or, notre hypothèse

s'intéresse à l'opinion du répondant sans vouloir en vérifier la véracité. Pour nous, cette véracité provient de cette opinion et non de sa correspondance à la réalité LaFrance (2006).

3.5.4 Attitude

Passons maintenant au deuxième marqueur proposé par les auteurs du C.A.P. :

«Une attitude est un jugement, une intention, un discours portant sur l'organisation, l'acteur, ou la tâche. À noter qu'elle n'est pas nécessairement cohérente avec l'action: c'est là qu'interviennent les jeux de pouvoir dont nous parlerons plus loin. Notamment, on peut imposer à quelqu'un de faire (pratique) quelque chose qu'il n'aime pas (attitude). Nous qualifierons cette attitude de « positive » ou « négative ». Dans chacune des deux options, elle pourra être « passive » ou « active ». » (LaFrance et Lambotte, 2010).

La notion d'Attitude est un terme du latin médiéval *aptitudo*, venant de *aptus* signifiant « convenable » et ou « apte » (Centre national des ressources textuelles et lexicales). L'attitude finit par définir la manière de tenir son corps ou la position que prend l'être. Puis, il devient une position morale qui est associée au respect. Avec l'évolution de la langue, cette position morale du respect s'incarne pour de bon dans le terme sémantique. L'attitude « désigne la manière dont une personne se situe par rapport à des objets ou des valeurs ». (Stoetzel et Lazarsfeld, 1965 : 22). Nous avons déjà parlé, en traitant de la relation H/A, du respect de l'Humain pour les spécificités de l'animal, lequel respect étant issu du partenariat affectif.

Alain Touraine explique que l'attitude « donne priorité à la relation entre l'acteur et l'objet de son action au lieu de les séparer » (Touraine, 1995 : 65). Il insère le concept de dissonance cognitive dans l'attitude : *« la tendance des individus à réduire les contradictions entre les éléments cognitifs, affectifs et comportementaux qui constituent l'attitude [...] Cette réduction est difficile lorsque les comportements sont imposés d'en haut et ne correspondent pas à l'expérience personnelle. »* (Touraine, 1995 : 66). Nous avons été à l'affut de ce genre de dissonance chez nos répondants qui avouaient avoir été marqué par des expériences personnelles allant à l'encontre des mythes qu'ils avaient acceptés³⁷. C'est ainsi que le marqueur « attitude » nous a permis de repérer ces situations.

3.5.5 Pratique

Et finalement, le dernier marqueur du guide la pratique du modèle C.A.P.

« La description de la pratique peut se faire à différents niveaux : l'opération, le procédé, ou le processus en fonction des besoins de l'analyse. L'opération est le geste posé (ex. prendre la parole). Le procédé, c'est l'ensemble des opérations sous la responsabilité d'un acteur. Faire un exposé implique différentes opérations : préparer son texte, un support de présentation, répéter l'exposé, prendre la parole devant un public. Le processus est l'ensemble des procédés qui

³⁷ Le psychologue Le Ny (1991) abonde d'ailleurs dans le même sens que le physiologiste Cabanac (1995) et soutient que l'attitude est un état transitoire long, c'est-à-dire qu'elle (attitude) vise principalement à produire une adaptation parfaite de l'envie de l'individu avec le contexte. En science de la psychologie il y a une partie des recherches sur le conditionnement qui s'intéressent à l'attitude.

mènent à la réalisation d'un produit ou d'un service » (Lafrance et Lambotte, 2010, 35).

Ce marqueur s'applique fort bien à notre sujet puisque l'Humain pose un geste de relation avec le chat et que ce geste s'inscrit dans une séquence et un ensemble. Nous aurons alors la narration du répondant au niveau de l'un ou de l'autre, ce qui place le mythe à des niveaux d'opérationnalité différents.

« On peut caractériser la pratique suivant deux dimensions : la conformité et l'efficacité. La pratique est jugée conforme ou non conforme par rapport aux normes de l'organisation, aux attentes des autres acteurs, à la description de la tâche. La pratique est efficace lorsque l'on obtient le maximum de résultat pour une dépense d'énergie minimale. » (Lafrance et Lambotte, 2010 : 37).

Le répondant réagit au mythe par ces deux dimensions. Soit il applique strictement les implications du mythe (conformité), soit il modifie son comportement pour atteindre une plus grande efficacité dans sa relation H/A.

En fait, ces trois marqueurs sont interdépendants. C'est avec la pratique des comportements impliqués par le mythe que l'on développe la connaissance de ce dernier et qu'on renforce son attitude positive en vers lui.

Alors que notre étude exploratoire était basée sur un questionnement général, la prise en compte des marqueurs du C.A.P., nous a permis de procéder à des ajustements dans nos entretiens. Selon Blanchet et Gottman (2007, cité par Sauvayre, 2013 : 18), il est commun que le guide d'entretien en vienne à changer, après un premier contact avec des

répondants. Le but de notre guide était de repérer plus facilement les indices de la présence du mythe issue de la communication imaginée dans le discours du répondant.

La stratégie de départ dans l'usage du guide s'appuie sur la méthode de l'entonnoir. Les thématiques sur la perception de la communication H/A sont devenues de plus en plus spécifiques. Nous avons donc commencé par des questions larges sur les relations H/A avec des relances sur les thèmes spécifiques du C.A.P. de chacun. De plus, la flexibilité du guide permettait de revenir sur les thèmes peu ou pas abordés du C.A.P. par le répondant. Les répondants ont joui d'une grande ouverture (liberté?) parce que le mythe est vécu de différentes façons par chacun. Comme on pourra le constater, cette stratégie nous a permis d'atteindre nos objectifs de façon concluante.

Comme l'objectif était de recueillir des témoignages sur la pratique de la communication imaginée telle que révélée par les perceptions du C.A.P. des répondants et de rendre compte du sens que ces derniers donnaient à leurs perceptions, le guide d'entrevue semi-dirigée que nous avons bâti nous paraissait être un choix approprié pour la collecte de données. Et cela, dans la mesure où nous cherchions à rendre compte de la manière dont les personnes interrogées pouvaient attribuer du poids et de l'importance à ce qu'elles jugeaient être des actes de communication et à faire ressortir les conséquences de leurs jugements sur leur connaissance, attitude et pratique.

3. 6 MÉTHODE DE COLLECTE DE DONNÉES

Dans cette partie, nous dévoilerons la méthode de collecte de donnée qualitative que nous avons utilisée pour répondre à notre question de recherche. Nous présentons d'abord la méthode d'échantillonnage choisi pour ce travail. Ensuite nous présenterons comment ce sont déroulées les entrevues. Enfin, nous exposerons quelques résultats à chaud qui ont émergé pendant les entrevues.

3.6.1 Échantillon et critères pour la sélection des répondants

Une fois que nous avons choisi la méthode d'entretien semi-directif, nous avons commencé à élaborer le processus de cueillette de données et à constituer notre échantillon. Les auteurs qui se sont penchés sur les relations H/A se sont presque exclusivement intéressés à celles des propriétaires, en suivant le mouvement amorcé par un rapport du National Health Institute (1987) sur les effets bénéfiques des animaux de compagnie. De ce fait, nous avons préféré nous intéresser à des relations H/A qui n'impliquent pas un lien de propriété. C'est-à-dire sur ce que vivent les clients du Café à chat.

Nous avons fait appel à des volontaires pour constituer notre échantillon (*vountary sample*). Ce type d'échantillonnage nécessite que des gens offrent volontairement leurs services pour l'étude. Par ailleurs, nous avons souhaité étudier des gens venant de contextes variés afin de voir les différences et les récurrences des marqueurs de leur

relation H/A. Afin d'avoir une homogénéité dans les données, nous avons décidé de nous concentrer sur les nouveaux clients du Café à chat pour assister à la construction de la communication imaginée.

Nous avons décidé d'étudier des personnes qui pouvaient être disponibles sur une période de trois mois (pour voir une évolution). Notre méthode prévoyait de rencontrer chaque participant une fois par mois pour voir l'évolution de la représentation, temps reconnu par le propriétaire du Café comme nécessaire à l'acclimation du client.

Pour recruter les répondants, nous avons procédé de deux manières. Dans un premier temps, nous avons utilisé « l'accès direct ». Nous nous sommes directement adressés à des clients du café en leur proposant de devenir des répondants. Ce sont donc des individus contactés sans intermédiaire. C'est ce qu'on appelle une prise de contact dans l'espace public (rencontre face à face) (Louvel et Bozonnet, 2011). Malheureusement, l'exigence d'une disponibilité de longue durée a dissuadé de nombreuses personnes que notre sujet aurait pu intéresser.

Nous avons dû utiliser une deuxième stratégie de contact, dite « accès indirect » en méthodologie, pour recruter des répondants de manière plus efficace. Nous avons demandé l'aide d'un intermédiaire, le propriétaire, pour rencontrer de potentiels répondants (Louvel et Bozonnet, 2011). Cet intermédiaire privilégié nous a fourni les contacts nécessaires pour rencontrer d'autres répondants plus susceptibles de répondre à nos exigences de recherche. Il y a, néanmoins, quelques inconvénients à l'usage d'un intermédiaire. Il faut, évidemment, maintenir de bonnes relations avec cet intermédiaire.

Et éviter qu'il ne modifie, pour convaincre un répondant, les intentions réelles du chercheur.

Nous avons aussi demandé l'autorisation de mettre un appel à répondant sur la page Facebook du café Chat l'Heureux pour solliciter des gens accédant à la page Facebook du café à chat.

Bonjour à tous,

Je suis à la recherche de répondants pour parler des relations humaines chats du café le Chatl'heureux. Mon projet a pour but de mieux comprendre comment est vécue et perçue la communication et les connaissances partagées entre les humains et les chats dans le café Chatl'heureux. Ainsi que les effets du contact félin sur le bien-être humain.

Cordialement

Geoffrey Da Costa étudiant en doctorat

geoffrey.da.costa@umontreal.ca

Cette annonce a eu un effet boule-de-neige, décrit par de Biernacki et Waldorf (1981). Quand on commence à faire rentrer des gens dans son réseau, ces gens en viennent à nous proposer d'autres répondants potentiels. Il s'agit d'une approche qui : « *yields a study sample through referrals made among people who's know of others who possess some characteristics that are of research interest* » (Biernacki et Waldorf, 1981 : 141). Ce qui

nous a permis d'avoir des répondants de plus en plus proches de nos critères par effet d'entonnoir. De cette façon, nous avons recruté une dizaine de répondants potentiels.

Cependant, comme nous voulions étudier en profondeur le vécu de la communication, nous avons finalement opté pour un échantillon plus restreint de cinq personnes, ce qui permettait de faire une cueillette de données plus riche : « *An adequate sample size in qualitative research is one that permits the deep, case-oriented analysis that is a hallmark (...) that result in (...) a new and richly textured understanding of experience.* » (Sandelowski cite par Moules, 2002 : 14). Selon leurs disponibilités et leurs intérêts à participer, nous avons sélectionné cinq répondants pour constituer notre échantillon final. Notre échantillon fut donc formé de nouveaux clients du Café à chat prêt à s'engager sûr du moyen terme de trois mois dans cette étude.

3.6.2 Lieu de l'entretien

Comme pour toutes les recherches qualitatives, il est important, dans une étude empirique, d'avoir des données de qualité, étant donné que seule, la richesse descriptive des données permet d'avoir accès à l'expérience du participant. Deschamps : « *c'est la qualité descriptive des données recueillies sur le phénomène exploré qui autorise l'accès à la signification de l'expérience et qui, en définitive, rend possible l'analyse proprement dite.* » (Deschamps, 1993 : 53).

Nous avons choisi de réaliser nos entretiens dans le Café à chat. Il était important pour nous de replacer le répondant dans la situation qu'il était appelé à décrire et commenter.

Notre objectif étant de montrer les mécanismes impliqués lors de chacune des trois visites retenues. Nous étions convaincus la proximité de l'expérience (le lieu et le temps) pouvait favoriser la spontanéité et la richesse de l'expression.

Nous avons choisi un lieu et une méthode qui aident les répondants dans une relation conversationnelle (Van Manen, 1990) à prendre conscience du déroulement et du sens de leur expérience H/A. C'est une relation qui amène les répondants à se livrer au chercheur de manière à approfondir la signification de leur expérience. Pour ces raisons, nous avons choisi de faire l'entretien dans le café à chat, car la relation H/A est en train de se faire. Ce contexte est le plus propice à la recherche. Pendant l'entretien, on ne pouvait éviter de prendre en compte les spécificités de ce contexte, rappelé par la présence des chats. Contrairement à d'autres recherches, nous ne souhaitons pas que l'endroit soit neutre. Car cela renforçait le processus d'interrogation en permettant aux répondants de s'exprimer sans retenue sur son recours à différents mécanismes d'anthropomorphisme dans un lieu où ils étaient autorisés et encouragés. L'intérêt de faire l'entretien dans ce lieu offre l'occasion aux répondants de parler aux chats, et d'agir sans filtre de différentes manières avec eux. En effet, les barrières de contrôle comportementales tombent, l'individu sort de son rôle social parce que ce lieu est sympathique et convivial.

3.6.3 Préparation à la rencontre

Un entraînement a été fait avec une collègue avant le début des entretiens (pour lutter contre le stress). Nous avons mémorisé le guide des marqueurs de l'entretien. Nous avons ouvert la discussion avec une question générale. Nous voulions savoir comment le répondant avait pris connaissance de l'existence du café Chat L'Heureux, quelles étaient ses attentes sur le décor et le service fourni au café. Des questions courtes et simples, et dans un langage commun, ont été posées aux répondants lors du premier entretien, il s'agissait de gagner leur confiance.

3.6.4 Comment se sont passées les entrevues

Pour être ouverts à l'endroit des répondants, nous sommes peu intervenus dans le cadre des entrevues. Nous avons tâché de reformuler leurs propos et de les relancer pour approfondir davantage leurs déclarations « *Pouvez-vous m'expliquer plus en détail pourquoi c'est important pour vous de parler au chat?* » (Répondant, communication personnelle, 18 mars 2014).

D'ailleurs, deux répondants ont spontanément affirmé qu'ils se sentaient en confiance et qu'il était facile pour eux de se livrer, étant donné qu'ils se sentaient compris et écoutés dans ce milieu félin.

Comme nous l'avons montré précédemment, l'expérience se crée dans le discours. Partant de ce principe, certains croient que l'entrevue n'est pas valide, puisqu'elle rend compte que de l'expérience de la représentation qui se forge au cours de la situation de

communication qu'est l'entrevue, au lieu de révéler la « vraie » expérience vécue au quotidien par les répondants.

Il est important de préciser que nous ne cherchons pas à découvrir la « vraie » expérience vécue par les répondants, mais bien à comprendre la façon dont ceux-ci interprètent leur représentation de la relation H/A : « *the interview is a humane vent that yields interpretable data if approached properly. Such data reflect the participant's perspective on his/her experiences as they emerge in the context of an interview... the relative stability of the personal meanings to bear coherent, if not identical, intercontextual relations.* » (Henley, Pollio et Tompson, 2006 : 34).

En résumé, ce que nous cherchions, ce n'était pas la véracité de l'expérience, mais bien la représentation que s'en faisaient les répondants.

3.6.5 Après l'entretien

Après l'entretien, une fiche récapitulative a été produite pour chaque répondant. Chaque fiche comprenait des informations d'identification et faisait état de l'évolution des propos et états d'âme des répondants. Il s'agissait donc d'une fiche de suivi qui ne faisait aucunement mention de matériel destiné à l'analyse.

Une routine de sauvegarde a été mise en place. La qualité de l'enregistrement a été vérifiée avant la séparation du chercheur avec le répondant pour procéder à une éventuelle reprise, si nécessaire. Ceci ne fut pas le cas.

Au bureau, une première sauvegarde informatique a été effectuée, puis une seconde, sur un disque dur externe, et finalement, une dernière sauvegarde sur Dropbox. Des codes ont été ajoutés pour tous les dossiers des répondants en vue de sécuriser ceux-ci. Nous avons rendu tous les propos anonymes. Les répondants ont signé un formulaire d'information et de consentement. Avant que ne soit amorcé un entretien, la question « Consentez-vous à être enregistré ? » a été posée au répondant. Un pseudonyme a été attribué à tous les répondants pour garantir l'anonymat. Puisque il est de rigueur d'utiliser des prénoms communs en guise de pseudonymes; nous nous y sommes tenus.

3.6.6 Pré-résultat

Lorsque les répondants ont fini de partager leurs expériences, nous avons retranscrit le contenu des enregistrements. Nous avons procédé à une analyse préliminaire à partir des retranscriptions des premières entrevues. Au cours de cette analyse, nous avons identifié les éléments-clés qui constituaient les premières perceptions des répondants. « *an implicit assumption is that central or personally relevant issues will emerge repeatedly throughout the dialogue* » (Henley et Thompson, 1997 : 30). Nous avons acquis une première compréhension, soit une compréhension « naïve », du vécu de chaque participant.

De cette pré-analyse il nous est apparu, de manière récurrente dans presque toutes les entrevues, que la question de subjectivité du chat était déterminante pour l'Humain dans l'interaction. La méthode de collecte des données maintenant résumée, nous poursuivons avec la méthode d'analyse de ces données.

3.7 MÉTHODE D'ANALYSE

Nous allons maintenant aborder la méthode d'analyse. Elle est subdivisée en quatre parties. Dans la première partie, les étapes de l'analyse de donnée sont présentées, tandis que dans la deuxième partie, des explications sont offertes sur la réduction des données. Dans la troisième partie, nous décrirons les moyens de vérification des résultats de l'analyse.

3.7.1 Les étapes de l'analyse de données

Pour notre travail d'analyse, nous avons suivi le modèle d'analyses thématique, car il combine aisément des données de terrain journal de bord et d'entrevue (Paillé et Mucchielli, 2008) comme nous l'avons fait dans notre recherche en utilisant une méthode de collecte de données souple. C'est-à-dire, que nous avons traitée tous les types de données obtenues par les différents outils de collectes (discussion informelle et entrevue), incluant les réflexions personnelles rassemblées dans le journal de bord dans une seule analyse englobant toutes les données. De cette manière, nous avons pu comparer les données provenant des diverses sources, en les faisant dialoguer, s'enrichir et se compléter.

Rappelons que, dans notre étude qualitative, notre analyse est de nature compréhensive. Nous cherchons à rendre compte des rapports entre les diverses représentations du mythe H/A des répondants. Y a-t-il cohérence entre eux, ou les uns contredisent-ils les autres? Tout en nous demandant pourquoi il en est ainsi. Cette analyse s'est effectuée en suivant

trois grandes étapes de préparation de donnée. Les étapes de l'analyse peuvent être regroupées en trois grandes catégories (Paillé et Mucchielli, 2008; Fetterman, 1998; Miles et Huberman, 1994; Spradley, 1980, 1979): Les trois niveaux d'analyse des données sont : premièrement, la réduction des données ; deuxièmement, la représentation des similarités et des différences dans les données et troisièmement, la vérification des résultats ;

Durant tout ce processus d'analyse, une attitude réflexive a été adoptée et documentée à l'aide des notes de terrain (Miles et Huberman, 1994; Roper et Shapira, 2000). Afin de garder les traces de toutes les étapes de l'analyse, les logiciels Word et Excel ont été utilisés, ainsi que les fonctionnalités de recherche du système d'opération informatique. Ils nous ont permis d'organiser et trier les données, de les retracer, d'insérer des mémos/notes sur les parties provoquant des questionnements pendant l'analyse (Paillé et Mucchielli, 2008).

Afin de rendre plus concret le processus d'analyse et d'augmenter la vérifiabilité, dans la version finale de chacune des étapes de l'analyse sera illustrée à l'aide d'exemples issus des portraits provenant de l'étude.

3.7.2 La réduction des données

« Data reduction refers to the process of selecting, focusing, simplifying, abstracting, and transforming the data that appear in written-up field notes or transcriptions » (Miles et Huberman, 1994 : 19) Pour commencer, les données brutes ont été transformées au fur et à mesure de leur obtention lors de la transcription pour analyse. L'ensemble des fichiers

audio obtenus lors des entrevues a été transcrit intégralement en *verbatim*. Les notes de terrains collectés procédant des descriptions semblables ont été regroupées après chacun des trois épisodes de collecte, c'est-à-dire, que ses données de terrain incluent, entre autres, les détails sur les observations faites auprès des informateurs, les conversations informelles ainsi que des données issues des synthèses du processus de la communication imaginée provenant de la grille d'observation pour chaque période d'observation. « *le processus de réduction des données en décrivant un ensemble de procédures visant à « donner un sens » à un corpus de données brutes, mais complexe, dans le but de faire émerger des catégories favorisant la production de nouvelles connaissances en recherche, peu importe le domaine privilégié par le chercheur.* » (Paillé et Mucchielli, 2008 : 2).

Le système de transcription qui a été utilisé pour nos *verbatim* est une adaptation et une simplification des conventions de transcription présentées par Pelletier (2008). Voici le détail de ces conventions que nous avons utilisées:

- :: Indique que le locuteur a allongé la syllabe précédente.
- .pt Indique un léger clappement de lèvres.
- TEXTE Les mots en majuscules et en gras indiquent que le locuteur élève la voix.
- Texte Indique que le locuteur met l'accent sur le mot souligné.
- Indique que le locuteur s'interrompt.
- ... Indique une courte pause

Question Chercheur

As-tu l'impression qu'il y a quelque chose qui va permettre aux clients d'aller plus loin sur ce qu'ils savent déjà sur la communication avec les chats?

Répondant propriétaire

On va éveiller l'intérêt, parce que les gens se rendent compte que ce n'est pas réservé aux Gagas :: des chats (rire). Le monde se rend compte, encore là en leur expliquant que c'est simple, que ce n'est pas compliqué. Puis que c'est excellent même pour nous
«

On est aussi dans un monde où cela tourne beaucoup autour de soi le moi je. En faisant ça... je me suis rendu compte y a pas longtemps ::, en faisant mes petits tours les gens se disent c'est le maître des chats. Pt

(Je me suis rendu compte que nous vivions dans un monde de plus en plus égoïste, un monde d'humains centrés de plus en plus sur eux-mêmes)

Ben...c'est drôle ! (mettre en italique et entre guimets) quand les gens disent ça, mais les gens de leur faire parce que ça leur donne cette sensation de

contrôler quelque chose. Ça va leur donner l'intérêt.

Oui c'est ça -

Bah là... tu vas faire quelque chose qui est quelque chose de sain et simple. Tu vas le montrer au monde. Je le vois quand, je l' fais. Hier soir il y avait un petit groupe dans le café. Pt

Puis un petit monsieur dans le café qui est arrivé et qu'il a fait un signe, puis il était tellement content, il a salué le monde. Et le monde a applaudi tout ça parce qu'il avait fait ce que j'avais montré (sourire). Et le chat lui a fait le High five... Peu importe la raison tant que la finalité derrière est bonne.

