

# La construction identitaire de propriétaires des animaux de compagnie dans le discours commémoratif numérique français

## Identity construction of companion animal owners in French digital commemorative discourse

Michał Bryja

Adam Mickiewicz University, Poznań, Poland

[micbry@amu.edu.pl](mailto:micbry@amu.edu.pl)

<https://orcid.org/0000-0002-7063-3925>

### Abstract

The aim of this article is to analyse the identity construction of companion animal owners in French digital commemorative discourse. The study is based on homages to animals published on the website of the French pro-animal organization *30 millions d'amis*. The issue is being examined in relation to the speaking legitimacy of the subject and to the communication situation, which leads to the distinction of two fundamental components of their identity construction: intimate identity and situation of mourning. The study underlines community character of the commemorative discourse devoted to animals, its high level of pathemization and presence of attitudes of engagement and dramatization.

**Keywords:** identity, homage, companion animals, commemorative discourse, mourning

## 1. INTRODUCTION

Le lien entre les humains et les animaux de compagnie<sup>1</sup> semble se distinguer d'une manière importante des autres relations interspécifiques qui incluent la participation

---

<sup>1</sup> Certain.e.s chercheur.e.s s'occupant de l'anthropozoologie, surtout celles et ceux représentant l'approche critique, essaient d'éviter dans leurs recherches la distinction entre *l'homme* (dans le sens d'être

humaine. Quoiqu'il ne soit pas dépourvu du caractère hiérarchique et de domination, intrinsèque des rapports homme vs. animal (voir p.ex. Meijer, 2019 ; Michalon, 2020), il est impossible de ne pas remarquer, au moins dans la culture occidentale, l'affection exprimée par rapport aux animaux de compagnie et l'engagement de gens dans cette relation. Le rapport contemporain aux animaux de compagnie engendre non seulement le renforcement de la protection légale de leur bien-être (voir p.ex. Canselier, 2015), mais semble également constituer un élément vital de l'identité de leurs propriétaires, reflétée dans leurs activités discursives.

Notre objectif consiste à analyser la construction identitaire de propriétaires des animaux de compagnie dans le discours commémoratif numérique. Nous aimerions nous focaliser sur les *hommages à l'animal* publiés en ligne, sur le site Internet de l'organisation française *30 millions d'amis*.

Nous commencerons nos considérations par l'aperçu des genres de discours liés à la mort animale pour passer ensuite à la description du corpus de recherche que nous analyserons en nous référant au concept de *l'identité sociale et discursive* proposé par Charaudeau (2009). En situant ainsi nos réflexions dans le cadre théorique charaudien, nous étudierons comment se construit l'identité de propriétaires des animaux de compagnie à travers le discours commémoratif numérique.

## 2. LA MORT DE L'ANIMAL DE COMPAGNIE DANS UNE PERSPECTIVE DISCURSIVE

La position unique des animaux de compagnie est particulièrement visible dans le cadre du discours sur la mort animale produit par leurs propriétaires. Les émotions provoquées par la perte du compagnon aimé conduisent les gens à réinventer les comportements discursifs préexistants, liés à la mort humaine, afin qu'ils soient adaptés à la réalité différente.

### 2.1. QUELLE TERMINOLOGIE POUR PARLER DE LA MORT ANIMALE ?

Avant de passer à la description des genres de discours liés à la mort animale, il est vital de nous pencher sur la question de nature théorique. Le caractère pluridisciplinaire des études sur cette question, indubitablement nécessaire pour un sujet tellement multidimensionnel, a provoqué une certaine confusion au niveau terminologique qui doit être signalée afin de ne pas embrouiller le présent article.

---

humain<sup>7)</sup>) et *l'animal*, en proposant des formes du type *animal humain* (ang. *human animal*) et *animal non-humain* (ang. *non-human animal*) (voir p.ex. Meijer, 2019). Comme notre étude ne se place pas dans cette démarche à caractère normatif et qu'elle a pour but de refléter l'état de faits, nous avons décidé d'employer les dénominations courantes.

Les travaux contemporains sur la mort (voir p.ex. Florea & Wrona, 2018 ; Veyrié, 2018 ; Bourdeloie, 2018) oscillent autour des notions telles que *discours sur la mort*, *discours* (ou bien *rituel*) *funéraire*, *discours de deuil* et *discours commémoratif*, étant d'ailleurs traitées parfois comme synonymiques, ce qui souligne d'une part la complexité de cette problématique et, d'autre part, rend difficile l'indication précise de l'objet de recherche.

Pour le besoin du présent article, nous aimerions introduire une distinction entre deux étapes du développement du discours sur la mort animale, à savoir le discours funéraire et le discours commémoratif. Le premier englobe les productions associées directement à l'enterrement et aux rites funéraires, caractéristiques surtout pour les cimetières animaliers. Sa description