Nous avons par la suite, afin de favoriser le rythme de la lecture, supprimé les hésitations, si), le ton ou le volume de l'élocution qui nous semblaient peu pertinents pour la suite de notre analyse.

La réduction des données a impliqué la lecture approfondie de toutes ces données. Cela nous a obligé à porter une attention particulièrement scrupuleuse, réfléchie et répétée aux données. Nous avons fait émerger rapidement des données donnant déjà des pistes, et du sens.

Des codes ont été attribués à nos cinq répondants dans le but de les synthétiser plus facilement (Roper et Shapira, 2000; Gubrium et Sankar, 1994; Spradley, 1980). Dans la

suite des choses, chacun de ces codes nous a permis d'identifier la provenance selon le sujet, le répondant et le type de méthode de collecte des données utilisée pour l'obtenir. À titre d'exemple la couleur bleue a été utilisée pour marquer les données de réflexions personnelles provenant de notre journal de bord. Et la lettre « P » a identifié le propriétaire, et les lettres « Ch », le chercheur qui a posé la question. Les segments en caractère gras soulignent un aspect de l'entrevue encodée plusieurs fois et dont la trace a été suivie à travers les autres exemples de répondant. Ce type de représentation nous a permis de constater rapidement les éléments qui ont été mentionnés par plus d'un informateur (Spradley, 1980).

3.7.3 La représentation des similarités et des différences

Le déroulement de la recherche nous a permis d'utiliser diverses approches d'analyse qui ont favorisé la reconnaissance des similarités et différences à propos d'un aspect du phénomène de la communication imaginée. Les données provenant des diverses sources de collecte des données et entre les informateurs ont été comparées (Gubrium et Sankar, 1994; Miles et Huberman, 1994; Spradley, 1979). Étant donné que l'unité d'analyse est un processus et non l'individu, une stratégie d'analyse a été développée pour analyser d'abord les similarités et les différences au sein de la triade de la grille d'analyse du modèle C.A.P.

Pour chacun des répondants, nous avons réalisé une analyse verticale à partir du modèle de Spradley (1979). Nous pouvons plus facilement identifier ce qui a été répondu.

Les trois parties d'analyse que nous avons choisies sont celles suggérées et définies par Spradley (1979). Il s'agit, d'un processus qui est composé lui-même de trois parties d'analyse : la partie de domaines ; la partie taxonomique ; la partie thématique. Nous les présentons et illustrons pour incarner nos propos.

La première (il manque quelque chose) la partie de domaines : un domaine est un ensemble de sens que l'on a regroupé dans des termes ayant tous en commun au moins une caractéristique. Il s'agit d'une relation sémantique entre un terme et son domaine, leur association leur donnant un sens spécifique que nous avons choisi pour cette analyse.

Contact physique

« J'ai besoin de toucher leurs poils, ils sont si doux. J'ai toujours un bon contact avec les chats [...] » (AT : 77-78)
--

« Cela m'apaise lorsque je les touche. Un calme intérieur arrive [...] » (AT : 89)
--

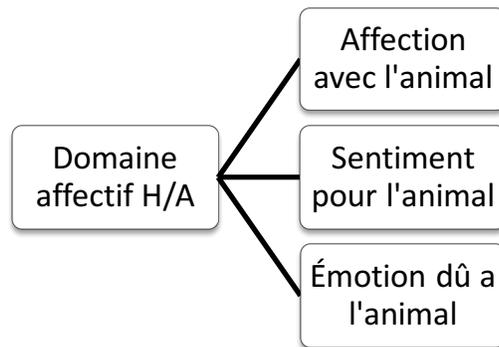
AT : 14-21; 240-246; 480-488; 554-558;
--

AT: 32-36; 130-133; 146-152; 750-763;

AT : 42-44; 89-96; 167-173; 408-413;

La partie taxonomique est constituée de trois étapes. La première étape consiste à sélectionner le domaine, puis à croiser chacun des termes associés entre eux à l'aide d'une relation sémantique potentielle. Nous en avons fait une représentation graphique pour mieux nous situer dans notre recherche au travers des ramifications de la thermalisation.

La deuxième étape de l'analyse taxonomique a consisté à organiser des relations validées. Nous avons créé une taxonomie en arbre du processus du bien-être assisté par l'animal. La troisième étape de l'analyse taxonomique a été une mise en commun des différents éléments terminologique afin de former une taxonomie globale.



Enfin, la partie thématique a intégré les résultats générés par l'analyse de domaines, taxonomique et componentielle. Elle a consisté à établir des liens entre les divers domaines identifiés, ainsi qu'à les reconnecter dans une vision globale du phénomène et de la culture à l'étude.

Thème 3	Domination
Sous thème 1 : Domination Humaine	Sous thème 2 : Domination féline

L'ensemble de ce processus nous a permis de construire des portraits synthétisés de nos répondants présentés dans le prochain chapitre. Il était alors bienvenu de poursuivre avec le détail de l'analyse, mais avant, certaines questions de validité devaient être adressées.

3.7.4 La vérification des résultats

Les thèmes émergeant de l'analyse qui ont le mieux répondu aux questions de recherche ont été alors confrontés aux modèles théoriques du mythe existants et à des écrits empiriques que nous avons recontextualisé dans un terrain spécifique les nouvelles connaissances face aux savoirs existants (Miles et Huberman, 2002). Les théories servant de cadre de référence à l'étude, principalement la théorie de l'ordre imaginaire de Harari (2014) et celle de la communication imaginée produite pour cette thèse, vont ainsi contribuer à recontextualiser les résultats.

Au final, l'analyse des données s'insère dans un ensemble d'étapes qui composent et recomposent les données afin de fournir une lecture en lien avec la question de recherche abordée dans la première partie. Cette analyse est multidimensionnelle et permet de saisir la complexité du phénomène, car nous avons choisi d'utiliser plusieurs méthodes de collecte de données dans un processus circulaire évolutif.

La présentation de notre méthode d'analyse étant terminée, passons maintenant au chapitre des portraits où les implications de nos résultats sont les plus visibles.

IV. CHAPITRE

4. PRÉSENTATION DES DONNÉES

Ce chapitre présente comment nous avons procédé pour l'analyse verticale des discours de chaque répondant. En suivant les différentes étapes de l'analyse, nous avons formaté les données des entrevues réalisées avec cinq répondants ayant participé au processus de relation H/A dans le Café. Ces données ont pris la forme de portraits, dans lesquels chacun des répondants exprime leur point de vue sur ce qu'ils ont vécu dans le Café en présence des chats. Les portraits sont traités de la manière suivante : une brève présentation du répondant et de son lien avec les chats, suivi du déroulement d'un fil conducteur traçant le déroulement de la transformation la plus importante du mythe de la relation H/A, ainsi que des changements qui en découlent. Audrey est le premier portrait à être présenté, car c'est elle dont la représentation du mythe H/A, à le plus évolué. Par la suite, les quatre autres portraits sont présentés dans un ordre décroissant suivant la déclinaison du changement de leur mythe H/A.

RÉPONDANT 1

4.1.1 Présentation AUDREY

Audrey, 30 ans, est arrivée de Québec à Montréal il y a 3 ans, avec un diplôme de l'Académie de massage scientifique. Elle venait d'ouvrir, avec une collègue et amie, son cabinet de massage dans le quartier du Plateau Mont-Royal. Adeptes de la médecine douce et d'autres pratiques de soins naturels, elle passait du temps à lire des articles sur la zoothérapie et l'art-thérapie sur le Web. C'est une experte de haut niveau de l'art martial japonais Aïkido qui adopte une philosophie cosmologique d'échange d'énergies entre les êtres vivants.

4.1.2 Verticale

Audrey a répondu à l'annonce de Facebook chargée d'attirer des répondants pour notre recherche. Nous avons échangé nos numéros de téléphone, car c'était plus commode pour elle de pouvoir interagir de manière rapide par la parole plutôt que par le courriel de Facebook. La planification de la rencontre avec Audrey a été difficile; plusieurs fois nous avons dû reporter nos rendez-vous à cause de ses déplacements professionnels dans différents clubs de sport. Nous avons fini par réaliser une rencontre en soirée au milieu de la semaine. Elle n'était jamais venue au Café. Mais elle connaissait le concept proposé par le Café grâce à Facebook et aux commentaires de ses amies.

Actuellement, elle vit avec sa conjointe depuis un an dans un appartement du centre-ville. Elles possèdent un chat depuis leur aménagement en commun. C'est l'un de leurs grands projets de couple, nous a confié Audrey. En effet, sa mère a des problèmes respiratoires qui provoquent des crises d'asthme importantes. *« Ma mère est asthmatique chronique ! Elle irait directement à l'hôpital, si elle rentrait ici au Café. Donc, je n'ai jamais pu avoir d'animaux sauf une fois deux rats. Mais ça reste quand même des rats avec des capacités réduites. Mais, quand je viens ici, je me dis : c'est chouette, je vais voir des chats. »* (AT, verbatim 1, 100-104). Cette condition de santé fragile a toujours empêché Audrey d'avoir un animal de compagnie. Enfant unique, elle a tenté d'avoir un lapin à l'adolescence, mais a dû rapidement s'en séparer. Elle connaît, depuis lors, une grande frustration liée à ce rapport avec sa mère. D'ailleurs, sa mère ne peut pas venir dans son appartement à cause du chat. Audrey a donc à profiter de l'entrevue pour venir au Café et combler certains besoins de contact avec les chats que ne pouvait satisfaire à lui seul le chat qui habitait son appartement.

Audrey est très attirée par les félins. Cela est lié à une histoire qui a construit une partie de son enfance. Un chat nommé Croquette l'attendait chaque jour à l'arrêt de bus après l'école et la suivait jusqu'à devant la porte de la maison. Le chat appartenait à une voisine, mais comme beaucoup de félins, il entrait dans toutes les habitations de la rue en quête d'avantages en nature. Pour elle, le chat est rapidement devenu un ami fiable l'accueillant à chaque descente de bus. Audrey a aussi commencé à partager, avec lui, une partie de ses goûters, puis elle a fini par acheter du thon en boîte pour Croquette. Finalement, la famille a déménagé à Québec, elle n'a plus jamais revu Croquette.

Comme c'était la première fois qu'Audrey venait au Café à chat, elle a découvert un univers complètement différent de ce qu'elle connaissait à propos des chats, surtout en termes d'installations. C'est donc la curiosité qui l'a aussi motivée à venir au Café. Pour elle, il était singulier de trouver un lieu rempli de chats qui ne soit pas triste comme peut l'être une animalerie commerciale. Selon elle, la commercialisation des animaux dans les animaleries était une aberration qui faudrait l'interdire. Le côté social du projet du propriétaire du Café l'a toute de suite emballée. Elle insistait sur la nécessité de lieux qui, comme celui-ci, sont importants dans la prise de conscience de la relation H/A dans la société québécoise. Ma répondante se sentait concernée par la cause animale, mais ne faisait pas partie activement d'une association dédiée à cette cause, bien qu'elle fasse régulièrement des dons à la SPCA.

Toucher

Audrey est arrivée avec l'intention d'être très active dans l'interaction H/A. Elle est allée, tout de suite voir tous les chats du Café, un par un. Selon elle, c'était une sorte de boulimie de contacts. Elle avait envie de les connaître tous, de jouer avec eux, de les prendre dans ses bras et de s'en faire des amis. Elle s'est déclarée déçue, car certains chats se sont enfuis à son approche. Elle les avait touchés sans autre forme de rituel de rencontre, directement sur la tête, ce qui n'est pas recommandé. Elle avoue avoir poursuivi un chat qui l'avait évité. Mais elle avait fini par prendre conscience que c'était inutile de s'imposer à lui. Puis elle s'est finalement rattrapée avec deux jeunes chats qui lui ont apporté beaucoup de plaisir.

Dans l'esprit de notre répondante, un chat, c'est doux et même affectueux à certains moments. Il aurait des émotions et du « ressenti ». Avec lui, on pourrait remplir ou

combler sa solitude dans une relation un peu particulière de contact. *«En tout cas pour moi, cela m'apporterait calme, quiétude et douceur.»* (AT, verbatim 2, 57).

Audrey avait développé des relations spéciales avec certains chatons joueurs. Le jeu était au centre de son interaction avec l'animal, et permettait de nombreuses manipulations. Elle était persuadée qu'il y avait des chats sportifs, qui étaient plutôt joueurs. C'étaient les chats qu'elle préférait. En pratique, elle avouait que cela lui donnait une mauvaise tendance à se jeter sur les chats. Elle avouait être particulièrement active, *«vraiment active»*. Audrey était *«trop explosive»*, ce qui témoignait d'une énergie trop envahissante pour la perception des petits chats. Audrey utilisait tous les jouets qui étaient à sa disposition dans le périmètre où elle se trouvait. Elle lançait énergiquement la balle et se déplaçait, accroupie sur le plancher, comme un chat. Elle traquait les chats et allait même chercher un jouet dans leur gueule. Elle faisait des mouvements de chasseurs dans l'espoir de les intriguer. Elle faisait rouler des balles un peu partout. Elle prenait une ficelle et la balançait de droite à gauche, la trainant d'une table à une autre dans le but d'amener les chats à garder le contact physique.

Après un certain temps, Audrey recherchait moins un rapport de jeu avec les chats. Elle avait développé un comportement moins remuant, donc moins actif, avec les chats. Elle n'avait plus peur de perdre le contact avec eux (dans le cas où elle ne les si elle ne les stimulait pas assez. Et elle pouvait accepter que le bris périodique du lien faisait partie du jeu. *«Avant le minou, je vais le prendre tout de suite dans mes bras, lui faire des câlins. Maintenant je suis plutôt vers l'observation.»* (AT, verbatim 3, 157-158). Avec le premier comportement très actif, elle s'était exposée à plus de risques de griffures et de morsures. D'ailleurs, l'un des chats l'avait mordu pendant un jeu. Elle n'utilisait plus,

dorénavant, qu'un seul jouet avec des plumes, médiation du toucher qui se révélait assez efficace.

Au lieu d'espérer renforcer la relation par le jeu, comme elle le faisait au départ, elle s'est mise à favoriser plutôt le recours à la caresse et à l'observation. Elle s'était créé un rituel : elle présentait sa main au chat pour produire un premier contact de reconnaissance. Puis, elle lui flattait doucement la tête. Et elle avait appris à choisir certains chats pour les touchers et d'autres pour le jeu. Elle avait aussi, finalement, appris que les chats pouvaient être droitiers ou gauchers, exactement comme l'Humain. Elle l'avait expérimenté avec plusieurs chats du Café, car elle avait attentivement observé quelle patte utilisait le plus naturellement le chat pendant le jeu.

Cette évolution a continué jusqu'à la troisième rencontre. Audrey a déclaré toucher de moins en moins les différents chats présents autour d'elle. C'était un changement important dans son approche. Elle expliquait que maintenant, elle avait ajouté une phase d'observation avec le chat avant d'entrer directement en contact avec lui. Audrey avait ajouté une étape d'évaluation du chat et elle pensait, en contrepartie, que le chat l'évaluait, lui aussi. Pour elle, déjà, dans cette simple action, les deux partenaires avaient développé une relation.

Elle préférait simplement les voir jouer ensemble, sentir leur calme et profiter de l'atmosphère du Café. C'était un changement important d'attitude et de pratique: elle était devenue plus passive dans son rapport aux chats. Néanmoins, elle avouait toujours avoir besoin de se livrer à quelques jeux avec eux, au moins avec un chaton. C'était plus fort qu'elle : les chatons la poussaient vraiment aux jeux, mais elle se limitait à un seul

d'entre eux. Les légères morsures dont elle avait été victime suite à sa précédente pratique lui avaient servi de leçon.

Au niveau des connaissances, Audrey était convaincue qu'un chat, c'est doux. Il peut même être affectueux quand il le veut. C'est au travers du contact que l'animal ressent les émotions de l'Humain. Avec un chat dans les bras, on peut remplir ou combler sa solitude. C'est une relation un peu particulière de présence. Elle était convaincue qu'un contact intime avec un chat lui apporterait calme, quiétude et douceur.

Dans le domaine des connaissances, elle affirmait que c'était au niveau du toucher qu'il y avait un échange d'énergie. C'est pour cela qu'elle touchait beaucoup les chats du Café à chat. Elle espérait ainsi nourrir son propre bagage énergétique. Elle caressait les chats de toute leur longueur du début de la tête au bout de la queue. Et elle le faisait de manière assez soutenue pour aller chercher l'énergie de l'animal.

Yeux

Le contact visuel a commencé à prendre progressivement plus d'importance son besoin d'affection a pris une forme moins envahissante.

Avant de venir au Café, Audrey s'était approprié des croyances qu'elle attribuait aux Japonais : « *Là-bas, quand l'Humain regarde dans les yeux du chat, c'est comme une porte sur le monde des esprits qui s'ouvre.* » (AT, verbatim 3, 112). Pour elle, l'Humain « tombe » dans les yeux d'un chat. Comme il pourrait « tomber » dans les yeux d'un être cher. Elle confessait aimer succomber au pouvoir hypnotique des yeux d'un chat.

Dans la pratique, Audrey passait constamment par le regard pour entrer en contact affectif avec le chat. « Il y a un truc dans les yeux ». Quand il y avait un contact visuel «

d'yeux à yeux », elle se permettait d'aller flatter plus intensément le chat. Si le chat fuyait son regard, elle arrêta de le caresser.

En résumé pendant la période où se sont déroulées nos trois entrevues, Audrey a finalement compris que les chats n'aimaient pas qu'on les fixe du regard. Alors, elle a dû changer sa pratique en conséquence. Elle s'est mise à cligner des yeux très lentement pour dire aux chats que ce n'était pas pour l'embêter qu'elle maintenait ce regard insistant, mais plutôt pour faire connaissance avec lui.

Langage

Après une première visite, Audrey a compris que les ronronnements ne sont pas toujours un signe d'approbation. Elle avait d'abord pensé que, quand le chat ronronne, c'est qu'il se sent bien. Mais le propriétaire du Café lui a appris que de forts ronronnements sont, plutôt, des signes de douleurs.

Audrey avait aussi découvert que les chats étaient sensibles aux sons. Elle avait intégré cela à sa tactique pour jouer efficacement avec eux. Elle avait compris qu'au Café, il était nécessaire de faire travailler le cerveau du chat avec des sons rappelant son instinct de chasseur. « *Les chats ont besoin de stimulations pour garder une bonne santé psychologique. Sinon les chats rentrent dans un rythme Humain qui n'est pas bon pour eux.* » (AT, verbatim 3, 119-122). Pour cela, elle avait changé ce qu'elle croyait être les sons émis par le chasseur, par ceux qui pourraient provenir d'une proie. Elle maintenait ces sons à un niveau modéré pour ne pas effrayer les animaux. Elle a essayé, à travers ces sons, de produire un langage qui séduirait le chat. Elle croyait que les chats avaient

besoin de stimulations pour garder une bonne psychologie. Sinon ils rentrent dans un rythme Humain, ce qui n'est pas bon pour eux.

Audrey a compris que lorsque l'Humain « parle » au chat, c'est pour remplir une fonction sociale. « *On peut partager ses soucis avec les animaux, même si l'on n'a pas l'impression de les comprendre, c'est une relation. Le chat nous aide à nous confronter à nous même. On lui parle : aujourd'hui j'ai eu une mauvaise journée* » (AT, verbatim 1,302-304).

Il est intéressant de noter qu'Audrey avait remarqué que les chats semblaient incapables de reconnaître le miaulement numérique des vidéos sur les écrans YouTube des clients. Et les chats ne semblaient pas du tout s'intéresser aux vidéos de chats que les clients s'acharnaient à leur montrer.

Personnalisation

Audrey n'avait pas oublié son expérience de jeunesse. Pour elle, le petit chat était rapidement devenu un ami fiable l'accueillant à chaque descente de bus. « *Il m'apportait calme, quiétude et douceur* ». (AT, verbatim 2, 57).

Audrey voyait donc le Café comme un endroit où elle pouvait combler son vide affectif. Même s'ils sont des êtres différents, l'Humain et le chat étaient donc capables d'interagir avec émotion.

Elle avait toujours trouvé intéressante la psychologie des chats. Elle était particulièrement fascinée par ce qu'elle voyait comme des ambiguïtés dans leur personnalité : « *des fois, il se passe de drôles de choses.* » (AT, verbatim 3, 312). Elle croyait que le chat était un

animal très indépendant qui avait, malgré cela, besoin de beaucoup d'attention. Elle était consciente de ce que cela contenait de contradictoire, comme son propre caractère.

Avant de venir au Café, Audrey m'avait pourtant dit ne rien connaître de très précis sur les chats. Elle fut d'abord très surprise de voir que les chats vivaient en groupe. Elle pensait que le chat était de nature plutôt solitaire. Et elle n'arrivait pas à trouver lequel des chats était le chef du groupe, convaincue qu'il devait y en avoir un. C'est la question qui l'a beaucoup occupée pendant notre entretien, de même, que celle des comportements différenciés selon les sexes des chats.

Elle était convaincue qu'il y avait un leader en haut de la hiérarchie; c'était le plus fort et le plus agressif du groupe. Or elle a appris que chaque chat était un dominant dans son territoire du Café comme le font les humains dans leurs propres espaces. À la différence de ce qu'elle pensait à la première rencontre, les chats sont capables d'avoir une attitude de collaboration pendant la chasse. Tout comme les humains. Elle était persuadée, avant cela, que c'était un chasseur solitaire. *« J'ai appris que les chats peuvent se retrouver dans un environnement avec plusieurs personnes. J'ai toujours pensé que les chats détestaient les environnements avec beaucoup de personnes et qu'ils allaient se cacher automatiquement, mais finalement non. Quand on habite dans un environnement avec plusieurs personnes, ça peut lui faire du bien au chat. »* (AT, verbatim 3, 225-227).

À l'opposition de la première rencontre, Audrey pensait que l'intérêt du chat pour l'Humain était une partie de son instinct de chat. Cependant pour elle, le chat n'avait pas une forme d'intelligence animale forte.

À l'encontre de cette croyance, Audrey était vraiment surprise que les chats sont plus intéressés par les enfants. Pour elle, c'était particulièrement étrange parce que les enfants sont brusques, contrôlant parfois mal leurs mouvements et font beaucoup de bruit. Cela semblait une forme de jalousie puisqu'elle, comme adulte, avait appris que les chats lui refusaient de tels comportements.

De plus, contrairement à la première rencontre, la répondante a appris que les chats semblaient être droitiers ou gauchers, exactement comme l'Humain. Elle l'a expérimenté avec plusieurs chats du Café à chats, lorsqu'elle a joué avec. Elle avait attentivement observé quelle patte utilise le chat le plus naturellement pendant le jeu.

Ce premier portrait nous a permis de réaliser une cartographie de l'évolution de perceptions actives dans une relation H/A. Cela montre qu'une telle relation évolue par le contact direct. Pour Audrey, nous sommes passés d'un contact physique constitutif de la relation à un contact plus symbolique qui ne pourra s'expliquer que par l'intervention du mythe.

RÉPONDANT 2

4.2.1 Présentation ANTOINE

Antoine, jeune Français de 20 ans, est arrivé au Québec, il y a deux ans et demi pour compléter une maîtrise en théologie. En France, il avait préparé et réussi l'examen pour devenir enseignant à Nantes. C'est le propriétaire du Café qui nous l'a référé. Nous avons eu un échange de trois courriels avant une première rencontre. Nous nous sommes entendus sur les horaires. La rencontre a été fixée rapidement. Elle a eu lieu à 10h00 du matin. Il n'y avait personne d'autre dans le Café ; nous étions les premiers clients. Pour ce qui est de la durée de la rencontre, elle a été de 50 minutes. Elle a été particulièrement cordiale ; Antoine est un homme réservé. Nous avons ouvert l'échange au-dessus d'un Café pris au comptoir. Puis nous avons rejoint un sofa dans le fond de la salle et avons amorcé l'entrevue. Assis dans le fauteuil, Antoine se tenait bien droit, cheveux impeccablement coiffés. Mais il se disait fatiguer. Il m'a expliqué qu'il redevenu célibataire depuis peu, soulignant que son ancienne compagne venait souvent en ce lieu. C'était, quant à lui, sa deuxième visite au Café des chats.

4.2.2 Verticale

Au début, Antoine avait prétendu venir au Café, pour passer un moment de détente, prendre un Café et lire dans un lieu calme. Il s'y plaisait plus pour l'atmosphère du lieu, que pour les chats qui s'y trouvaient. Il visait presque exclusivement les grands fauteuils

confortables offrant des coins parfaits pour s'y relaxer. Il ne venait donc pas pour fouiller après des informations pratiques sur le comportement des chats ou pour jouer avec eux. Il pouvait y passer des heures à les observer, sans jamais chercher à vouloir les comprendre ou vouloir décoder leurs comportements.

Malgré qu'il n'avait plus aucun chat à la maison, il avait passé toute son enfance, lorsqu'il vivait chez ces parents à la campagne, avec les deux chats de son ancienne copine. Après cette rupture amoureuse, il s'est retrouvé sans félin. La passion grandissant pour eux l'avait mené au Café, précise-t-il avec une moue qui marque un court instant d'inconfort.

Toucher

Étant donné son vécu récent, il avait cette relation particulière avec les chats. Il préférait garder, avec eux, cette distance émotionnelle qu'il n'arrivait pas toujours à bien gérer, car cela lui rappelait son ancienne copine bien malgré lui. Il était constamment déchiré entre deux extrêmes : il voulait aller au contact du chat, mais il se retenait constamment. On sentait quand même, dans ses propos, son envie et besoin de contact avec les chats.

Antoine venait dans le Café pour combler un manque affectif et sensoriel. Il avait l'impression d'avoir surtout besoin d'interaction avec un autre être vivant qui réagissait à sa présence : « *Ce sont les sensations physiques de la réactivité qui m'ont le plus manqué.* » (AP, verbatim 2, 82). Et c'est ce qu'Antoine venait chercher chez le chat. Antoine se présentait comme un homme seul ; le chat était son moyen de lutter contre

cette solitude. Contrairement à ce qu'il nous avait dit au début, ce n'était donc pas seulement pour le calme du lieu qu'il s'y présentait.

« Il faut des lieux spécifiques comme celui-ci pour répondre à un manque effectif. Ce genre de chose, je le ressentais vraiment j'avais un manque qui a été un peu comblé en arrivant ici. Cela faisait 4 mois que je n'avais pas caressé un chat. C'était quelque chose qui me manquait. J'ai fait ça avec celui qui est sur le comptoir dans un panier. » (AP, verbatim 1, 45-49).

Antoine a effectué un rituel de rencontre qui se décomposait en trois actions. D'abord il s'est accroupi pour montrer au chat qu'il ne voulait pas le dominer. Puis, il a tendu la main pour lui demander s'il pouvait le toucher. Comme le chat s'est approché de lui, il en a conclu qu'il pouvait lui gratter la tête et le ventre. *« Mon plaisir, c'est de savoir que je fais plaisir au chat. »* (AP, verbatim 1, 228).

L'ambiguïté d'Antoine dans le comportement prenait sa source dans l'opposition entre deux nécessités. Il lui fallait toucher le chat pour renforcer le lien de compréhension mutuelle. Mais voyant le chat comme une victime de l'Humain, il s'imposait le respect d'une certaine distance qu'il n'arrivait pas toujours à maintenir. Car il ne voulait pas faire fuir le chat avec lequel il souhaitait pactiser dans sa relation affective.

Cela a conduit Antoine à avoir un comportement d'autocensure. Comme il le disait, il fallait une tactique pour rentrer en contact avec les chats, et éviter la déception qui découlerait d'un échec. Cette tactique consistait avant tout à faire plaisir aux chats, par le jeu ou les caresses. C'était, pour lui, une négociation avec le chat : *« il faut faire du bien au chat pour se faire du bien à soi-même. »* (AP, verbatim 3, 184). S'il cherchait à mieux

communiquer avec le chat, c'était pour avoir une complicité avec lui : « *Déjà C'est un interlocuteur, c'est une relation qui se passe dans les deux sens.* » (AP, verbatim 2, 111).

Il a découvert que le chat pouvait être manipulateur. Ce changement d'opinion a évidemment modifié les pratiques d'Antoine en présence des chats au cours des autres visites. Il se plaçait directement à côté des chats. Et il se donnait le droit de les caresser directement sur la tête, derrière les oreilles. Il avait perdu toute inhibition. Il se permettait d'aller directement vers les chats depuis qu'il avait cessé de les considérer comme des victimes de l'Humain. Il recherchait, dorénavant, des rapports plus actifs avec les animaux. Il avait plus envie de jouer avec les chats et se donnait le droit de prendre l'initiative d'un contact physique avec eux.

Antoine était donc devenu beaucoup plus actif que pendant les premières visites : « *je préfère de plus en plus les contacts qui me permettent de dépasser une barrière affective. Le niveau de relation change après un contact physique. Lorsque l'autre accepte qu'on le touche, un nouvel accord s'établit entre les deux partis.* » (AP, verbatim 2, 425-427).

Langage

Antoine se voyait un ami des animaux en général. Mais il ne faisait partie d'aucun organisme de sauvegarde ou de protection des animaux. Il n'aimait pas particulièrement les vidéos et photos de chats sur Internet. Il avait quand même une bonne connaissance du sujet, même s'il reconnaissait avoir quelques lacunes sur la question du miaulement.

Il nous a confié être convaincu que le chat lui parlait par le miaulement. Pourtant, il savait que c'était un interlocuteur qui parlait une autre langue : « *C'est très mystérieux, je dirais que je leur parle. Je ressens le besoin de leur parler, même si j'ai l'impression que c'est*

inutile. Ça apporte vraiment quelque chose d'être en contact avec un chat. Il y a une sorte de pulsion qui n'est pas facile à comprendre et j'ai l'impression que c'est comme ça pour tout le monde. » (AP, verbatim 1, 192-194).

Certes, il avouait ne pas comprendre le miaulement. Mais il réagissait par essai- erreur aux plaintes du chat. Il était convaincu qu'ils finiraient toujours par s'entendre.

Personnalisation

Pour Antoine, les chats interpellent l'Humain d'un point de vue culturel. Le chat est l'animal accompagnateur de la solitude ou du solitaire, comme dans son cas, se qualifiant lui-même « d'humain incapable d'aimer un autre humain ». C'est une sorte de handicap social qui ne peut être comblé que par les animaux. Le Café était un bon lieu pour aider les gens qui étaient dans cette situation. D'ailleurs, le chat du Café serait aussi un prétexte pour permettre des relations simples entre humains qui le fréquentent.

Par son attitude maintes fois exprimée, Antoine avait adopté cette stratégie : les chats étaient définitivement apaisants pour lui. Étant à ce moment-là en détresse affective, il croit que le chat était capable de comprendre les états d'esprit et émotions humaines. Ainsi la relation entre l'Humain et l'animal serait directement liée à ce manque affectif de l'Humain et à cette capacité de l'animal à le combler : « *Je dirais qu'ils ont une grosse gamme d'émotions. J'ai l'impression que les chats ont l'air sincèrement heureux. Mais, ils peuvent aussi, parfois, être tristes, dépressifs ou inquiets. C'est pour cela que nous comprend.* » (AP, verbatim 1, 300-302).

Dans sa vision de la relation H/A, Antoine a construit un rapport central d'échange de besoins. Il croit que le chat a besoin de l'Humain pour se nourrir, pour des soins et pour

de l'affection. En retour, le chat s'occupe de l'Humain au niveau affectif. C'est cette construction, relevant du mythe, qui guidait Antoine dans son mode d'interaction H/A. Pour lui tout l'enjeu était d'atteindre un équilibre entre le bien-être du chat et celui de l'Humain.

Pour Antoine, les chats ont des émotions ainsi que des personnalités propres à chaque individu. Ainsi, ils sont considérés par lui comme de vraies personnes à part entière. En ignorant volontairement la mécanique de l'instinct, il a encore plus de plaisir à voir le chat venir vers lui. Car il suppose qu'il l'a choisi parce qu'il est, lui, un individu intéressant.

Antoine pensait donc que la relation avec les chats n'est pas automatique. Il y aurait des types de personnes qui attirent les chats et d'autres qui les repoussent. Les chats n'étant pas des animaux faciles, on devait gagner leur confiance pour pouvoir devenir leurs amis, comme le faisait Antoine. Mais il fallait respecter la décision du chat, même dans le cas d'un rejet. Antoine a utilisé l'analogie d'une rencontre dans un bar. *« Lorsque l'on sort de chez soi, on est dans un état d'esprit ouvert à la rencontre. Chacun des partenaires doit faire la moitié du chemin. Il y a quelque chose que je peux faire et ce que l'autre peut faire. Mais il y a une limite. Il faut que l'autre décide d'entrer dans l'interaction avec toi. De même, c'est le chat qui va décider de mon rapport avec lui. »* (AP, verbatim 2, 89-93). Il était bien conscient de faire de l'anthropomorphisme, mais il avouait ne pas pouvoir pas faire autrement.

À la troisième rencontre, Antoine a reconnu que cela lui faisait du bien d'avoir une relation sociale simple, sans pression et sans jugement, avec un animal. Se sentir aimé ou

apprécié, dans l'instant et sans difficulté, était un sentiment qu'il ne pourrait pas développer avec les autres humains.

Après plusieurs visites, Antoine avait pourtant appris que le chat était calculateur. Mais il préférait ignorer ce qui risquait de le décevoir. Selon son évaluation, le chat était l'un des rares animaux astucieux capables de battre l'Humain dans le domaine de l'intelligence. C'était pourquoi il aurait, d'après lui, la réputation d'un sadique manipulateur dans la culture populaire.

Cette nouvelle façon de voir les choses entraînait Antoine à inverser sa perception du rapport maître/ esclave dans la relation H/A. Le chat aurait donc un comportement de maître, ce qui aidait Antoine à se déculpabiliser des abus de la domestication. Il agissait comme si le fait d'avoir apporté le chat dans la maison avait été une sorte de faute originelle.

Comme nous venons de le voir, la perception d'Antoine quant au rapport de manipulation entre l'Humain et le chat a évolué au cours des trois rencontres : *« je suis tombé sur des gens qui disaient que le chat utilise l'humain. Il est sournois et il fait des démonstrations d'affection, pour que tu le nourrisses, que tout est calculé. »* (AP, verbatim 3, 254-255). Il en est venu à la conclusion qu'il fallait une très grande intelligence animale pour utiliser et manipuler l'Humain. Le chat saurait exactement calculer la quantité d'affection qu'il devrait donner à l'Humain pour que ce dernier s'occupe de lui.

Il serait donc un très grand manipulateur de l'émotion humaine. L'échange ne serait plus en faveur de l'Humain ; la cohabitation ne viserait plus d'abord la satisfaction des besoins de ce dernier.

Cette nouvelle perception amenait même Antoine à replacer le chat dans un nouvel univers. C'était devenu un animal spécial qui pourrait très facilement retourner à la vie sauvage. La preuve selon lui, c'était que le chat pouvait changer de propriétaire sans problème, voir survivre sans propriétaire. Ceci lui donnerait de grandes capacités d'indépendance, contrairement aux connaissances qu'Antoine assumait au départ.

Pour Antoine, le chat est un élément «anormal» dans la vie quotidienne de l'Humain. Il y apporte quelque chose de chaotique qui fait dérailler la routine. *« J'aime bien cet élément perturbateur autour de moi. En fait c'est une source de chaos accepté comme tel et en même temps c'est ce qui est drôle. »* (AP, verbatim 3, 54-55).

Nous avons donc laissé Antoine dans un rapport avec les chats, fort différent de notre première rencontre. Alors qu'il avait été gêné de s'imposer à des chats complètement dominés par l'Humain, il savait maintenant que ces derniers étaient libres de répondre ou non à ses approches.

RÉPONDANT 3

4.3.1 Présentation JULIETTE

Juliette (25 ans) est montréalaise « depuis toujours ». Elle venait de finir un DESS en administration scolaire à l'UQAM. Elle y avait été initiée aux applications de la zoothérapie à l'école. Elle était très intéressée par les différents projets développés en ce sens au Québec ces 10 dernières années. Elle espérait mettre en place, dans son école, des programmes de soins assistés par l'animal.

Juliette a été recrutée, pour notre recherche, par l'intermédiaire d'une autre participante, Audrey. Il s'est passé 3 semaines entre la recommandation d'Audrey et la rencontre de Juliette. Il y a, d'abord, eu des échanges de courriels qui l'ont amenée à accepter la rencontre. En fait, elle était plutôt curieuse du sujet de la recherche. Les entrevues ont duré, chacune, environ 50 minutes. La discussion s'est faite au-dessus d'un thé. Juliette a posé plusieurs questions sur la démarche de la thèse et les retombées futures de ce travail de recherche. Il faut dire qu'elle s'avouait une consommatrice inconditionnelle d'émissions consacrées aux animaux comme « César : l'homme qui parle au chien ». D'ailleurs les jardins zoologiques provoquaient chez elle des réactions d'émerveillement d'enfants.

4.3.2 Verticale

Juliette a toujours eu des chats dans son entourage. Lorsqu'elle était petite, sa mère s'était procuré deux chats de race himalayenne. Mais comme c'était une race de félin dont l'acquisition coûtait assez cher, sa mère lui interdisait de s'en occuper. C'était des chats « avec beaucoup de caractère ». Ils avaient des comportements très possessifs par rapport à la mère et avaient rapidement dominé tout ce qui se passait dans la maison. Ils ont même griffé et mordu Juliette plusieurs fois.

À ses 10 ans, son rapport avec les chats a changé. Pour son anniversaire, sa grand-mère l'a emmenée à l'animalerie, afin de lui acheter un chaton. Ce dernier devenait ainsi « son » chat qu'elle prénommera : « Guimauve ». Ce troisième chat de la maison va aussi vivre le règne de terreur des plus anciens locataires du lieu, ce qui va le rapprocher de Juliette. Ils ont passé beaucoup de temps ensemble, car Guimauve se cachait la plupart du temps dans sa chambre. La douceur partagée leur permettait de faire face aux ennemis communs.

Juliette était déjà venue au café le jour de son ouverture. Mais comme l'endroit était, à cette occasion, rempli d'invités, il n'avait pas été possible d'entrer vraiment en contact avec les chats. Sa deuxième visite qui a été notre première rencontre s'est déroulée dans une ambiance plus normale. Elle y retrouvait les conditions qu'elle avait entendu décrire dans la campagne virale alimentée par les interventions médiatiques du propriétaire.

Juliette aimait beaucoup l'endroit, prenait plaisir à venir s'y détendre et prendre une boisson au milieu des chats. Voyant que ces derniers avaient tendance à chercher la

lumière, pour stocker l'énergie diurne, elle s'assoyait au pied des grandes vitres pour être plus près d'eux. Ce serait donc en se basant sur la luminosité que les chats pourraient percevoir le temps. Elle remarqua, de ce fait, que l'architecture du Café permettait aux chats, en totale liberté, de grandes possibilités de mouvement.

Il faut se rappeler que Juliette venait au Café pour découvrir une autre version de la zoothérapie, possiblement différente de celle pratiquée dans les écoles. Elle y faisait sa première expérience ronronthérapie, car, dans son école, on utilisait principalement des chiens. Elle supposait que l'utilisation de chats devait appeler de nouvelles pratiques. Elle a donc posé des questions sur le fonctionnement du lieu : « Est-ce que les chats fuient? Est-ce que les chats se battent? Comment peut-on pratiquer les soins assistés les chats ? Combien de personnes ont été guéries ? » Elle menait un véritable interrogatoire auprès du propriétaire et du doctorant sur les bienfaits réels de la ronronthérapie telle qu'expérimentée dans le café.

S'il elle s'intéressait tellement aux bienfaits de la zoothérapie, c'est qu'elle était sujette aux migraines depuis des années. Elle s'était livrée, de façon déterminée pendant plusieurs années, à diverses médications qui n'avaient pas porté fruit. Elle avait donc développé sa propre zoothérapie maison. Quand elle venait au café, elle s'allongeait pour qu'un chat vienne « *se mettre sur sa tête* ». Elle était convaincue que le contact de l'animal la soulageait.

Juliette aimait beaucoup la mission de sensibilisation sociale du Café par rapport aux abandons sauvages d'animaux au Québec. Elle pensait qu'on pourrait y arriver par

l'éducation populaire et la prévention. Pour elle, le Café prouvait que le chat était l'animal le plus sociable, coloré d'un pragmatisme cherchant l'interaction. De plus, elle réalisait que le chat avait besoin d'être socialisé, certes, avec l'Humain, mais aussi avec d'autres chats. Et c'était l'un des rôles du Café !

Toucher

Elle imaginait, pour les chats, un univers assez spécial. Même si les chats étaient « *indépendants et n'obéissaient à personne* » (JM, verbatim 2, 37), ils détiendraient un côté magique et spirituel. Ils seraient « *des portes sur le monde des morts* » (JM, verbatim 1, 61). C'est ce qui en ferait des intervenants de soins plus grands que nature. Elle croyait que, pour profiter des facultés spéciales du chat, il était important d'avoir un contact physique avec «le mystique». D'après elle, les bienfaits de la zoothérapie proviendraient du besoin naturel de l'Humain d'entrer en contact avec un autre être vivant.

Juliette nous avait dit être contente du Café, car elle y trouvait «les chats beaux et doux». Elle les touchait dès le premier abord, avant même de leur parler. Elle adorait même les toucher directement sur le ventre. Car elle était convaincue que, pour les caresses, le chat fonctionnait comme le chien. Ce qui l'amenait à être active dans ses relations avec les chats : elle allait les voir dans leurs paniers et cherchait à profiter de leurs caresses, en jouant avec eux.

Elle expliquait que jouer avec les chats ou en prendre dans ses bras avait un effet apaisant. «Il ne manque que la parole au chat». Car elle était convaincue que leur contact, leur douceur et leur présence seraient thérapeutiquement plus efficaces, si on pouvait clairement communiquer avec eux. Cependant, pour elle, le chat ressemblerait à

l'adolescent, en ce sens qu'il vivrait l'ambiguïté d'une relation amour/haine avec l'Humain. « *Nous avons besoin des chats et ils ont besoin de nous.* » (JM, verbatim 1, 308)

L'Humain aurait de la chance de pouvoir profiter, par contact, de cette faculté du chat. Elle était convaincue que la vibration du chat lui permettait de se débarrasser de ses énergies négatives. Cependant, elle avait découvert que ce n'était pas gratuit de la part du chat : devenu serein, l'Humain serait plus attentif et répondrait mieux à ses besoins. « *C'est drôle, mais j'ai toujours eu l'impression que quand j'avais des problèmes les animaux venaient naturellement m'aider. Et là, je me rends compte que c'est un peu calculé de la part du chat. Je comprends, mais en même temps je m'étonne de savoir ça.* » (JM, verbatim 3, 137-139).

À la troisième rencontre avec Juliette, son attitude n'avait pas beaucoup changé, d'après elle. Juliette restait à l'écoute du chat, mais n'allait vers lui que s'il semblait accepter le contact physique. Il y avait un changement face aux premières rencontres : Juliette était plus passive et se mettait à regarder les chats un long moment avant d'aller les toucher. Elle affirmait être moins excitée. D'abord elle se calmait ; ensuite, elle allait toucher le chat en étant dans un état zen.

Juliette caressait le chat avec beaucoup d'attention, le but étant de le faire ronronner. Elle effectuait cette tâche avec beaucoup d'attention en utilisant une brosse, si elle était disponible. C'était comme un épouillage dans un esprit de maternage. Elle chantonnait légèrement quand elle faisait cette action. Le contact physique était essentiel pour Juliette ; cela l'apaisait beaucoup. Elle aimait plonger ses mains profondément dans le poil du chat. « *J'ai un chien qui a aussi de longs c'est toujours un plaisir immense de se*

laisser entraîner dans la fourrure poils surtout que les chats sont beaucoup plus propres que mon chien. » (JM, verbatim 1, 71-72).

Juliette a continué de flatter le chat sur toute la longueur du corps. Elle aimait surtout sentir les os de la queue sous ses doigts. Elle ne forçait plus le contact zoothérapeutique au Café contrairement à la première rencontre. Un autre ajustement : elle a aussi arrêté de toucher le chat directement sur la tête. Elle commençait, dorénavant, la caresse à partir des épaules du chat.

Langage

Juliette avait observé que lorsqu'elle caressait le chat et qu'elle lui parlait dans le Café, cela provoquait immédiatement, chez elle, une chute de sa pression artérielle. Elle expliquait ressentir que son rythme cardiaque ralentissait, son rythme respiratoire diminuait, et ses muscles se détendaient. Elle se voyait confirmer le pouvoir calmant du chat.

Elle cherchait avant tout à intéresser le chat à sa présence. Sa tactique consistait à appeler le chat vers elle. Pour pouvoir ensuite le toucher. Elle cherchait aussi à le faire ronronner, car ce ronronnement lui confirmait l'existence d'une entrée en communication.

Lors de sa première visite, Juliette appelait le chat avec le surnom « *minou-minou* ». Pour elle, ils étaient tous « *minou-minou* ». Elle faisait des bruits de bouches et sifflait pour attirer l'attention des chats. Parfois, ses vocalises effrayaient plus les chats que cela ne les attirait. Quand un chat était intéressé et curieux, elle s'accroupissait et continuait de l'appeler avec un large mouvement de mains comme pour l'attirer.

À la deuxième rencontre, Juliette avait arrêté d'appeler les chats « minou ». Dorénavant, elle les appelait par leur prénom. C'était une évolution de son attitude envers la personnalisation des chats. Elle avait compris que cela faisait fuir le chat plutôt que de l'amener à rester près d'elle. Petit. Et maintenant elle chuchote quand elle leur parle.

Personnalisation

Juliette déclarait ne pas avoir une profonde connaissance du vécu des chats, bien qu'elle en ait un. Comme elle travaillait dans une école où on utilisait surtout les chiens, elle appliquait son habitude des chiens aux chats. Elle pensait, d'ailleurs, que les chats aimaient moins l'Humain que les chiens.

Juliette trouvait que le chat était un animal «stratège, intelligent et indépendant». C'était un manipulateur qui réussissait à pousser l'Humain à faire des choses. «*Le chat hypnotise avec ses yeux* » (JM, verbatim 2, 222) ; c'était son pouvoir de prédateur. Cependant, on ne se trouve pas dans une relation « *chasseur-proie* », car « *le chat ne pourra pas me manger* » (JM, verbatim 3, 112). Elle voyait le chat comme un être sensible, ce qui le lierait avec l'Humain qui l'est lui aussi. « *Entre deux êtres vivants, une analyse se fait ; lorsque le chat le fait, c'est ce que j'appelle la Chatnalyse.* » (JM, verbatim 1, 269).

La relation H/A serait donc dans un rapport d'absence/présence. Le chat serait capable de sentir qu'il y a un besoin en face de lui, mais il ne serait pas capable de comprendre la nature de ce besoin. Ce serait une sorte de sixième sens qui ferait que le chat serait attiré par certaines personnes « *en détresse affective* ». C'est ainsi que Juliette interprétait le fait que sa conjointe attirait, plus qu'elle, les chats rencontrés. Comme l'Humain, les félins

seraient sélectifs dans leurs relations en fonction de leurs perceptions des besoins de l'Humain.

Juliette était convaincue que les chats ressentait les émotions de l'Humain. Et les chats viendraient le sécuriser lorsqu'ils le sentent malade ou triste. « *Le chat apporte beaucoup à l'Humain et vice et versa ; tout cela doit se faire dans le respect mutuel* » (JM, verbatim 3, 13). Malgré cela, elle comprenait qu'il ne fallait pas considérer le chat comme un humain, mais elle le faisait quand même.

Avec le temps, Juliette avait acquis, au sujet du chat, de nouvelles connaissances qui lui permettaient de voir la distance entre l'animal et l'Humain. Par exemple, elle savait que les chats dormaient beaucoup, comme les humains durant leur adolescence. Mais elle a été surprise de découvrir qu'ils dormaient en moyenne 15h par jour. Mais contrairement à l'Humain, ils ne sont pas longtemps dans le sommeil profond ; ils se reposent par cycle. Elle a remarqué que, même quand les chats ont les yeux fermés, leurs oreilles bougent toujours en direction des bruits. Au début, elle croyait que les chats faisaient semblant de dormir, avant que le propriétaire ne lui explique leur réalité du sommeil.

À la troisième rencontre, Juliette venait d'apprendre que la vision des chats n'était pas si bonne et qu'ils « voyaient » plutôt à travers les odeurs. Le chat est capable de goûter les odeurs. Cela va donc changer, chez Juliette, son rapport au chat et son comportement. Elle a arrêté de mettre du parfum quand elle venait au Café. Elle avait décidé de ne plus utiliser de la menthe sous forme de gomme ou de pastille, car les chats n'aiment pas cette odeur. Nouvelle information qu'elle a mise en action. « *Maintenant plus jamais je ne prendrais de la menthe avec moi lorsque je vois un chat, c'est promis juré.* » (JM, verbatim 1, 37).

Elle avait découvert que la queue était une espèce de balancier, pour l'équilibre du chat, surtout lorsqu'il court ou lorsqu'il saute, à la différence des chiens. Son information sur la queue du chat s'est enrichie d'un autre aspect fort important : c'est aussi un moyen de communication. Mais elle devait accepter que cela ne se fasse pas de la même façon que pour le chien,

Elle avait appris que quand le chat bouge lentement sa queue de gauche à droite en la fouettant, c'est qu'il est nerveux, alors que le chien, c'est qu'il est heureux. C'est particulièrement trompeur pour elle qui fréquente plus souvent les chiens dans l'école. « *J'ai mis vraiment beaucoup de temps à comprendre que la queue qui bouge chez le chat ce n'est pas un bon signe, du tout. Si je n'étais pas venue ici au Café, j'aurais continué comme ça encore pendant des années* » (JM, verbatim 3, 298-300).

« *Je comprends mieux les chats du café il faut d'abord les comprendre et ensuite les toucher, car la pet-thérapie fonctionne mieux si je prends mon temps avec le chat.* » (JM, verbatim 2, 88-90).

RÉPONDANT 4

4.4.1 Présentation ANNE-CLAIRE

Anne-Claire est une fille de 26 ans. Elle est arrivée à Montréal il y a cinq ans et demi. Après le Cegep, elle s'est lancée dans l'entrepreneuriat en décoration d'intérieur actuellement, elle produit des éléments de décorations inspirées des techniques de pliage origami japonais. Elle parcourt les marchés, les expositions et les foires pour vendre ses créations. Elle passe beaucoup de temps chez elle à plier du papier pendant des heures. Les chats sont pour elle un bon moyen de se détendre le cerveau. Elle s'intéresse aussi à cet animal parce qu'elle le sait très important au Japon, pays qu'elle admire. Anne-Claire avait vu sur Internet le décor particulier du Café, composé d'obstacles, planchettes et tunnels. Elle tentait de reproduire certains agencements chez elle. C'était une source d'inspiration pour elle. Elle est particulièrement intéressée par les jouets et les accessoires pour chat que le propriétaire, dans une opération de marketing sensoriel, met à la disposition des clients qui pourraient les acheter dans la boutique attenante.

4.4.2 Verticale

Anne-Claire a répondu à l'annonce que nous avons mis sur la page Facebook du café Chat l'heureux, principal outil de promotion du propriétaire. Elle a manifesté son intérêt de participer à la recherche au bout de trois jours ; elle a directement envoyé un message personnel au chercheur. Nous avons trouvé des disponibilités de temps communes dans la

semaine qui a suivi le premier message. L'entrevue a été réalisée en matinée, vers 10h00 (période peu achalandée au café). Même si elle connaissait déjà l'endroit; où elle était venue une fois, elle paraissait méfiante et stressée. Nous lui avons d'abord laissé du temps pour qu'elle s'amuse avec les chats avant l'entrevue. Après quelques minutes de jeux, elle était beaucoup plus détendue pour notre échange.

Nous avons cassé la glace en discutant à trois, avec le propriétaire des lieux, des objectifs de la recherche avant de passer à notre questionnaire semi-ouvert. Elle me confia que tous ses faits et gestes étaient calculés, consciemment ou non, pour obtenir l'approbation de l'animal et être reconnue comme une bonne mère de substitutions. Cela explique le début difficile de notre rencontre. Elle pensait que j'allais la juger sur sa manière de s'occuper des animaux. L'entrevue s'est prolongée sur 50 minutes.

Avant de venir au Café à chats, Anne-Claire avait l'idée qu'elle pourrait y trouver des façons d'améliorer ses pratiques. Elle était particulièrement intéressée par le côté éducatif du Café.

Anne-Claire et son conjoint font partie du programme de famille d'accueil de la SPCA pour chaton. C'est-à-dire qu'il leur arrive de garder un ou plusieurs chatons dans leur foyer pour une période d'environ un à deux mois, afin de les socialiser³⁸. Elle doit leur procurer tous les soins et l'attention dont ils ont besoin, comme si c'était leur chat, même si l'animal n'est que de passage dans leur foyer. La SPCA de Montréal fournit tous les soins vétérinaires pendant la période où le chat est chez elle, ainsi que l'équipement de base, un bac à litière et un transporteur pour les chats. Ainsi, la majorité des frais sont

³⁸ Le chat est un animal social. Il doit dès son-plus jeune âge apprendre les règles de vie en commun. Sinon il sera mal éduqué et aura du mal à se socialiser avec d'autres chats et humains.

couverts par la SPCA. La raison qui pousse notre répondante à venir au Café à chats, c'est qu'elle cherche à apprendre des choses sur les chats pour les appliquer à ses habitudes d'accueil. « *Je trouve ça intéressant de voir, comment tu peux éduquer un chat pour le rendre domestique et tolérant envers les êtres humains sans qu'il blesse les êtres humains tout en gardant son côté sauvage* » (AC, verbatim 1, 20-25).

Toucher

Pour se remettre au premier plan de la relation H/A, Anne-Claire a adopté la stratégie suivante : elle prêtait attention aux moments où le chat était le plus curieux. Ainsi, elle l'attirait vers elle, en lui parlant doucement : « oh bonjour ». Puis, elle lui tendait la main pour qu'il puisse la renifler et s'imprégner de son odeur. Lorsque le chat répondait positivement, elle le caressait de manière plus intense et le collait contre elle comme une maman. C'était Anne-Claire qui allait vers les chats du café et elle cherchait directement le contact physique. C'était important pour elle de toucher, car cela fixait la relation de socialisation avec le l'animal.

Elle expliquait qu'elle en était venue à affiner ses gestes depuis la première fois : elle ne forçait plus le contact. Elle faisait moins de gestes vers le chat ; mais ses gestes étaient, d'après elle, plus sûrs en termes d'efficacité.

Plus exactement, elle s'était décidée, elle-même a limité le nombre de chats contactés. Elle se concentrait, dorénavant, sur deux ou trois pensionnaires par visite. En fait, elle avait modifié son rapport de distance avec les chats, au lieu d'aller au contact direct avec l'un d'entre eux, comme elle le faisait avec ses chatons. Elle avait appris à observer le chat avant de le toucher.

À partir de cette nouvelle proximité retenue par Anne-Claire, celle-ci avait pu observer que le chat est normalement très indépendant et sélectif, même si on peut flatter n'importe quel chat au Café. Même dans ce contexte, il pourrait préférer certains humains plutôt que d'autres. « *Les chats ont un côté scientifique, ils nous étudient et étudient leur environnement avec précision avant d'interagir* » (AC, verbatim 2, 60). Autrement dit, le chat choisit l'être avec qui il désire interagir.

Yeux

Anne-Claire a confié que son principal atout était la connexion par le regard. Pour elle, c'est le regard qui ouvre la porte de l'intimité H/A. Cette connaissance est très importante pour elle ; c'était la phase la plus fondamentale dans la mise relation avec l'animal. Sans le savoir, elle assumait les mythes égyptiens à ce sujet. Regarder droit dans les yeux de l'animal était son premier geste. Dans son esprit, elle était convaincue que le chat pouvait ainsi voir dans son regard qu'elle ne lui voulait pas de mal. « *Je pense que le bonheur du chat c'est des petites choses qui s'additionnent comme un chat qui va se laisser caresser, qui va s'allonger qui va te regarder dans les yeux, qui me tolère.* » (AC, verbatim 2, 263-264).

Anne-Claire nous a fait part de sa ferme conviction que les yeux étaient une porte vers l'âme du chat, car, pour elle, il reste une grande part d'esprit farouche en lui. C'était sa manière, à elle, de dompter la partie sauvage de l'animal. C'était une partie qui, selon elle, subsistait au Café.

Langage

À entendre Anne-Claire parler du chat, on devait conclure que l'Humain n'était pas capable de communiquer spontanément avec lui. Il lui fallait faire l'effort de saisir la personnalité particulière de chaque chat du Café et de s'y adapter pour chaque interaction. Une fois la personnalité du chat analysée, l'Humain pouvait alors facilement communiquer avec lui. Pour Anne-Claire, chaque chat a un code personnel qui serait sa manière d'interpréter les choses au sujet de l'Humain. C'était justement ce code qu'elle cherchait à comprendre dans la personnalité du chat, lequel code serait la clé de la communication H/A. Anne Claire avait l'idée que l'apprentissage communicationnel avec un chat prenait du temps.

Cependant, l'une de ses pratiques a changé suite à une remarque du propriétaire. Car elle jouait avec ses doigts ce qui conduit les chats à réactiver le réflexe de mordre la main des clients. Cela a tempéré sa pratique. Suite à cette remarque, Anne-Claire a eu des réajustements dans cette pratique précise. *« Et je dis bonjour à tous les chats un a un et puis après je passe à mes choses dans le Café. Je ne peux pas faire mes choses directement, car je leur prête une attention, mais je fais cela avec douceur maintenant. »* (AC, verbatim 3, 57-59).

Personnalisation

Avant de venir au Café, Anne-Claire pensait vivre une relation particulière avec des chats adultes, contrairement à ceux qu'elle hébergeait chez elle. Elle n'était pas une maîtresse conventionnelle. Comme on le disait plus haut. Elle s'occupait de chatons qui étaient

ensuite envoyés dans des familles d'accueil définitives. Elle ne gardait pas de chats qui avaient plus d'un an. C'était sa condition principale pour coopérer avec la SPCA.

Par contre, il y avait chez elle presque toujours de 7 à 8 chatons pensionnaires qui changeaient tous les mois. Elle ne possédait, elle-même, aucun de ces chats. C'était une « gardienne de chats » à la maison, ce qui lui permettait de gagner une certaine expertise en matière de soins pour chats.

Dans son rôle de mère de substitution, elle cherchait une acceptation de la part du chat dans toutes ses relations H/A, même quand l'animal lui était inconnu comme sans le Café: « *Je sais que c'est bizarre, mais j'ai besoin de sentir qu'il me fait confiance, qu'il croit en moi que je lui inspire du respect* » (AC, verbatim 3, 63-64). Cette volonté explique qu'elle veuille particulièrement toucher tous les animaux comme le font les mamans. « *Je les considère un peu comme des enfants, je suis un peu gaga des chats, dans le sens où ils m'apportent des choses, je leur apporte des choses.*» (AC, verbatim 1, 52-53). Anne-Claire avait donc très envie d'aller toucher tous les chats du Café. Elle disait elle-même : « *je suis comme un électron fou* ». Elle voulait faire connaissance de tous les chats. Elle cherchait à interagir avec chacun d'entre eux. Pour elle, c'était important de se présenter à chacun des félins pour qu'il se souvienne d'elle. Anne-Claire avait remarqué que le chat était un animal tranquille qui avait besoin d'amour. C'était un être sensible qui faisait du bien à l'Humain : « *Les humains ne peuvent pas se passer des animaux. La rencontre animale est la plus belle forme de rencontre; le chat nous sauve d'une certaine manière* » (AC, verbatim 2, 130). Anne-Claire constatant que le chat fait du bien à l'humain voudrait lui rendre la pareille.

Anne-Claire se qualifie elle-même comme un exemple de femme qui s'est persuadée qu'il fallait en tant qu'humain devenir une meilleure mère que les chattes qui ont abandonné leurs chatons. Elle s'est donné comme mission d'aider les bébés animaux qu'elle reçoit à devenir de «bons chats».

Anne-Claire était habituée à s'occuper de chatons chez elle. Donc, elle estimait bien connaître le comportement des chats. C'est pour cette raison qu'elle a déclaré utiliser les mêmes trucs et astuces sur les chats adultes du Café.

D'ailleurs, elle était convaincue que la majorité de la population de chats vivait dans la rue. Pour elle, le chat était l'animal associé aux gens modestes. Elle racontait que l'Humain ne pouvait totalement les domestiquer comme certaines personnes pensaient pouvoir le faire : « *Tu peux éduquer un chat pour le rendre tolérant envers les êtres humains, sans qu'il ne cherche à les blesser tout en gardant le côté sauvage qui lui est propre. Certes l'Humain n'est pas à l'abri d'une attaque parce qu'il aura fait un geste qui aura été mal compris par le chat. Ce sera alors l'instinct de ce dernier qui va parler.* » (AC, verbatim 1, 26-31). Durant les rencontres suivantes et après quelques conversations avec le propriétaire, sa pensée s'est modifiée, Anne Claire a compris que les chats n'étaient pas indépendants ni résistants à toutes épreuves et que souvent, ils n'arrivaient plus à se nourrir seuls. Et il en a découlé, dans son esprit, la confirmation d'une domination totale de l'Humain sur le félin.

Il y avait aussi la notion d'individualité. Les chats du Café ont été socialisés par des spécialistes des comportements félins, pour qu'il y ait entre eux une bonne entente sans conflit de territoire. Anne Claire a remarqué que « *Tout est fait pour que tout le monde, chats et l'Humain, s'entende. Moi-même j'ai des chats, ce n'est pas évident tout le monde*

puisse s'entendre dans une maison. » (AC, verbatim 2, 142-143). Elle voyait le chat comme un être sensible avec des particularités psychologiques différentes de celles de l'Humain.

En fréquentant le Café, Anne Claire a fini par comprendre que les personnalités étaient gommées par les opérations de socialisation particulières au lieu. Elle a appris que la relation H/A dans le Café était orientée vers la satisfaction du client. Elle est biaisée par le fait que les chats ont été éduqués pour répondre à une demande particulière. En quelque sorte, le fait que la personnalité du chat n'est plus naturelle conduit à faciliter la relation. Même dans le Café., il fallait se présenter au le chat et cela demandait un effort : *« Un chat ne peut pas se décrire en 3 lignes. »* (AC, verbatim 1, 05).

Même si elle s'imposait d'observer plus attentivement les animaux, elle n'en avait pas moins retrouvé sa tendance à attribuer des personnalités aux chats, comme elle le faisait au départ. Elle affirmait respecter davantage les limites «mentales» du chat puisqu'elle cherchait à mieux cerner sa personnalité. Elle était maintenant plus intéressée à établir des contacts avec des chats ayant, chacun, une personnalité différente et à en découvrir de nouvelles à chaque visite. *« Ils ont tous une belle personnalité, mais cela prend du temps de tous les connaître. »* (AC, verbatim 1, 10). Ce qui l'a conduite à emprunter une posture d'observation et non-forcement d'intervention.

Anne-Claire avait finalement découvert les subtilités d'une relation beaucoup plus complexe qu'au début de nos trois entrevues. Elle en a fait un grand manipulateur qui sait se comporter de manière à obtenir ce qu'il veut. *« Le chat nous séduit en se frottant sur nous. »* (AC, verbatim 2, 80).

Elle a donc inversé ce qu'elle considérait comme le rapport de domination H/A. En fait cela lui faisait plaisir que le chat tente de la manipuler. Le chat était donc capable de percevoir les émotions de l'Humain et d'obtenir de lui ce qu'il voulait. Anne-Claire insistait sur ce qu'elle voyait être comme la dualité du chat : « un généreux égoïste ». En somme, le chat avait besoin d'elle et elle avait besoin du chat. C'était un lien social très fort. « *C'est douloureux quand le lien se brise.* » (AC, verbatim 3, 13).

En résumé, pendant la période où se sont déroulées nos trois entrevues, Anne-Claire avait découvert qu'il était difficile de savoir combien de temps on peut flatter un chat. « Parfois, ils partent subitement sans qu'on sache pourquoi. ». Elle s'expliquait mal ce genre de comportement. Elle n'arrivait pas à en voir les signes avant-coureurs. Elle s'imaginait que c'était l'Humain qui brusquait l'animal sans s'en rendre compte. Elle savait, dorénavant, que cela était dû à l'indépendance du chat. Anne-Claire avait changé sa perception, rendant plus sérieuse sa relation avec le chat : « *Il faut respecter les chats; ce ne sont pas des jouets* » (AC, verbatim 3, 204). Elle a constaté, en regardant les autres clients interagir avec les animaux, un qu'il s'agissait d'un engagement émotionnel très fort. Mais c'était, aussi, le chat qui devait prendre la décision d'accepter la relation avec elle.

RÉPONDANT 5

4.5.1 Présentation MATHIEU

Mathieu (23 ans) est arrivé de Genève, il y a plus d'un an et demi. Il est venu faire un programme d'étude en Web marketing aux HEC de Montréal. C'est Anne-Claire qui me l'a recommandé et présenté. Nous nous sommes retrouvés en début de soirée. Il est arrivé quelques heures avant moi, et il a soupé au Café à chats. La rencontre a duré 40 minutes. Il avait déjà vu un Café à chats à New York. Il connaissait aussi les variantes du concept japonais. C'était la première fois qu'il en visitait un à Montréal. Il m'a montré des photographies de chats sur son téléphone. C'est un spécialiste du marketing émotionnel³⁹ sur Internet.

4.5.2 Verticale

Avant de venir au Café, Mathieu s'intéressait à l'utilisation des images d'animaux sur YouTube, Facebook et Instagram pour faire du webmarketing. Le propriétaire du Café a justement utilisé un marketing viral pour se faire connaître à Montréal. C'était ce qui est intéressait plus particulièrement Mathieu. C'était sur le même modèle que Mathieu

³⁹ Définition : le marketing émotionnel ou marketing des émotions regroupe l'ensemble des usages marketing visant à tirer parti des émotions ressenties par les consommateurs. Il peut s'agir d'analyser, de provoquer ou d'utiliser ces émotions. (B.Bathelot, mis à jour le 30 juin 2016. Glossaires : 1001 Marketing)

essayait de faire une campagne de marketing pour une de ses amies qui fabrique des bijoux artisanaux. Il mettait en scène ses chats avec les créations joaillière (anthropomorphisme). Mathieu possédait trois chats noirs adultes de la même famille chez lui. Il utilisait avant tout ses animaux comme modèles pour sa campagne de marketing; mais ils les trouvaient trop semblables dans leurs physionomies. Il avait besoin d'autres modèles pour enrichir ses images; il espérait trouver, au Café, d'autres modèles de félins plus mignons que les siens.

Il se définissait comme un amoureux des animaux, capable de reconnaître la réalité et le potentiel commercial des animaux. Néanmoins, il disait venir aussi au Café pour encourager la cause animale et l'engagement citoyen envers eux.

En fait, Mathieu avait, au départ, décidé de venir, au Café pour trouver de l'inspiration. Il se proposait de prendre de nombreuses photos de chats avec son téléphone cellulaire. Il y venait donc plus pour analyser le concept du lieu que pour l'atmosphère qu'on pouvait y vivre ou la consommation alimentaire qu'on pouvait y faire. Pour lui, ce lieu n'était pas un projet éphémère relié à une mode passagère ; il représentait l'avenir du marketing émotionnel. Il espérait mettre les chats dans certaines mises en scène avec des accessoires (collier fantaisiste) qu'il immortalisait sur son téléphone. Il était bien conscient que le Café existait pour faire de l'argent. L'exploitation des animaux ne le gênait pas parce qu'il le faisait avec ses propres animaux dans ce qu'il jugeait de bonnes conditions. Pour lui, c'était donc un lieu parfait pour exploiter son propre côté artistique. *« Il faut le dire les vidéos de chat sur les Internet sont extrêmement populaires, on dirait que, parce que les chats sont mignons les gens les adorent ! C'est sûr que quand vous rentrez dans n'importe quel site Internet, à un moment ou un autre tu vas voir des chats. »* (MC,

verbatim 1, 100-102). Les chats devenaient des comédiens qu'il mettait en scène comme sur YouTube.

Toucher

Au départ, alors qu'il pensait surtout à faire des photos, Mathieu entraînait peu en contact physique avec les chats. Il ne leur touchait que très peu, seulement pour les faire changer de position. Pour une photo, il pouvait leur gratter le ventre pour qu'ils se mettent sur le dos. Même s'il trouvait assez agréable de toucher un chat, il n'avait jamais essayé de le faire lorsqu'il en avait rencontré un avant de venir au Café.

Mathieu allait donc vers les chats, mais restait passif dans le contact avec eux. En se concentrant sur la prise de photos, il conservait une certaine distance professionnelle entre lui et les chats. Certes, il trouvait que le Café était un lieu « cool », mais il y rencontrait plus de frustrations qu'à la maison. Car il y avait un décalage entre son espoir d'avoir de l'attention de la part des chats et la réalité. C'était, dans son esprit, ce qui justifiait la distance qu'il gardait en leur présence.

Mathieu choisissait le chat avec lequel il voulait interagir pour satisfaire son envie de créativité. Il m'expliquait qu'il n'avait pas besoin d'un rapport affectif avec les chats du Café; ses chats le font très bien à la maison. Il n'était donc pas là pour combler un vide en ce domaine.

Et pourtant Mathieu faisait état de connaissances assez précises sur les chats. Il se déclarait convaincu qu'ils avaient des émotions proches de celles de l'Humain. Ce serait pour cela qu'ils aimaient les Humains et que ces derniers créaient avec eux des relations

affectives parfois plus riches qu'avec d'autres Humains. La plus grande partie de cette relation serait, selon lui, basée sur le jeu.

Yeux

Pour Mathieu, le seul moyen pour contraindre le chat, c'était le jeu. Le plaisir du chat, c'était donc, pour lui, le chemin pour atteindre le plaisir de l'Humain. Il se montrait très intéressé par les petits tours des chats. Il passait beaucoup de temps à reproduire les trois tours montrés par le propriétaire : le « high five » le « assis » et le « tour sur soi ».

Mathieu était sûr qu'il existait de nombreux degrés dans la relation H/A. Pour lui, l'important, c'était de vivre avec le chat des choses plus puissantes que le jeu. Il attribuait à ces interactions un effet spécial : créer, dans le moment présent, une sorte de bulle qui serait similaire à un état de méditation. Ce serait un moment privilégié pendant lequel le chat est calme et amène l'Humain à se centrer sur lui-même. Ainsi l'interaction avec le chat pousserait l'Humain à prendre du temps avec lui-même.

À sa deuxième visite, Mathieu était devenu actif. Il était très attiré par les chatons, beaucoup plus que par les chats adultes. Il continuait de faire des photographies de chats pour son projet Internet. Mais il ne se focalisait plus uniquement sur un seul chat, contrairement à ce qu'il faisait lors de la première visite. Un changement important s'était produit dans son attitude : il avait commencé à toucher spontanément aux chats autour de lui, surtout quand il les trouvait « en demande ». Car, pour lui, la relation n'était pas là même quand c'était le chat ou l'Humain qui était en demande quant à lui, il ne se voyait jamais être en demande. C'était le chat qui avait besoin d'affection et non lui. *«Je crois que les chats ont un grand besoin d'affection. Ils ont besoin que l'on caresse souvent, que*

l'on s'occupe d'eux, la preuve il vienne tout le temps se coller. Ils sont enfermés, pas moi. Nous n'avons pas les mêmes besoins moi je suis équilibré émotionnellement. » (MC, verbatim 2, 211).

Langage

Lors de sa première visite, il avait remarqué que la communication avec un chat se basait sur le ressenti. Donc l'Humain était obligé de prendre en compte les émotions du chat, en prêtant une grande attention ses postures, ses réactions et ses comportements. *« Tu fais une action pis faut que quand t'arrives à voir la réaction du chat, pis il faut que tu comprennes ce qui se passe dans sa tête. »* (AT, verbatim 2, 17). Cela implique une attention réciproque portée aux petits gestes des deux partenaires. Pour Mathieu, la relation devait être, avant tout, active. Sinon le contact ne mènerait à rien. Il opposait cela aux relations humaines qui, elles, peuvent être passives sans problème. Mathieu était persuadé qu'avec l'animal la communication passe avant tout par l'action. Il savait qu'il y avait des stratégies pour aborder et éduquer les chats. Après les avoir vus, il était très intéressé par les petits tours de dressage des chats réalisés par le propriétaire pour amuser les clients et former les félins. *« -pis, grâce au propriétaire, j'ai appris que les chats font des tours super intéressants que je vais utiliser la prochaine fois pour ma prochaine séance photo. »* (MC, verbatim 3, 201).

Ces changements de connaissances et d'attitudes ont entraîné chez Mathieu une modification progressive de ses comportements envers les chats. Lors de cette première rencontre, c'était par la parole qu'il cherchait à entrer en contact avec les félins, en utilisant une hauteur de voix basse et répétitive. Il avait tendance à choisir, sur l'album de

photos, le ou les chat(s) qui l'intéressaient avant d'aller vers eux. Il ne se fait pas au hasard de la rencontre. « *Moi je choisis toujours le chat en fonction de mon idée, de mon concept de création* » (MC, verbatim 1, 124).

Mathieu expliquait qu'il touchait très peu aux chats, sauf pour les placer dans une position mignonne pour la photo. Il se disait intéressé, tout au plus, par un ou deux chats avec lesquels il faisait des compositions pour le webmarketing.

Lors de cette deuxième rencontre, Mathieu s'était mis à toucher les chats et les chatons qui venaient à lui, avec beaucoup plus d'intérêt qu'à la première visite. Donc, en plus de faire ses photos avec la mise en scène de chat, il lui arrivait de câliner et flatter certains félins.

Un autre changement : Mathieu s'était mis à parler aux chats. Il leur disait « bonjour », se baissant et les flattant sur le ventre ou la tête. Il était conscient que ces gestes étaient nouveaux pour lui. Mais il s'était donné comme mot d'ordre de ne pas faire cela (bonjour/baisser/flatter) trop longtemps et de retourner à ses prises de photos. Car, pour lui, c'était important de ne pas donner trop d'attention au chat. Il cherchait à provoquer un manque qui pousserait hypothétiquement les chats à chercher à continuer à entrer en contact avec lui.

Lors de cette troisième visite, Mathieu a commencé à appeler les chats par leur nom. Il leur parlait comme à un Humain, ce qui était un changement majeur. D'ailleurs, il trouvait « débile » son propre comportement, car il constatait que le chat ne le comprenait pas le langage Humain.

Personnalisation

Avant sa première visite, Mathieu pensait se référer aux comportements de ses trois chats qui habitaient avec lui pour comprendre les chats du Café. Il allait donc comparer les uns avec les autres. En fait, il plaçait le rapport H/A dans une domination claire de l'Humain. Les chats ne sortaient en jamais : c'était l'Humain qui choisissait d'ouvrir ou de fermer la porte. Mathieu croyait intensément aux vertus de la ronronthérapie. Pour lui les chats ont un très bon effet sur la santé humaine : « *c'est très bon pour être bien dans sa tête* » (MC, verbatim 2, 21).

Donc, avant sa première visite, Mathieu pensait venir passer un moment dans un lieu différent et novateur par rapport au marketing émotionnel. Pour lui, c'était un lieu didactique qui permettrait de comprendre comment vivre avec les chats en plein milieu d'un public. Voyons maintenant comment cette position aura pu évoluer au cours des visites suivantes.

Lors de notre première rencontre, Mathieu nous avait parlé de ses connaissances portant sur la relation H/A. Selon lui, chaque chat posséderait une personnalité et, ainsi, développerait un rapport différent à chaque Humain. « *Je pense que les chats ont une vision et un caractère différents. Et ils nous jugent comme moi je les juge.* » (AT, verbatim 3, 64). Pour que ce rapport atteigne une certaine importance, il devrait y avoir une certaine affinité entre la personnalité du chat et celle de l'Humain. Mathieu en tirait l'hypothèse qu'il devait être assez difficile, pour un visiteur de passage, de créer des interactions fortes avec les chats du Café.

Mathieu était convaincu que l'Humain n'avait pas une bonne compréhension du comportement des chats. Il pensait qu'il faudrait plus de recherche pour comprendre l'univers des chats et plus d'experts pour servir d'intermédiaire entre les deux mondes. Il ne partageait donc pas ce qu'il percevait comme étant les croyances populaires et mythes au sujet des chats. Il reconnaissait que la mode des images de chats sur Internet pouvait participer à la création des légendes sur les chats.

Mathieu tenait à nous expliquer que la relation H/A ne pouvait exister sans le respect qui en serait le fil conducteur. Mathieu dit ne rien connaître sur le symbolisme et les chats. Aucune image ne lui venait en tête. Mais, à la deuxième visite, il s'est mis à me parler du chat dans la mythologie égyptienne. Il avait donc pris le temps de réfléchir à propos des symboles associés au chat. Il pouvait dorénavant parler de l'association du chat avec la reine Cléopâtre et insistait sur le fait qu'on le considérait, en Orient, comme un animal sacré. Il avait appris et retenu le fait que, dans l'antiquité, le chat symbolisait la force tranquille. *«Je vais vous parler d'un dieu chat le plus puissant de l'Égypte le sphinx qui protège les pyramides en les gardant calmement les tombes des pharaons. »* (MC, verbatim 3, 132).

Mathieu avait même construit une interprétation, assez particulière, de l'évolution de l'image du chat. Cette évolution serait en rapport direct avec celle du statut des femmes dans le couple. Ainsi, dans le passé, la mauvaise réputation du chat aurait été parallèle à celle des femmes. Et, aujourd'hui, si le chat était aussi bien accepté dans notre société, ce serait dû à la progression vers l'égalité entre l'homme et la femme !

Mathieu avait aussi découvert que le chat était un animal privilégié de la réincarnation bouddhique. Il avait appris que, dans cette philosophie religieuse, le chat était un animal

de choix. Mais il ne connaissait pas l'origine de cette situation. Ces nouvelles connaissances ont amené Mathieu à découvrir qu'on pouvait attribuer une ambivalence symbolique au chat : il pouvait être à la fois paisible et agressif. Ainsi le chat représenterait bien les alternances, surtout entre l'activité et le repos. Or il avait aussi appris que cette dualité, intérieure et extérieure, était une pure construction d'Humain. C'était un mensonge qui lui permettait d'avoir bonne conscience. Mathieu était surpris de la force de l'inconscient collectif qui refusait, ainsi, de constater que le chat était un bien de consommation. C'était un exemple des mythes que l'Humain se construisait pour satisfaire ses besoins, un besoin comme celui d'avoir de la compagnie.

Mathieu pensait que le chaton était l'aspect le plus commercial du chat « *Le chaton, c'est ce qui se vend le mieux. Les Humains sont attirés vers les bébés des animaux en général* » (MC, verbatim 3, 88). Le chaton serait donc, avant tout, un divertissement, car il est plus actif et, ainsi, plus séduisant pour l'Humain. Le lien serait plus facile à établir avec lui.

À la troisième rencontre, Mathieu avait découvert que les chats étaient de très bons instruments pour attirer les clients dans le Café, à l'opposé de l'image de la relation H/A avec laquelle il était arrivé, pour la première fois, au Café. Ce serait, selon lui, un peu comme pour les escortes, sauf que les chats ne sont pas rémunérés. Il était maintenant convaincu que le chat combinait plusieurs qualités qui en faisaient l'animal qu'affectionne particulièrement l'Humain : « *c'est un animal relaxant qui fait des trucs marrants, car il saurait imiter l'Humain.* » (MC, verbatim 3, 51). Il serait, avec le chien, l'un des rares animaux capables de développer une relation H/Â.

Au fur et à mesure de ses visites au Café, Mathieu avait appris que le chat était un animal auquel l'Humain était tenté de construire une personnalité. Il le faisait à partir des caractéristiques physiques du chat, surtout dans le cadre d'un endroit comme celui –là.

Au départ, Mathieu affirmait que les chats devaient partager les émotions de l'Humain. Il avait fini par comprendre que c'était plutôt les humeurs de l'Humain que les chats pouvaient ressentir dans les stimuli issus du corps de ce dernier. Mais Mathieu n'avait aucune idée des mécanismes qui régissaient cette interaction bio chimique.

Mathieu a compris la logique du Café ; le seul qui ne voit pas l'argent, c'est le chat.

D'ailleurs le Café fonctionne « *comme un zoo sans barrières* » (MC, verbatim 1, 18).

Cela l'amène à se questionner sur la condition animale, c'est-à-dire sur ce qu'il appelle « *les conditions du bonheur de l'animal dans ce lieu.* » (MC, verbatim 3, 12). Il affirmait que les chats y sont « certainement » plus heureux qu'à la SPCA (dont la plupart proviennent) et que c'est l'une des moins mauvaises solutions. Pour lui, on peut faire de l'argent avec les animaux, à la condition seulement d'éviter les excès des usines à reproduction d'animaux domestiques.

V. CHAPITRE

5. ANALYSE ET DISCUSSION

5. 1 LES MYTHES DES RÉPONDANTS DE LA RELATION H/A

Le chapitre précédent présentait en détail l'évolution des mythes proposés par Harari (2014) de chacun des répondants, de cette recherche, soit cinq portraits : Audrey, Antoine, Juliette, Anne-Claire, Matthieu. Dans celui-ci, nous présentons les résultats de l'analyse verticale qui découle des portraits. Elle est structurée de telle sorte qu'on présente un résumé synoptique de l'expérience du mythe H/A, du point départ au point final. Puis, nous abordons l'analyse transversale à partir des résultats de l'analyse verticale qui nous a permis de reconstituer le mythe H/A post-moderne. Et nous concluons cette partie avec les principaux constats qui découlent de cette nouvelle forme de la mythologie H/A dans la communication entre les deux partenaires. Puis, dans ses dernières parties d'analyse, le chapitre se poursuit avec les implications des résultats obtenus. Finalement, il se termine sur une discussion portant sur les limites de la démarche et des suggestions pour les recherches futures.

5.1 Résultats de l'analyse verticale

Cette analyse verticale permet de rendre compte et de comprendre la dimension mythique de la relation H/A, au-delà des thèmes et sous-thèmes du guide que nous avons constitué. Nous nous sommes donc servis des trois éléments du C.A.P. pour décrire le changement de la représentation des mythes chez les répondants, tel qu'ils circulent à travers leurs discours. Nous proposons de nous intéresser à ces représentations H/A dans le but de réfléchir aux savoirs qu'elles contribuent à produire et aux effets sur la relation qu'elles induisent dans le mythe (Barthes, 1954). Ceci fait, nous avons pu resituer ces résultats dans une analyse transversale pour une compréhension plus globale du phénomène de communication imaginée.

Comme annoncé dans notre chapitre sur la méthodologie, nous avons découpé le verbatim de l'entrevue en sections thématiques, en leur donnant des étiquettes autour de l'activation de la représentation H/A. nous les avons établis en fonction de ce qu'elles renferment et renvoient à nos sous-thèmes du guide. Finalement, suite à cela, nous avons structuré les propos de chacun des répondants, suivant l'évolution d'un mythe principal qui motive et soutient la relation H/A. La dynamique du mythe a été définie dans notre problématique et spécifiée en rapport avec la communication imaginée. Il en a été de même pour l'activation de la représentation et la grille du modèle C.A.P. Nous basons cette analyse sur la constatation que chacun de nos répondants possède un mythe initial qui évolue vers le mythe final. Nous procéderons dans le même ordre que pour les portraits.

Nous avons fait, en quelques lignes, la synthèse de la tendance principale qui a émergé des propos pour tous les répondants. Nous commencerons donc par Audrey. Comme nous l'avons vu, l'évolution du mythe chez Audrey peut se résumer de la manière suivante. Avant de venir au café, elle avait comme mythe initial que le chat avait le pouvoir de soigner les problèmes affectifs de l'Humain et qu'il prenait plaisir à l'aider, tel un Bon Samaritain. Avec le temps, est progressivement apparue, dans sa vision, la possibilité que le chat soit assez dépendant de l'Humain dans cet environnement post-moderne. Suite à son expérience au Café, son mythe final est devenu : le chat est un animal magique capable d'aider l'Humain à mieux vivre. Mais, pour cela, il faut répondre à ses besoins pour qu'il reste disponible et réponde à aux attentes. On entre ainsi dans un rapport de contrepartie et d'intérêts, fort différent de l'image du Bon Samaritain. « *Mais maintenant quand j'arrive ici, je commence par m'occuper du chat. Je vérifie qu'il n'est pas trop stressé, affamé ou assoiffé. Puis là, je le caresse pour me faire du bien.* » (AT, verbatim 3, 250-252). Audrey utilisait beaucoup le toucher comme moyen de communication avec le chat. Progressivement elle a pris de la distance avec ce mythe secondaire pour arriver à la personnalisation.

Pour Antoine, le deuxième sur notre liste, son mythe initial était que le chat est capable de lire et de guérir les émotions humaines, même s'il était dominé par cet Humain. Il conçoit que le chat a déjà été une victime, utilisée sans remords par l'Humain. Au cours de ses différentes visites, il a transformé sa manière de voir la relation en inversant la situation de domination. Son mythe final était maintenant différent : pour lui, comme le chat manipule l'Humain, ce dernier n'aurait pas à se gêner de l'utiliser pour ses besoins affectifs personnels. « *Bah je dirais que maintenant que je sais comment le chat*

fonctionne, je m'autorise à aller toucher directement les chats, car j'ai besoin de me déstresser. » (AP, verbatim 3, 289-290). Antoine est notre répondant qui a le plus utilisé la personnification comme mythe, d'ailleurs le toucher et le langage étaient pour lui un moyen de renforcer le premier.

Pour Juliette, sa mythologie post-moderne était ambiguë. Dans son mythe, deux animaux domestiques, chat et chien, étaient fondamentalement identiques. Elle leur attribuait les mêmes comportements et le fonctionnement. Son mythe initial était alors basé sur le fait que le chat serait un partenaire de soins, identique au chien. C'est-à-dire que la zoothérapie fonctionnerait par le contact physique direct avec l'animal. Cependant, elle a assez rapidement compris que le chat ne répondait pas du tout comme le chien à ses attentes. Et son mythe final est devenu : la zoothérapie fonctionne avec le chat par la relation et non le contact comme le chien. Ce qui demande à l'Humain beaucoup plus d'effort, d'investissement et d'imagination. *« Peut-être parce que je n'ai pas le même contact avec le chien. J'ai l'impression qu'il n'y a pas le même besoin par rapport au chien. Peut-être parce que nous avons l'impression que le chien réagit plus mécaniquement qu'il sera plus facile finalement, qu'il va être heureux plus facilement. Alors que le chat il y a cette sorte de marge. On ne sait pas si ça va réussir ou si ça va échouer. C'est ça qui incite d'autant plus à aller vers lui. »* (JM, verbatim 3, 190-195). Juliette était avant tout dans le mythe du toucher, car c'est comme cela que fonctionnent les chiens. Ce qui a fait qu'elle a dû se réajuster vers le mythe de la personnalisation.

Puis vient Anne Claire. Son mythe initial était que les chats avaient besoin d'elle pour apprendre à vivre normalement. Ainsi, elle arrivait avec un comportement de mère voyant tous les chats du Café comme des chatons à éduquer. Pour elle, il y avait une

domination totale de l'Humain sur le félin pour le bien du petit animal, ainsi sauvé du « méchant monde » post-moderne. Elle est progressivement passée à la conviction que les chats étaient des manipulateurs à la personnalité forte qu'il fallait respecter. Elle a ainsi inversé le rapport de domination H/A. Son expérience avec des chats adultes a fait progresser sa vision sur l'adaptabilité des félins aux environnements urbains. Son mythe final est devenu : pour survivre, le chat manipule avec une grande intelligence l'affectif de l'humain, point faible de celui-ci. « *Luna (chatte du Café) me connaît bien, car elle s'est laissée caresser exprès, alors qu'elle est plutôt sauvage. C'est ma faiblesse, elle sait très bien que j'ai le cœur suffisamment ouvert pour l'accueillir avec sa personnalité.* » (AC, verbatim 2, 305). Anne Claire utilise beaucoup le mythe des yeux pour elles c'est le pont pour aller dans la personnalisation du chat.

Et finalement Mathieu, il est celui de nos répondants dont le mythe a le moins changé dans ses interactions au Café. Son mythe initial était que les chats fournissent de parfaits supports de marketing. Ils sont un outil formidable pour vendre. Ils possèdent une image influente dans la culture de masse, particulièrement présente dans le post moderne. Son mythe final s'est enrichi d'une portée affective, avec effet son comportement. Il pensait maintenant que le chat et sa personnalité étaient très pratiques pour aider les humains à se sentir bien et, par la même occasion, consommer plus. Ainsi, même si, pour lui, l'aspect de vente restait important, le côté affectif le déculpabilisait complètement de faire du marketing avec les bêtes. « *J'ai découvert que l'avenir du marketing c'est clairement l'émotionnel. C'est plus juste vendre, mais c'est vendre pour faire du bien, car les chats nous font du bien. C'est combiner le travail et le plaisir.* » (MT, verbatim 3, 320).

Mathieu quant à lui a fait l'inverse de Anne Claire, il est passé du mythe de la personnalisation pour pouvoir accéder au mythe du toucher.

Grâce à l'évolution des mythes principaux de chacun des cinq répondants, nous pouvons apporter certains éléments de réponses à notre problématique, ainsi qu'à notre question spécifique. Nos répondants se basent sur un mythe principal qui permet de cadrer la relation avec l'animal. Ce mythe motive le contact et permet au répondant d'être cohérent avec l'animal. Il constitue le fil conducteur de la relation, mais la confrontation avec le réel demande au répondant de se réaligner en fonction des réactions des chats. Autrement dit, un dialogue se déroule entre le mythe et le contact réel avec l'animal qui demande des réajustements de l'Humain, au fil et à mesure que la relation se développe. C'est le rôle de la représentation de stabiliser la vision à chaque ajustement de la relation en action. Elle explique la flexibilité de l'Humain à transformer son mythe sans jamais le déconstruire complètement. Cette représentation va faire des réajustements en fonction de différents rapports imaginés, tels que la personnalité du chat. Ce qui est intéressant, c'est que ces mythes principaux sont entourés d'autres mythes secondaires qui les renforcent et les accompagnent dans la relation pour nourrir l'imaginaire du répondant. Le mythe fonctionne en réseau, les parties des mythes collectifs nourrissent le mythe principal de chaque individu, où permet à ce dernier de passer à un autre mythe sans que cela produise une crise de sens.

Dans la partie suivante, nous passerons l'ensemble des mythes recueillis par une analyse transversale. Cela nous permettra de reproduire un portrait de l'ensemble du mythe de la relation H/A post-moderne qui nous préoccupe dans cette thèse.

5. 2 RÉSULTAT DE L'ANALYSE TRANSVERSALE

Nous avons effectué une analyse transversale dont l'objectif était de faire ressortir les tendances convergentes dans tous les propos des répondants. Ces tendances, nous les avons catégorisées, comme convenu dans le processus de méthodologie. Nous avons identifié plusieurs catégories, mais seulement trois ont retenu notre attention en raison de leur pertinence, récurrence et de leur correspondance avec nos objectifs de recherche. Pour illustrer nos rejets, voici deux catégories que nous avons éliminées de l'analyse : la maltraitance et la biodiversité. Leur portée politique et critique nous a paru déborder le cadre de cette thèse.

Durant l'analyse des cinq répondants, plusieurs catégories communes sont ressorties. Nos résultats sont répartis selon les catégories suivantes : le mythe, la représentation H/A et le code-prothèse. Ces trois notions ont dominé chacune de nos entrevues avec les cinq répondants. Tout d'abord, en analysant plusieurs portraits, le thème du mythe revenait souvent en premier et sous plusieurs formes que nous verrons plus tard. Après le mythe, la deuxième catégorie était la représentation H/A. Et pour finir, la troisième catégorie, en émergence, était le code-prothèse. Nous reviendrons sur la notion de catégorie émergente, assez fréquente en recherche qualitative.

5.2.1 Catégorie 1 : le mythe

En regroupant nos entrevues, nous avons pu identifier que le mythe paressait en premier lieu. Cette catégorie se caractérise essentiellement par le besoin de croire en un lien capable de connecter les humains aux animaux de façon intime, et surtout de satisfaire leurs besoins affectifs lors d'une mise en relation avec le chat. Un de nos répondants décrit le mythe comme une croyance qu'il sait fausse, mais dont il préfère ignorer la nature fictive.

Nous avons ensuite divisé cette catégorie en sous-catégories distinctes. Ainsi, la notion de mythe se décline, de la façon suivante : le langage, les yeux, le toucher et la personnalisation de l'animal.

Comme nous l'avons vu, la relation avec le chat est une longue histoire parsemée de mythes en tous genres. De l'Égypte Antique à nos jours, le mythe de la relation Humain-chat a largement évolué. À travers de nos répondants, nous avons pu restituer les principales caractéristiques du mythe H/A post-moderne que nous proposons sous la forme d'une synthèse.

Comme nous l'avons rappelé au début de notre thèse, nous nous situons dans le paradigme classique de la communication : elle existe lorsqu'il y a ajustement du message par l'émetteur en fonction de la rétroaction du récepteur. Dans le cas du chat et de l'Humain, ils possèdent chacun des vecteurs de communication qu'ils ne partagent pas. À titre d'illustration, l'Humain utilise la parole que le chat n'émet pas et qu'il ne comprend pas. Par ailleurs, chez le chat, ce sont les phéromones que l'Humain

contrairement à ses lointains ancêtres, n'a plus conscience d'émettre et ni de percevoir. (Pageat, 2012). Avec leurs principaux vecteurs de communication, les deux espèces échangent, mais ne partagent pas les messages.

Mais alors, à quoi peuvent servir les échanges sans partage ? C'est ici que nous proposons la catégorie de la communication imaginée. Elle permet à l'Humain de combler les déficiences de communication avec l'animal, par le recours à des « codes-prothèse » comme nous l'avons décrit dans la partie de théorie.

Cela produit des malentendus nécessaires; sinon, il n'y aurait pas de relation H/A. Cette relation serait donc basée sur une série de malentendus consolidés par la communication imaginée. Les changements de connaissances, attitudes et pratiques (C.A.P.) de nos répondants ne peuvent s'expliquer, en fait, que par ces codes-prothèse inspirés des grands mythes H/A sociétaux.

Comme nous l'avons vu dans la partie théorique avec Harari (2013), la notion de mythe pourrait nous renvoyer à un passé ancestral : à l'univers enchanté du religieux permettant la vie collective avec les animaux. Rappelons brièvement, que le mythe ait comme fonction d'accompagner ou de guider l'action : il est un support pour l'existence individuelle et collective. Le mode de pensée mythique permet à l'Humain de donner du sens à la réalité partagée avec le chat.

Notre époque s'est voulue dépourvue de mythes. Cependant, elle a vu se développer des mythes modernes. Parmi les mythes dits « urbains » on trouve plus particulièrement ceux qui alimentent la relation H/A. Ces derniers sont d'ailleurs en train de se renouveler comme dans notre cas.

Voyons maintenant plus précisément comment nos répondants ont fait appel, consciemment ou non, à quatre sous mythes mentionnés plus haut : le langage, les yeux, le toucher et la personnalisation de l'animal. Comme le propose Jean-Pierre Vernant (1999), le but dans cette thèse n'est pas de déconstruire les mythes, mais de les dévoiler.

5.2.1.1 Le langage

Nous commencerons par le langage. Comme nous l'avons vu dans la partie sur l'anthropomorphisme, l'Humain a tendance à « humaniser » tout ce qui l'entoure. Cette faculté est encore plus apparente dans les échanges vocaux. Comme l'Humain vocalise avec ses semblables, il transpose cette activité à son environnement. Lorsqu'un animal fait un bruit, de quelque nature qu'il soit, l'Humain cherche à l'interpréter comme une forme de langage. *« Le meilleur moyen pour communiquer avec un chat c'est de lui parler. Et d'écouter attentivement sa réponse. »* (AP, verbatim 1, 176).

Et il croit même qu'il pourrait l'apprendre. Il en arrive en attribuer des significations, que nous appelons des codes-prothèses, aux sons de l'animal; certains bruits finissent par correspondre dans l'esprit du répondant à des mots. Un miaulement aigu pourrait, alors, signifier « j'ai faim ». La manière dont le chat émet le son joue aussi sur l'étiquetage de ce dernier. Le ronronnement, quant à lui, est associé à un langage chargé d'exprimer le plaisir et le bonheur.

«C'est très mystérieux, je dirais que je leur parle. Je ressens le besoin de leur parler, même si j'ai l'impression que c'est inutile. Ça apporte vraiment quelque chose d'être en

contact avec un chat. Il y a une sorte de pulsion qui n'est pas facile à comprendre et j'ai l'impression que c'est tous les gens. » (AT, verbatim 3, 75-77).

Le mythe du langage de la parole voir discussion avec l'animal c'est libérer, décomplexer et assumer à l'époque post-moderne. Par le passé une majorité des individus avaient une certaine honte à avouer leurs bavardages avec leurs animaux.

Il fut longtemps interdit et servait de preuve de l'instabilité ou de maladie psychologique des individus il y seulement quelques générations auparavant. Le monde de l'animation dans le divertissement a largement permis de normaliser ce mythe. En effet, de nombre important d'animaux parlant dans nos films. Avec l'exposition consentante de chats et chiens parlant une majorité de maîtres se sont sentis légitimes de parler sans retenu à leur compagnon sans subir le jugement d'un tiers.

5.2.1.2 Les yeux

Pour les yeux, on fait appel à un mélange de considérations sociales et religieuses. Pour commencer, rappelons que le regard est le premier moyen pour entrer en contact avec les autres, avant même la parole. Cela en fait un puissant outil de communication pour l'Humain. Il a tendance à interagir avec un autre Humain en le regardant droit dans les yeux (Laurens, 2006). Plusieurs de nos répondants croyaient avoir ainsi accès aux intentions, aux émotions, aux désirs qui se reflèteraient dans les yeux du chat, comme de tout autre interlocuteur.

Dans de nombreuses cultures, les yeux sont le reflet de l'âme, mais aussi des portes vers des mondes extra-sensoriels. Ainsi, la culture populaire a fait de l'œil du chat une porte

vers le monde des morts. Ce mythe s'est renouvelé pour prendre la forme d'un univers où pourraient se trouver des énergies régénératrices. *« C'est un truc dans les yeux, pas vraiment avec l'espèce de croyance japonaise. J'ai envie de rester longtemps dans ces yeux. C'est quelque chose qui se passe c'est quelques secondes c'est vraiment le temps qui s'arrête. Il y a quelque chose qui de passe je ne saurais pas te dire quoi qui me nourrit intérieurement. »* (AC, verbatim 2, 156-161).

Mythe ancestral venu de la tradition orientale qui influence la culture occidentale depuis les années 70, elle affirme qu'il est possible de capter une énergie présente autour de nous ou chez un autre vivant, afin de l'amener dans l'organisme qui en a besoin pour fonctionner.

« Quand tu les regardes dans les yeux du chat, c'est comme une porte sur vers le monde des esprits! Je trouve que quand on regarde dans les yeux, il y a quelque chose qui se passe. Le chat va devenir, d'une certaine façon, un peu mystique par son regard » (AD, verbatim 1, 67-70).

Le mythe du regard quant à lui est bel et bien une pure construction mythologique qui remonte à l'Égypte antique qui faisait déjà des yeux du chat un lien avec le monde des morts. Aujourd'hui, le principe reste le même, mais teinté par les croyances asiatiques, devenues particulièrement présente depuis les années 70 en Occident. Il sous-entend que l'on peut lire les attentions positives ou négatives de l'autre par les yeux. De plus, la philosophie asiatique pense aussi la réalité sous forme d'échange d'énergie, le symbole le

plus connu étant le yin et le yang. Sur cette base les personnes croyant à ce principe expliquent que le regard du chat aurait la capacité d'égaliser les énergies humaines.

5.2.1. 3 Le toucher

Le troisième mythe est le plus archaïque, car il fait appel à des comportements biologiques particulièrement anciens chez le Sapiens. Le toucher est un besoin physio-psycho-affectif. Il semblerait que le besoin de toucher et d'être touché soit présent tout au long de la vie. Hérité des ancêtres singes, le toucher abolit toute distance relationnelle entre le sujet et l'objet. La communication tactile possède une fonction sociale importante qui contribue à resserrer les liens entre les membres du groupe et annihile les effets des hormones du stress Grafeille, Bonierbal et Chevret-Meaggon (1993). « *ça veut dire que l'on peut être stressé en fin de journée, mais lorsque je touche le chat ici toute la pression part.* » (JM, verbatim 2, 80). De plus, le toucher confirme que la relation est bien établie : les partenaires ont un moment de partage et de communication. Ces réflexes naturels sont devenus des conventions sociales dont la poignée de main est un exemple. Certes le chat ne comprend pas ces conventions sociales dans lesquelles l'Humain croit l'admettre par le toucher. « *Lorsque je touche le chat là, et à ce moment-là, je sais que l'on travaille ensemble* » (MT, verbatim 3, 293).

Il se trouve que le toucher est le vecteur communicationnel que l'Humain croit le plus partager avec l'animal. Il suppose que certaines actions ou manières du toucher vont provoquer une réaction particulière chez le chat, comme elles font avec l'Humain. Ainsi, il a l'impression qu'il y a des parties du corps animal qui représentent des moyens

d'expression privilégiés. Par exemple, la queue du chat semblait être la partie du corps la plus significative pour nos répondants. « *Prendre un chat dans ses bras, en se disant, le chat va me transmettre de l'amour quand je vais le toucher. On sera connectée et lui sera le seul à me comprendre. C'est notre moment. C'est sûrement très psychologique, ma journée s'est illuminée grâce à ça.* » (AC, verbatim 3, 195-198).

Il est intéressant de montrer que certains éléments mythologiques passent d'une période à l'autre sans réelle altération. Le toucher semblerait être le mythe le plus ancien. Il se pourrait même qu'il soit en partie inscrit dans nos gènes. Ce qui explique qu'il n'a pas besoin d'une grande quantité d'imagination pour être justifié. Ainsi perdre le raisonnement selon lequel l'action de toucher fait croire que l'on s'est connecté à l'autre. Il est intéressant de noter que le mythe du toucher est le seul qui n'utilise pas le code prothèse. C'est le mythe qui a le moins besoin de l'aide imagination collective pour fonctionner dans la relation. L'explication vient du fait que le toucher est intimement lié à notre nature de mammifère social. Autrement dit, le toucher est inscrit directement dans nos gènes il a donc moins besoin de justification abstraite à son fonctionnement.

5.2.1.4 La personnalisation du chat

Quatrième mythe : celui de la personnalisation du chat. Dès les premiers moments de l'analyse est apparue la répétition incessante de l'attribution d'un caractère à chacun des chats (timide, courageux, sympa). C'est un changement majeur dans le mythe H/A. Pendant des siècles, la personnalisation a été le propre de l'Humain, au cœur même de son essence. La conscience de soi a longtemps été refusée aux animaux, du fait qu'ils ne pouvaient exprimer un « je » Lestel, (2009).

Depuis quelques années, un basculement du mythe a attribué aux animaux le statut d'être sensible reconnu comme « un sujet ». Ils feraient ainsi montre d'émotion. Le mythe se cristallise alors sous la forme suivante : le chat est sujet qui comme moi a des émotions; s'il a des émotions, il peut me comprendre ; et s'il me comprend, il peut donc m'aider à mieux gérer mes émotions. « *Je peux partager ses soucis avec ces animaux et j'essaie de trouver une réponse dans les yeux du chat pour e nourrir de son amour cela m'énergie a l'intérieure. Ce n'est pas une énergie explosive, c'est une énergie qui est implosive, mais, qui fait du bien !* » (AT, verbatim 1, 258).

Les émotions sont le point de passage de cette évolution mythologique. Cependant, ce mythe de l'animal-sujet n'a pas encore complètement imprégné la société occidentale. C'est ce qui a mené nos répondants à tourner autour de ce mythe sans l'intégrer complètement.

« *Bah là, les chats sont comme nous, ils ont les mêmes émotions que nous. Parfois, ils sont tristes. Comme Chopin (chat) il a un fort caractère comme mon copain. Ils sont jaloux, et lorsqu'ils n'ont pas d'attention, ils deviennent rapidement tristes.* » (AC, verbatim 3, 195-198).

Cette tendance qu'ont les répondants à entretenir les mythes H/A permet de créer de la cohérence lors du contact avec l'animal : « *je peux lui parler; je peux le toucher; je peux le regarder droit dans les yeux; et je peux lui faire cela parce qu'il est comme moi.* » (MT, verbatim 2, 93). Cette permission, ils l'ont eux-mêmes produite, sur la base des mythes de l'animal que nous avons vu.

Nous avons pu constater lors des entrevues menées qu'un thème en particulier revenait régulièrement. Nous avons remarqué que nos participants se referaient beaucoup à la notion de subjectivité lors de leur pratique avec l'animal. En effet, tous soulignent le fait que l'expérience de la relation H/A dans son ensemble exige de nombreuses caractéristiques caractérielles de la part du félin. Ainsi, notre thème émergent est la personnalisation de l'animal dans le mythe de la relation H/A post-moderne.

Le mythe de la personnalisation du chat est une nouveauté apparue dans le post-moderne. C'est un changement majeur dans la mythologie de la relation H/A. Une personnalité complexe est attribuée à l'animal sans l'intervention magique d'une divinité. Donner la conscience de soi et des autres aux animaux, c'est leur reconnaître la capacité d'être égaux avec l'Humain dans le domaine de l'émotion. Et cette capacité à partager des émotions est similaire, ce qui produit de très importants ponts entre les deux espèces. Et comme pour le langage, un support médiatique a particulièrement favorisé cet état de fait. Internet a permis l'évolution mythologique de la personnalisation animale laissent les internautes détourner des images d'animaux pour partager leur sentiment du moment. Et c'est cette super position qui a produit ce mythe nouveau et prépondérant au sujet de la relation H/A.

Grâce aux résultats de nos entrevues, nous concluons qu'il est courant que le répondant s'inspire directement des mythes lors de ses rencontres avec les animaux. Le contenu de ses mythes conduit l'Humain à communiquer de manière humaine avec le chat. Et cela, en ne prenant pas en compte les spécificités animales, mais, plutôt, des éléments qu'il a lui-même pris dans les mythes. Ce qui fait que la relation est biaisée par le mythe. Le fait

de côtoyer directement et réellement l'animal devrait pourtant entraîner l'accès aux mêmes informations et à la même vision de la situation. Mais ce n'est pas le cas, car l'Humain produit une fausse interprétation de la situation. Il n'a pas accès à toutes les informations nécessaires pour comprendre adéquatement l'animal. Au final, ce n'est pas une communication complète qui lie les répondants aux chats, mais bien une représentation fictive de cette relation H/A.

5.2.2 Catégorie 2 : Activation de la représentation H/A

En second temps, en lien avec le mythe, nous avons pu souligner que la catégorie revenant en deuxième position était l'activation de la représentation H/A. En effet, Hall (1997) insiste sur le fait que la représentation H/A est une catégorie liée à la notion d'épanouissement et de stabilité sociale. Effectivement, pour les répondants, il est important d'aller au-delà de ce qu'ils sont capables de vivre dans la relation H/A. *« Lorsque je sors du Café, je suis bien, ce qui me permet d'être mieux avec les autres »* (JM, verbatim 3, 211).

Les représentations permettent à chacun, à leur manière, de définir et stabiliser le plus rapidement possible leur relation avec l'animal. Les répondants insistent beaucoup pour expliquer la normalité de la relation H/A. Et le tout peut finir par paraître « naturel » en s'intégrant au mythe (Hall, 1997). *« Quand on est dans une vie normale, on entre mieux en relation avec les chats. »* (AP, verbatim 2, 199).

Le domaine de la relation H/A possède un cadre mythique avec l'animal bien distinct que nous avons vu plus haut avec les quatre sous mythes : langage, toucher, regard et

personnalisation. Cette relation découle donc d'un rapport spécifique avec la réalité. Ainsi nous avons produit une réalité déterminée et un cadre exclusif dans le Café à chat où nous avons éliminé les autres formes de représentation H/A, telles que « maltraitance et la biodiversité » qui sont par ailleurs des visions de la relation H/A qui dominent notre environnement culturel.

Cela montre que la représentation est un choix qui a la fonction d'apaiser, pour les répondants, leurs visions du contact avec l'animal. Ils arrivent ainsi à se convaincre eux-mêmes de continuer leur quête affective. En réalité, nous avons appris qu'il n'existait pas de stratégie absolue dans la création de la représentation H/A, mais un ensemble de petits arrangements qui répondent à des problèmes contextuels.

C'est-à-dire que nos vies comme nos représentations (les deux étant liées) sont toujours en cours de résolution. Ainsi, il n'y a pas de réponse catégorique sur la représentation des répondants, ce qui est sûr c'est que le mythe influence grandement la manière de la structurer. Tout en sachant que la représentation de la relation H/A est un processus continu tout le long de la vie. Et les quelques réponses trouvées évoluent en même temps que la vie des répondants, à chaque perte de sens pendant un contact avec un animal elle se réajuste.

La représentation de la relation H/A est en mouvement au travers de l'expérience directe avec les chats. Cependant, elle n'est jamais fautive, car elle est produite pour permettre à la relation de continuer. Suivant cela, nous sommes attirés vers des représentations qui sont proches de nos goûts ou qui nous arrangent.

5.2.3 Catégorie 3 émergente : le code-prothèse

En analysant nos différentes entrevues, une catégorie a émergé; elle nous a étonnés par sa complémentarité avec la première catégorie. Elle affine et précise la catégorie du mythe proposé par Harari (2014) en montrant comment celui-ci s'incarne directement dans la communication imaginée. Il appelle le concept de, « code-prothèse », terme que nous avons construit avec l'idée que c'était un dispositif artificiel destiné à suppléer au code manquant entre l'Humain et le chat. Nous avons montré au travers des différents auteurs spécialisés en zoologie que les deux espèces impliquées utilisaient différents canaux et codes de communication. Après une revue de la littérature exploratoire, il s'est avéré que ce concept ne semblait pas exister en sciences humaines. Le concept, la plus proche étant celle de la « prothèse » en linguistique qui correspond à l'ajout d'un terme avant un mot sans que cela n'est le moindre effet sur le mot.

Le code prothèse sert de pont de sens pour l'Humain, mais, surtout, contribue à humaniser la communication avec le chat. Le chat a une communication biologique/animale usant d'un ensemble de codes et des canaux propres à son espèce. L'Humain, lui aussi, possède une communication biologique utilisant des ensembles de codes et canaux propres à son espèce (non-verbale);mais, principalement, l'Humain utilise du verbal (une langue) pour communiquer. Cette forme de communication est propre à une société ou à une culture de l'individu.

Certaines relations avec un animal particulier sur du long terme permettent de créer un ou deux codes hybrides facilitant la coopération. Par exemple, la laisse du chien devient « signifiante » pour l'Humain et pour le chien. Même si cela est possible, le code reste particulièrement primaire et limité à une ou deux actions. De plus, il est le plus souvent lié à une volonté humaine (dressage) d'améliorer les échanges. Cependant, l'animal garde toujours son code et l'Humain le sien.

Cependant, l'Humain s'acharne à continuer de communiquer de la même manière avec l'animal malgré des échecs successifs de transmission de message. Car, comme nous l'avons vu, une partie de la communication imaginée est directement basée sur le mythe H/A qui structure la relation. Mais il continue aussi parce qu'il est capable à travers le mythe de combler les séquences manquantes du code du chat qu'il interprète. C'est pourquoi nous avons baptisé ce phénomène « code-prothèse ». « *Sheldon (chat du Café) fait exprès de ne pas m'écouter, il joue avec moi, il feint de m'ignorer. C'est pour cela qui se lèche la patte en me regardant, Il va finir par venir* » (JM, verbatim 1, 289).

Le code-prothèse est présent quand un Humain comble les morceaux du code animal qu'il ne comprend pas ou qu'il ne perçoit pas, par son propre code Humain. Il le fait en produisant un signifiant qu'il a lui-même choisi et auquel il réagit. Autrement dit, il réajuste son comportement et sa communication en fonction d'un écho qui a lui-même produit. Par exemple : le chat ne vient pas le voir, « *Il doit avoir du chagrin. Je vais aller le flatter pour l'apaiser.* » (AP, verbatim 1, 252). L'Humain explique le comportement du chat par un sentiment humain, alors que, dans le code du chat, on ne va pas directement vers un individu inconnu.

Comme l'Humain n'a pas un accès direct au code du chat, il crée un code prothèse avec le mythe autour du chat pour pouvoir légitimer les libertés qu'il prend dans la communication avec l'animal. Plutôt que d'apprendre le code du chat, l'Humain va imaginer une augmentation des capacités du chat pour le mettre au même niveau que lui. Cela permet à l'échange communicationnel de continuer malgré la différence de code. L'Humain croit comprendre le chat, car il a modifié le chat par le mythe. L'animal devient son double avec l'image mythique que l'Humain lui colle. En imaginant, pour le chat, une nature qui lui convient.

Cette relation est stabilisée, même de manière imaginée, ce qui permet de continuer à fonctionner et interagir ensemble. « *Tu vois Milady (chat du Café) qui secoue la tête de gauche à droite, c'est un signe, elle montre qu'elle n'est pas quand bien qu'il y a trop de monde comme moi. Je vais aller la mettre en hauteur.* » (AT, verbatim 1, 241-242).

5. 3 IMPLICATION DES RÉSULTATS DANS LESTHÉORIES DE LA COMMUNICATION

Comme nous l'avons dans la revue de la littérature depuis les travaux de Mircea Eliade et de Roland Barthes dans les années 1960 et 1970, le concept de mythe a fait l'objet de peu de recherches en communication. Il est rare, voir aucune étude ne se sont penchée sur le type de communication utiliser lors de l'incarnation du mythe dans le sociale de la vie quotidienne. Avec cette, premièrement, il a été possible de préciser le concept de mythe Harari (2014) et de montrer son incidence sur le cours de la relation H/A. Deuxièmement, nous avons proposé un nouveau concept, le « code prothèse » qui nous a permis de défricher un contexte de recherche encore inexploité. Troisièmement, nous avons démontré que la communication entre un animal et un Humain se fait sur la base d'une partie d'échanges imaginée sans que cela ne produise aucun problème pour le suivi de la relation.

Ceci dit, cette recherche n'est qu'un début de réflexions sur les pratiques communicationnelles rattachées à la communication imaginée lors de la socialisation avec des animaux. Tant les aspects du mythe H/A post-moderne que la communication imaginée discutée ? sont des conceptions embryonnaires qui auraient besoin d'autres confrontations empiriques pour les mettre à l'épreuve avec la participation d'experts d'autres domaines et, plus particulièrement, de celui de la pratique vétérinaire. En somme, il s'agirait de poursuivre l'analyse à partir de nouvelles données tirées du vécu de ces professionnels. De cette manière, il serait possible d'avoir une vue d'ensemble du

mythe H/A et de la communication imaginée lors du processus de socialisation avec les animaux domestiques.

5.3.1 Les limites de la recherche et des suggestions pour les recherches à venir

Nous voici arrivés à la dernière section de cette discussion, section qui se veut une réflexion sur certaines implications et, même, certaines interrogations qui découlent de notre étude sur les relations H/A. Ces réflexions répondent à des préoccupations plus conceptuelles (propres à la notion de mythe). Ces réflexions peuvent être aussi considérées comme des ébauches de futures pistes à explorer. Suite aux différentes idées présentées dans cette thèse, il est venu le temps de parler des limites de notre démarche. Deux limites à cette recherche méritent d'être mentionnées : tout d'abord, il faut souligner que le mythe est un concept difficile à circonscrire même dans la représentation de l'individu. Il est multi-facette et change souvent de forme au fil du temps et des tendances. De plus, compte tenu de son niveau d'abstraction et d'une méthodologie (hybride) peu commune aux sciences de la communication, l'opérationnalisation de ce concept n'est pas simple. Deuxièmement, comme l'ont démontré les répondants, ils ne sont pas conscients des mythes que mobilisent leurs comportements.

L'ensemble des recherches visant à comprendre le fonctionnement de la communication imaginée dans les différentes relations entre des êtres vivants (Humain/Humain, Humain/Animal et dans des contextes divers doit tenir compte de ces difficultés.

VI. CONCLUSION

En cherchant un point de départ lointain pour cette recherche, on pourrait trouver, dans le monde moderne, la constatation de la souffrance, en lien direct avec la solitude. Cela s'explique, en partie, par la nature des milieux urbains qui ont isolé progressivement les gens. Or l'Humain est un animal particulièrement social. Il a un besoin primal d'échanger avec d'autres, ce qui ne peut plus faire correctement dans la société post-moderne. Cela nous a amenés à comprendre que ces humains, en manque d'interaction sociale, se sont rabattus sur les animaux domestiques. Ces relations inter-espèces étant indispensables à la bonne santé et au bien-être des individus, elles sont devenues un phénomène de masse. Une forme nouvelle de partenariat avec les animaux domestiques a émergé de ces nouveaux besoins d'échange avec ces compagnons à quatre pattes. Ceci place la relation affective comme le principe même de la relation H/A.

L'animal domestique est devenu pour l'urbain un moyen de s'épanouir. Pour lui, la communication avec l'animal semble simple. En effet, il se pourrait que, dans son esprit, elle soit facilitée par le fait que l'animal ne le juge pas et ce dernier ne semble pas avoir de préjugés et n'exige rien de l'Humain en échange. C'est ce que l'Humain recherche dans le partenariat affectif avec l'animal : un échange débarrassé de toutes les tensions potentielles que l'on retrouve, généralement, présentes dans la relation sociale entre humains. On pourrait parler d'une « domestication nouvelle » qui s'appuie sur un partenariat affectif intense et qui fait de l'animal un Humain, comme les autres. Le chat acquiert, ainsi, des capacités et un statut qu'il ne possède pas naturellement. Ce qui pousse l'Humain à penser qu'il ressemble émotionnellement au chat. Cette représentation

d'une relation H/A entre deux partenaires « semblables » joue profondément dans la manière dont l'Humain interagit avec le chat.

Contrairement à la perception commune des citoyens, les échanges entre les humains et les animaux domestiques ne sont pas naturels. Dans le cas qui nous intéresse, les chats et les humains n'utilisent pas dans leurs échanges principaux les mêmes canaux communicationnels. De plus, même si certains canaux apportent quelques ressemblances entre l'Humain et l'animal, il ne faut pas oublier qu'ils ne parlent pas la même langue. Les codes l'un sont indéchiffrable pour l'autre. Ils partagent, tous de même, de nombreuses informations, telles que les odeurs, les postures et certaines phéromones (Pageat, 2012). Malgré tous ces échanges, ils ne partagent pas de sens symbolique commun. Et en l'absence d'un sens symbolique commun inter-espèce, il devrait se produire de l'incompréhension entre l'Humain et le chat pourtant cela ne semble pas arriver. Tout ceci a été la base de notre hypothèse de travail pour cette thèse.

Notre recherche d'un terrain pour réaliser cette thèse devait se poser sur un lieu où la relation H/A ne serait pas déterminée par le lien maître/animal. Ce terrain nous permettrait ainsi de démontrer ce changement de paradigme de la relation H/A. Le Café à chat nous a semblé le terrain parfait pour cela.

Nous avons étendu notre interrogation à cinq répondants qui nous ont fourni, dans leurs discours, les éléments qui pouvaient valider notre hypothèse, à savoir que les moments d'incompréhension du sens étaient comblés, en partie, par l'imagination humaine qui colmate ce qui manque dans message du chat. Nos répondants nous ont montrés, par les explications qu'ils apportaient à leurs connaissances, attitudes et pratiques, que ce

processus d'ajout ne se faisait pas de manière aléatoire au gré des envies de chacun. Il était, au contraire, toujours cadré par des conventions spécifiques, ce que nous avons appelé le concept de code prothèse. L'apparition et l'utilisation d'un code prothèse s'explique, selon nous, par l'influence des mythes sur les interactions H/A. Le mythe construit une réalité fictionnée individuelle et collective dont les effets bien réels affectent la société et les individus qui la composent (Harari, 2014). Le mythe n'est pas un phénomène figé, il évolue en même temps et au même rythme que les sociétés qui le portent. Il en est de même pour le mythe du chat qui est particulièrement propagé grâce à l'Internet. Comme nous l'avons vu avec la revue de la littérature, les mythes de la relation H/A participent à la construction d'une nouvelle modalité de la représentation H/A qui, à leur tour, qui conditionne les liens affectifs dans la relation.

Le code prothèse empêche l'équivocité, ce qui permet à l'Humain de donner du sens à l'interaction et de maintenir la stabilité de sa représentation de la relation H/A. Nos répondants nous ont montré que la communication imaginée par le mythe permet aux animaux et aux humains de rentrer dans une zone de compréhension imaginée particulièrement efficiente. L'Humain pense que le chat le comprend parfaitement, même si le chat fait quelque chose de contraire aux attentes humaines. Ces mythes permettent à la relation de fonctionner, même de manière imaginée, car il faut un minimum d'accord et de confiance pour pouvoir agir ensemble. Les deux parties croient bien se comprendre ce qui permet de continuer à communiquer. Nous avons appelé ce phénomène la communication imaginée. Nous nous sommes basés sur la grille d'analyse du modèle théorique C.A.P. de Lafrance et Lambotte (2011) pour découper, dans le discours des répondants, les différents effets que l'évolution des représentations avait sur eux.

À partir de là, nous avons démontré que la communication imaginée est un processus de renforcement du sens qui puise ses ressources dans la mythologie H/A. Et cela pas uniquement dans une source fixe mythologique H/A mais dans une constellation de quatre mythes concernant le toucher, les yeux, le langage et la personnalisation. Ce sont ces éléments qui permettent une grande flexibilité des représentations H/A de chacun des répondants. Comme nous l'avons présenté dans nos résultats, la personnification est la nouvelle résurgence du mythe du chat dans la société post-moderne. Il est le pilier qui organise et teinte la vision actuelle des répondants. Mais comme nous l'avons aussi vu, elle n'est pas encore complètement stratifiée dans la société actuelle. Ce qui explique pourquoi il y a un basculement dans la représentation des répondants sur la personnalité de chaque chat. Depuis, une vingtaine d'années la personnalisation est un mythe en passe de cristallisation.

Pour finir, le travail de problématisation, le cadre théorique, ainsi que les conclusions de cette thèse ouvrent la voie à de nouvelles recherches qui permettraient d'aller un peu plus loin dans la compréhension du phénomène de communication imaginée. La construction des divers mythes dans la relation H/A ainsi que le code prothèse sont des aspects qui s'inscrivent dans la complexité du phénomène de la domestication post-moderne. Il serait important de les étudier en profondeur en développant des approches théoriques novatrices, étant donné la centralité de la représentation H/A dans nos vies urbaines. Nous espérons avoir apporté une contribution utile en ce sens, grâce à cette thèse.

VII. BIBLIOGRAPHIE

- AIRENTI, G. (2012). « Aux origines de l'anthropomorphisme », Date : 16 mai 2012 disponible sur <http://gradhiva.revues.org/2314>
- ALVESSON, M. (2003). « Beyond neopositivists, romantics and localists : A reflexive approach to interviews in organizational research ». *Academy of Management Review* 28 (1) : 13-33.
- ARKOW, P. (2004). «Animal-Assisted Therapy and Activities». A Study, Resource Guide and Bibliography for the Use of Companion Animals in Selected Therapies.
- ARISTOTE, la métaphysique, livre A , quelle est la nature de la sagesse ?
- BARREAU, L. (2011). « Les quatre vecteurs de communication du chat », Publié dans : Les articles nature & animaux, le 17/03/2011.
- BARTHES, R. (1954). « Petite mythologie du mois»; journal les lettres nouvelles.
- BATESON, G. (1972). « Steps to an ecology of mind », New York: Ballantine
- BATESON, G ET RUESCH, J. (1988). « Communication et société », paris seuil.
- BARNEY G ET STRAUSS, A. (1967), « The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research, Publisher »: Aldine Transaction.
- BEAUMONT-GRAFF,F ET MASSAL, V. (2011). « Guide pratique du comportement du chat : comprendre votre chat », Éditeur : Eyrolles.
- BEDARD, G. (2007). « Animaux utilisés en zoothérapie », Clinique Amis-Maux Inc. Formation sur la thérapie assistée par l'animal, Québec.
- BELIN, E. (2002). « Une sociologie des espaces potentiels logique

- dispositive et expérience ordinaire». Édition De Boeck : Université Bruxelles.
- BERGLER, R. (1992). « Children and dog », présentation VIe Conférence Internationale, Les animaux et nous, Montréal.
- BIERNACKI, P ET WALDORF, D .(1981). « Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling », Sociological Methods Research November 1981 vol. 10 no. 2 141-163.
- BLAIS, M, ET MARTINEAU, S. (2006). « L’analyse inductive générale : description d’une démarche visant à donner un sens à des données brutes », Recherches qualitatives – vol .26(2), 2006, pp.<http://www.recherche-qualitative.qc.ca/Revue.html>.
- BOVET, D. (2011). « Les progrès de la connaissance en cognition animale: l'hypothèse du cerveau social. In : La question animale, entre science », littérature et philosophie (Eds. J.P. Engélibert, L. Campos, C. Coquio & G. Chapouthier), Presses Universitaires de Rennes, Rennes, pp. 39-51.
- CALHOUN, J-B. (1962). « Population density and social pathology ». Scientific American 206 (3): 139–148.
- CICOTTI, S ET GUÉGUEN, N .(2013) « Pourquoi les gens ont-ils la même tête que leur chien », aux éd. Dunod, collection 100 petites expériences de psychologie.
- CYRULNIK, B. (2002). « Mémoire de singe et paroles d'homme » Paris : Hachette, c1983.
- DARWIN, C-R. (1859). « L'origine des espèces au moyen de la sélection naturelle ou La lutte pour l'existence dans la nature ». Édition numérique, Paris.
- DELEUZE, G. (1970). « Spinoza et nous, Spinoza: Philosophie pratique », pages 164-175 et extraits de Von Uexkull, Mondes animaux et monde humain, désiré.

- DEHASSE, J . (1997). « Les marquages territoriaux chez le chat ». Article chargé le 9 mars, - <http://www.joeldehasse.com> . Publié dans Veterinaria, I/1997, UPV, Bruxelles
- DELFOUR, F. (2007). « Penser le dauphin et son monde ». *Enfances & Psy* 2/ 2007 (n° 35), p. 35-45 URL : www.cairn.info/revue-enfances-et-psy-2007-2-page-35.htm.
- DESCARTES, R.(1637) « Animaux machines Langage - Pensée Discours de la Méthode », Ve partie. Œuvres et lettres, La Pléiade, pp. 164-165.
- DIGARD, J-J. (1990). « L'homme et les animaux domestiques : anthropologie d'une passion ».Paris : Fayard.
- DIGARD, J-J. (1999). « Les Français et leurs animaux », Paris, Fayard, (ISBN 2-213-60307-3) ; rééd. sous le titre Les Français et leurs animaux : ethnologie d'un phénomène de société, Paris, Hachette littératures, « Pluriel : ethnologie », 2005. (ISBN 2-01-279210-3)
- DIGARD, J.-P. (2009). « Raisons et déraisons des revendications animalitaires ». *Essaie de lecture anthropologique et politique.*" *Pouvoirs*(131): 97-111.
- DIGARD, J-P. (2012). « Le tournant obscurantiste en anthropologie », *L'Homme* 3/ (n°203 - 204), p. 555-578URL : www.cairn.info/revue-l-homme-2012-3-page-555.htm.
- DOREY, J-L. (2011). « Des animaux et des hommes ». *Le Divan familial* 1/ 2011 (N° 26), p. 27-37. URL: www.cairn.info/revue-le-divan-familial-2011-1-page-27.htm.
- DUMEZ, H. (2013). « Qu'est-ce que la recherche qualitative ? Problèmes épistémologiques, méthodologiques et de théorisation », *Annales des Mines - Gérer et comprendre* 2/(N°112), p. 29-42 URL : www.cairn.info/revue-gerer-et-comprendre-2013-2-page-29.htm.

- DUNBAR, R. (1993). « Theory of Mind and the evolution of language », Cambridge University Press.
- ELIADE, M. (1963). « Aspects du mythe », Paris, Gallimard, Idées ; rééd 1988 Folio essais.
- FETTERMAN, D-M. (1998). « Webs of meaning : computer and Internet resources for educational research and instruction », Educational Researcher 27(3) : 22-31.
- FONSECA, C. (2008). « L'animal, ombre des dieux et frère de l'homme ». Cahiers jungiens de psychanalyse 2/ (N° 126), p. 7-7 URL : www.cairn.info/revue-cahiers-jungiens-de-psychanalyse-2008-2-page-7.htm.
- FOLSCHIED, D, WUNENBURGER, J-J; AVEC LA COLLAB. DE CHOULET, P. (1998). « Méthodologie philosophique ». Paris : Presses universitaires de France.
- FRIEDMANN, E, KATCHER, H., LYNCH, J ET THOMAS, A. (1980). « Animal Companions and one-year survival of patients after discharge from a coronary care unit ». Public Health Reports 95(4): 307-312.
- FRIEDMANN, E., KATCHER, H., THOMAS, A, LYNCH, J ET MESSENT, R. (1983). « Social interaction and blood pressure: Influence of animal companions ». Journal of Nervous and Mental Disease 171(8): 461-465.
- FREDRICKSON-MACNAMARA, M., & BUTLER, K. (2006). « The Art of Animal Selection for Animal-Assisted Activity and Therapy Programs ». In A. H. Fine (dir.), Handbook on Animal-Assisted Therapy (pp. 121-147).
- FUGIER, P. (2009). « La mise en œuvre d'un protocole de recherche exploratoire en sociologie. Question de départ et quelques ficelles du métier », dans revue, Interrogations, N°8. Formes, figures et représentations des faits de déviance féminins.

- GIBBS, A. (2010). « After Affect: Sympathy, Synchrony and Mimetic Communication », In *The Affect Theory Reader*, pages 186-205.
- GIFFROY, J-M. (2000). « L'éthogramme du chat » - 3ème cycle professionnel des écoles nationales vétérinaires, Toulouse, Prof. Université de Namur, Belgique.
- GIRARD, R. (1999). « Je vois Satan tomber comme l'éclair », Robert Laffont.
- GOFFMAN, E. (1982). « Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior », New York: Pantheon Books
- GOUABAULT, E. (2010). « L'ambivalence des relations humain-animal Une analyse socio-anthropologique du monde contemporain ». Haute école de travail social (HETS), Département de sociologie, Université de Genève Suisse.
- GRAMAGLIA, C. (2009). « Passions et savoirs contrariés comme préalables à la constitution d'une cause environnementale. Mobilisations de pêcheurs et de juristes pour la protection des rivières », *Anthropologie des connaissances* (3)3 : 406-431.
- GRANDIN T & CATHERINE J. (2009). « Animals Make Us Human: Creating the Best life for Animals » Houghton-Mifflin Harcourt, New York, NY
- GROSJEAN, S ET BONNEVILLE, L. (2011). « La communication organisationnelle Approches, processus et enjeux », Montréal : Chenelière éducation.
- GUBRIUM, J, ET SANKAR, A. (1994). « Qualitative methods in aging research». editors. Thousand Oaks, Calif ; Sage, London.
- GUICHET, J-L. (2011). « L'animal familial aujourd'hui : la réduction du domestique à l'appivoisé », *Le Divan familial* 1/ 2011 (N° 26), p. 13-26. URL: www.cairn.info/revue-le-divan-familial-2011-1-page-13.htm.
- HARAWAY, D. (2003). « The Companion Species Manifesto: Dogs, People, and Significant ; therness ». Chicago: Prickly Paradigm Press.

- HARAWAY, D. (2008). « When species meet. Minneapolis », University of Minnesota Press.
- HARARI, Y-N. (2014). « Sapiens: A Brief History of Humankind », London: Harvill Secker.
- HARVEY, J. (2012). « L'utilisation de la zoothérapie en intervention sociale ». Mémoire de maîtrise, Dirigée par Maltais, Danielle à Université du Québec à Chicoutimi.
- HUBERMAN, M ET MATTHEW, M. (1994). « Qualitative data analysis: an expanded sourcebook » Thousand Oaks; Sage Publications, London ; New Delhi.
- HUBERMAN, M ET MATTHEW, M. (2002). « The qualitative researcher's companion Thousand Oak », CA : Sage Publications.
- JACLIN, D. (2013). « Communication et animalité : cartographie d'un commerce ». Dirigée par Thierry Bardini, Lestel, Dominique soutenu à Université de Montréal en science de la communication.
- JOHNSON-BENNETT, P. (2006). « Comment penser chat », Éditeur : Payot et rivages.
- KIDD, I-J. (2011). « Science, Truth, and Virtues: In Defence of Nietzsche's Perspectivism », Durham Universit; Philosophical Writings Vol. 40 No .1, pp. 18-28.
- KINCHELOE, MCLAREN, ET STEINBERG. (2000). « Critical Theory, Critical Pedagogy, and Qualitative Research ». Bold Visions in Educational Research.
- KONRAD, L. (1970). « Essais sur le comportement animal et humain : Les leçons de l'évolution de la théorie du comportement », Le Seuil, Paris
- LABURTHE-TOLRA, PH. (1998). « Critiques de la raison ethnologique », Paris, PUF
- LAFRANCE, A-A. (2000). « L'effet Cléopâtre : nous sommes tous des experts »; [préf. de Richard Coutu]. Montréal : Éditions du Méridien

- LAMBERT, Y. (2007). « La naissance des religions : De la préhistoire aux religions universalistes ». Paris Armand Colin.
- LAMBOTTE, F ET LAFRANCE, A-A. (2011). « Tenir le C.A.P. de vos communications en entreprise », Éditeur : Editions nouvelles, Collection : communication, Sujet : gestion.
- LEBOUC, M-F. (2004). « Thèse La construction de l'altérité en contexte marchand : le cas de l'animal » Dirigée par Audet, Michel, soutenu à Université Laval.Doctorat en sciences de l'administration.
- LEHU, J-M. (2012). « L'encyclopédie du marketing : commentée & illustrée » Paris : Eyrolles.
- LEROY, Y. (1979). « L'univers sonore animal » - Éditions du Bordas.
- LESTEL, D. (2007). « L'animalité : essai sur le statut de l'humain ». Paris : L'Herne.
- LESTEL, D. (2007). « Les amis de mes amis ». Paris : Éditions du Seuil.
- LESTEL, D. (2004). « L'animal singulier ». Paris : Éditions du Seuil.
- LÉVIS-STRAUSS, C. (2009). « Anthropologie structurale deux », Paris, Plon, décembre 1973 (réimpr. 2009).
- MAFFESOLI, M. (2012). « L'Homme post-moderne », avec Brice Perrier, Paris, Bourin éditeur, coll. "Société".
- MATIGNON, K-L. (2012). « Enfants et animaux, des liens en partage ». Paris : Éditions de La Martinière.
- MICHALON, J. (2011). « L'animal thérapeute : Socio-anthropologie de l'émergence du soin par le contact animalier ». Dirigée par Isabelle Mauz Soutenu le 15 septembre 2011, à L'Université Jean Monnet - Saint Etienne.
- MORGAN, G, ET SMIRCICH, L. (1980). « The case for qualitative research. Academy of Management » Review, 5,491-500.

- MUCCHIELLI, A. (1998). « L'analyse de contenu des documents et des communications. » Paris : ESF éd.
- MUCCHIELLI, A. (2004). « Le constructivisme dans les études sur la communication ». Montpellier : Centre d'étude et de recherche sur l'information et la communication.
- OLLIVIER, B. (2007). « Les sciences de la communication : théories et acquis », Éditeur Paris : Colin.
- PAGEAT, P. (1996). « Communication et territoire chez le chat », Cours de base du GECAF, Toulouse 96
- PAGEAT, P. (2012). « Le traité Rustica du chat », Éditeur Rustica éditions.
- PAILLÉ, P., & MUCCHIELLI, A. (2008). « L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales ». Paris : Armand Colin.
- PEYRON, D. (2013). « Culture geek », Limoges, FYP, Subculture.
- PIETTE, A. (2002). « Entre l'homme et le chien. Pour une ethnographie du fait socio-animal », Socio-anthropologie, n° 11, 1ère sem. 2002, pp. 87-104.
- POLLIO, H, HENLEY, T ET THOMPSON, C. (2006). « The Phenomenology of Everyday Life: Empirical Investigations of Human Experience », Cambridge University Press.
- PROUST, J. (2000). « L'animal intentionnel », Terrains, 34, pp 23-36. CREA - Ecole Polytechnique (Paris).
- QUIVY, R, ET VAN CAMPENHOUDT, L. (1995). « Manuel de recherche en sciences sociales ». Paris : Dunod.
- RYAN, GW, ET BERNARD, HR. (2003). « Techniques to Identify Themes. Field Methods. » 2003;15(1):85–109.
- ROPER, J-M, ET SHAPIRA, J. (2000). « Methods in Nursing Research: Ethnography in nursing research ». Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781483328294>

- ROULIN, J.-L. (2006). « La mémoire. In J.L. Roulin, Manuel de psychologie cognitive », Collection grand Amphi. Edition Bréal.
- SAGAN, C. (1995). « The Demon-Haunted World - Science as a Candle in the Dark », New York: Random House.
- SAUVAYRE, R. (2013). « Les méthodes de l'entretien en sciences sociales », Dunod, coll. « Psycho Sup ».
- SERVAIS, V. (2007). « La relation homme-animal. La relation à l'animal peut-elle devenir significative, donc thérapeutique, dans le traitement des maladies psychiques ? » *Enfances & Psy*(35).
- SERPELL, J. A. (1996). « In the Company of Animals. Cambridge », Cambridge University Press.
- SIMONDON, G., SIMONDON, N., CHÂTEAU, & J-Y. (2010). « Communication et information : Cours et conférences ». Édition de la transparence philosophique.
- SPRADLEY, J. P. (1979). « The ethnographic interview ». New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- SPRADLEY, J. P. (1980). « Participant observation ». New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- STOETZEL, J ET LAZARSELD, P. (1965). « Définition d'intention et espace d'attributs », in R. Boudon et P. Lazarsfeld, *Le Vocabulaire des sciences sociales*, Paris.
- TRAÏNI, C. (2011). « La cause animale (1820-1980). Essai de sociologie historique ». Paris, Presses Universitaires de France.
- TRAÏNI C. (2014). « Les protecteurs des animaux et le droit. Refoulement ou formalisation des émotions ? », *Droit et société* 2/ (n° 87), p. 465-482 URL : www.cairn.info/revue-droit-et-societe-2014-2-page-465.htm.
- TREMBLAY, S. (2007). « La zoothérapie au Saguenay : ampleur, perception et connaissance sur son utilisation dans les résidences privées pour personnes

âgées. » Mémoire de maîtrise, Université du Québec à Chicoutimi. Travail social.

VALERY, P. (1952). « Petite lettre sur les mythes »; in Variété, La Pléiade, Oeuvres Vol1.

VAN MANEN, M. (2007). « Phenomenology & Practice », Volume 1, No. 1, pp. 11 – 30.

VICART, M (2008A). « Ce que le chien fait aux sciences sociales ». Intervention réunion Labsah, Paris V, (février).

VICART, M. (2008B). « Qu'est-ce qu'être chien ? ». Intervention aux journées d'études Ordre de l'interaction, Université Lausanne, (avril).

VITOUX, F. (2008). « Dictionnaire amoureux des chats »; dessins d'Alain Bouldouyre. Éditeur Paris: Plon: Fayard.

VIGNE, J-D. (2004). « Les débuts de l'élevage : les origines de la culture », Paris : Le Pommier : Cité des sciences et de l'industrie.

WAAL, F (2010). « L'âge de l'empathie : leçons de la nature pour une société solidaire ». Les Liens qui libèrent, Paris.

WATZLAWICK, P; HELMICK BEAVIN, J ET JACKON, D. (1967). « Une logique de la communication », Paris : Le Seuil.

WEISSENBORN, J. (1906a). « Animal-Worship in Africa », Journal of the Royal African Society, 5(18).

WILSON, C. (2006). « Human/animal interactions (HAIs) and health: the evidence and issues—past, present, and future ». Chapter 26 Handbook on Animal-Assisted Therapy Theoretical Foundations and Guidelines for Practice. Second Edition, Academic Press of Elsevier.

YONNET, P. (1985). « Jeux, modes et masses, 1945-1985 ». Paris : Galimard.

CITE WEB

Société protectrice des animaux, SPA. (2008). Le portail de la Campagnes - usine à chiots. Repéré à <http://www.spacanada.org/fr/campagnes/puppy-mills.html>

Zoothérapie Québec, (2012).le portail des archives et bilans. Repéré <http://zootherapiequebec.ca/archives/bilans-annuels/>

Corporation des zoothérapeutes du Québec(2013). Le portail à propos. Repère <http://corpozootheapeute.com/pages/czq-presse.shtml>

VIII. ANNEXE

4. Annexe 1 Guide d'entrevue semi-structurée pour les répondants

I Questions générales sur les sens de la relation H/A

1. Pourriez-vous me raconter une séance de la relation H/A ?
2. Si l'animal le pouvait, comment expliquerait-il votre présence ?
3. Selon vous, à quoi cela sert de venir dans un Café à chat ?
4. Pouvez-vous me décrire différents types de séance de ronronthérapie ?
5. Qu'est-ce que vous aimeriez apprendre sur les chats qui vous sembleraient important ?
6. Selon vous, à quel moment dans la vie, le contact avec un chat du café est le plus nécessaire ?
7. Avez-vous des idées sur les raisons qui expliqueraient pourquoi la zoothérapie est si peu répandue à Montréal ?

II Questions sur les influences des inférences de chat

8. Pouvez-vous me décrire votre comportement dans le café?
9. Pensez-vous que certains de vos comportements pourraient influencer celui d'un chat ?
10. Pensez-vous que certains comportements humains puissent influencer votre rapport étroit avec votre chat ?
11. Pensez-vous qu'il y a quelque chose dans vos interactions avec les Chats qui vous semblent spéciales ?

III Questions sur les habitudes relationnelles avec les chats du café

12. Pouvez-vous nous expliquer ce que vous faites lorsque vous vous rendez dans un café des chats ?
13. Comment décririez-vous vos routines avec les chats ?
14. Pensez-vous que vous pourriez avoir d'autres habitudes dans le café ?

15. Est-ce que vous pensez qu'il y a autre chose que vous pourriez faire ou changer dans vos habitudes pour améliorer la relation avec les chats ?

5. Annexe 2 Grille pour l'observation des informateurs clés et du milieu pré terrain

Endroit : Observation de l'environnement physique.

(Exemple : organisation des objets dans l'environnement, disposition des divers types de locaux)

Heure et date

Description et commentaires

Type d'acteur(s) dans l'environnement

Comportements : Observation des actions faites par les informateurs clés

(Exemple : parler, marcher)

Heure et date

Description et commentaires

Interaction avec quelle(s) personne(s) de l'environnement

Habituel ou non

Autres éléments

Activités : Observation d'ensembles d'actions simultanées par les informateurs clés.

(Exemple : un soin, aide à l'alimentation)

Heure et date

Description et commentaires

Interaction avec quelle(s) personne(s) de l'environnement

Habituel ou non

Séquences temporelles : Observation de l'organisation des comportements et des activités dans le temps par les informateurs clés.

(Exemple : activités exécutées en premier, en dernier)

Heure et date

Description et commentaires

Interaction avec quelle(s) personne(s) de l'environnement

En lien avec quelle(s) activité(s) ou comportement(s)

Habituel ou non

Émotions : Observation des émotions ressenties et exprimées par les informateurs clés.

(Exemple : anxiété après une intervention spécifique, joie à un moment spécifique lors d'une visite)

Heure et date

Description et commentaires

Interaction avec quelle(s) personne(s) de l'environnement

En lien avec quelle(s) activité(s) ou comportement(s)

Habituel ou non

6. Annexe 3 Site Internet de café à chat

<http://www.cafedeschats.ca/>

<http://www.cafechatlheureux.com/>

<http://www.catcafesd.com/>

<http://www.zur-mieze.de/>

<http://www.catcafe.com.sg/cafe-rules/>

<http://catcafebudapest.hu/>

<http://catcafe.hu/en>

<https://kittycafe.co.uk/>

<http://www.en.cafechatsiberien.com/>

<http://www.kitteasf.com/>

<http://www.thedancingcat.org/>

<http://www.happycatgr.com/about-cat-cafe/>

<http://www.pouncecatcafe.com/#home>

<http://finlandtoday.fi/helsinkis-first-cat-cafeteria-opens-on-wednesday/>

<http://www.bastetcatcafe.com/>

<http://pierreblake.com/caturday-cat-cafe-bangkok-thailand/>

<http://www.nekorobi.jp/>

<http://nyankoto.com/>

<http://catcafe-akiba.jp/>

<http://www.temarioouchi.com/>

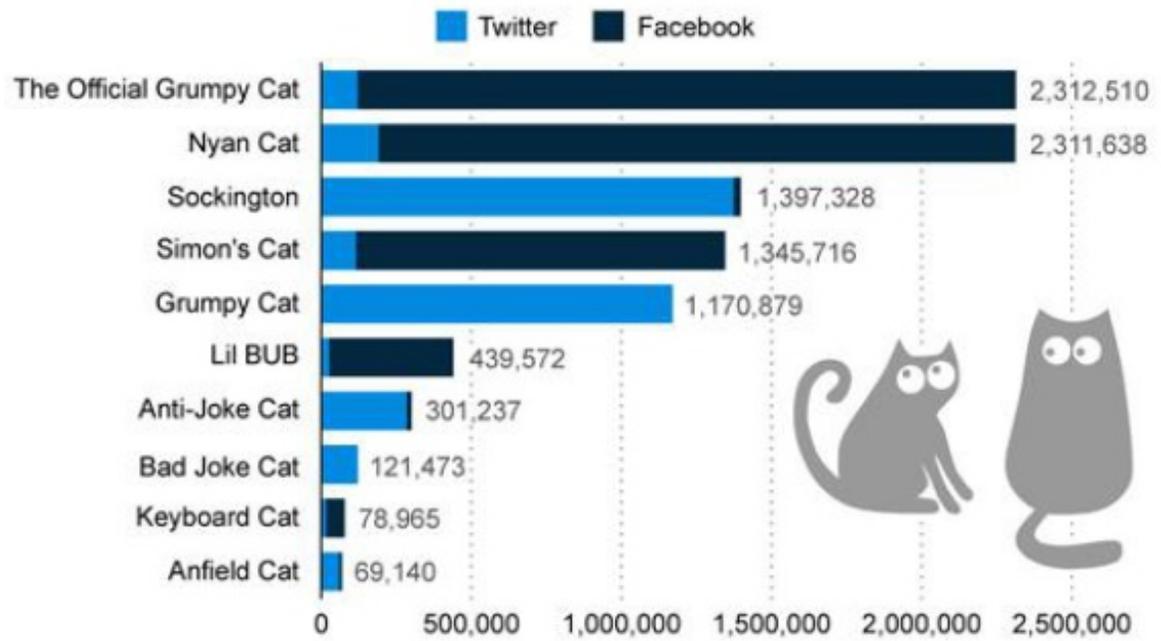
<http://www.cat-miysis.com/>

CHAT SUR INTERNET

<http://www.20minutes.fr/insolite/1248673-20131112-20131112-chat-prefere-internet>

The Internet's Most Popular Cats

Followers / fans of selected cat accounts on Twitter and Facebook (as of November 11, 2013)



statista  Mashable
The Statistics Portal

Source: Twitter, Facebook

7. Annexe 4 Café chat l'heureux

Le Café Chat L'Heureux héberge 8 chats tous provenant de refuges du Grand Montréal. Chacun d'eux a été adopté pour son caractère très sociable avec les autres chats et avec les humains. Le Café Chat L'Heureux est un refuge moderne où ces chats ont trouvé un nouveau toit adapté et créé pour leur bien-être en respectant leur besoin de territorialité.

Les Fiches des chats :



IX. Luzerne

Notre belle fille adoptée au [refuge pour chats de la faculté de médecine vétérinaire de St-Hyacinthe](#), comme ses deux sœurs, elle est très attachante, adore jouer et se blottir contre tout le monde.

Son caractère :

- Joueuse
- Affectueuse
- Coquine



X. Luciole

Une demoiselle indépendante adoptée [au refuge pour chat de la faculté de médecine vétérinaire de St-Hyacinthe](#), elle aime mettre de la vie dans le café et son beau visage ne laisse personne indifférent!

Son caractère :

- Joueuse

- Indépendante
- Aventurière



XI. Luna

Une belle princesse plus discrète que ses sœurs adoptées elle aussi à la [faculté de médecine vétérinaire de St-Hyacinthe](#). Elle est très coquette et a un visage d'ange! Tout le monde craque pour elle.

Son caractère :

- Discrète
- Colleuse
- Affectueuse



XII. Gustave

Un beau mâle d'un an et demi adopté en mai 2014 à la [SPCA de Salaberry de Valleyfield](#), il aime la compagnie de ses camarades félins, il aime mettre sa tête sous l'eau du robinet pour boire, ce n'est pas un grand joueur, mais il a un gros faible pour les caresses dans le cou... Il s'agit de notre premier résident du café.

Couleur : Tabby

Son caractère :

- Super affectueux
- Calme
- Ultra sociable



XIII. Chopin

Un beau mâle de 2 ans qui fait craquer beaucoup de monde avec ses belles mitaines blanches (il a des pouces, une particularité qui rend Chopin polydactyle), il a été adopté en mai 2014 à la [SPCA de Salaberry de Valleyfield](#), il est assez indépendant et n'aime pas trop qu'on le colle, mais c'est un magnifique garçon sans aucune malice.

Couleur : Gris avec le bout des pattes blanches

Son caractère :

- Très joueur
- Indépendant
- Hyperactif



XIV. Sheldon

Un beau mâle de 1 an très charmeur, il a été adopté en juin 2014 aux [Services Animaliers de la Rive Sud](#), il faisait déjà craquer les bénévoles du refuge. Ce beau chat noir démystifiera tous les préjugés sur les chats noirs. Il aime la présence de ses camarades félines et le contact humain.

Couleur : Noir

Son caractère :

- Calme
- Jaseur
- Très affectueux



XV. Milady

Cette belle demoiselle de 1 an a été adoptée en juin 2014 au refuge [AMR de Saint Constant](#). Elle est très affectueuse, aime jouer et grimper partout. Une perle avec laquelle tout le monde tombe en amour.

Couleur : Tabby

Son caractère :

- Très affectueuse
- Joueuse
- Aventurière



XVI. Boris

Ce magnifique chat de race est le dernier chat résident arrivé début 2015 au Chat l'Heureux. C'est un himalayen Seal point. Surnommé Bobo, il est un peu maladroit, mais cela ne l'empêche pas de s'aventurer dans les hauteurs du Chat l'Heureux. Adopté aux Services animaliers de la Rive-Sud, Boris peut être fier d'être le doyen du Chat l'Heureux !

Couleur : Seal Point

Son caractère :

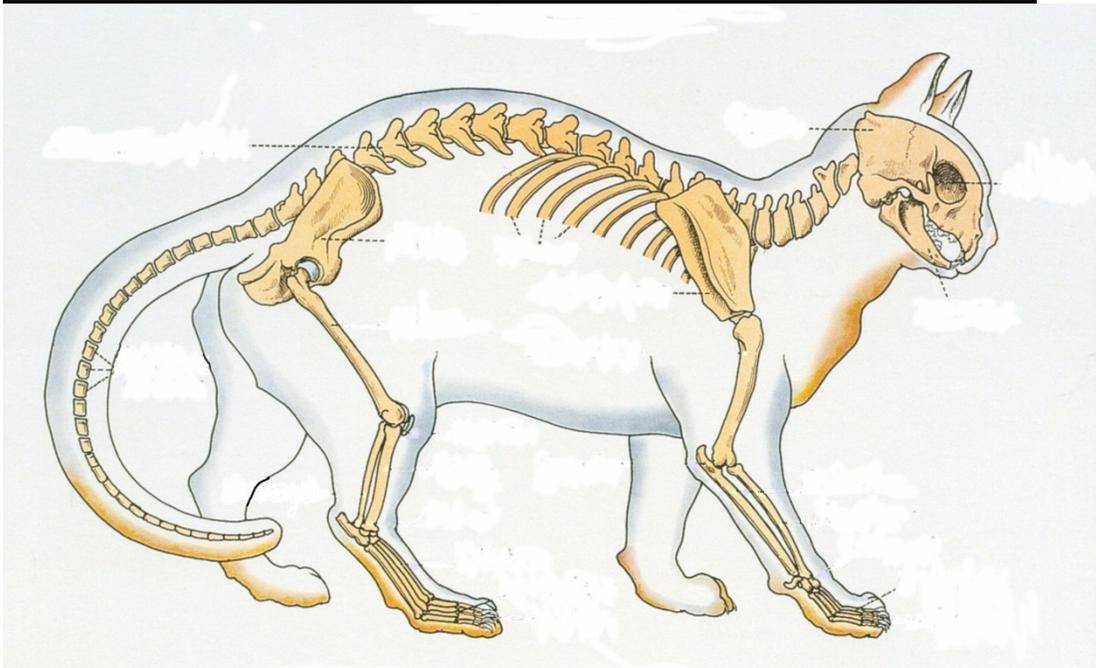
- Affectueux
- Calme
- Maladroit

8. Annexe 5 fiche biologique sur le chat



Classification

- Règne : **animal**
- Genre : **félis**
- Famille : **félidé**
- Ordre : **carnivore**
- Classe : **mammifère**
- Embranchement : **vertébré**

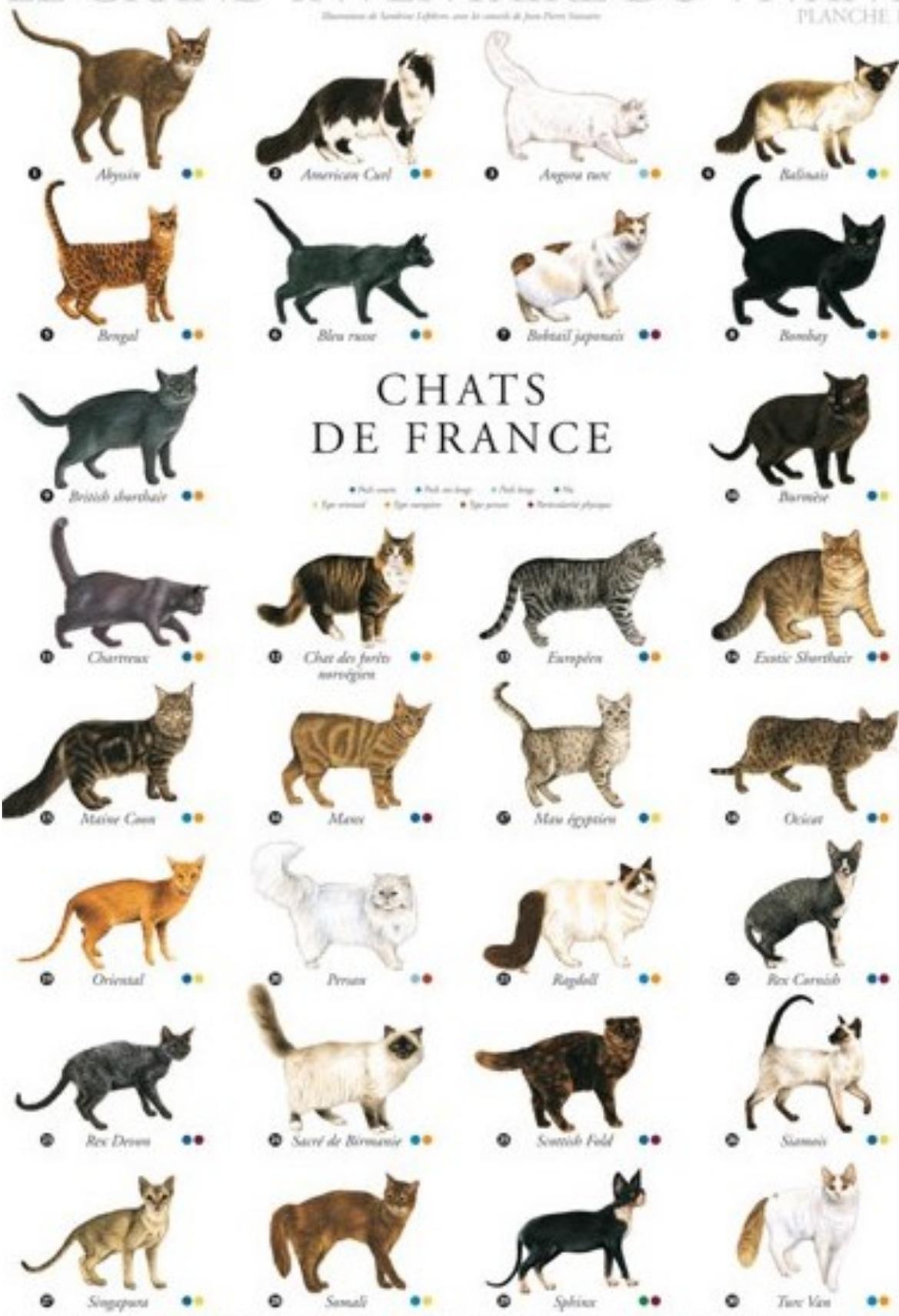




LE GRAND INVENTAIRE DU VIVANT

Illustrations de Sandrine Lefebvre avec la conseils de Jean-Pierre Sautour

PLANCHE 13



CHATS DE FRANCE

● Poils courts ● Poils mi-long ● Poils longs ● Né
 † Type animal † Type sauvage † Type précis † Caractéristique physique

NOUS NE POUVONS PLUS ACCEPTER QUE DISPARAISSE UNE SEULE RACE OU UNE SEULE ESPÈCE SAUVAGE OU DOMESTIQUE
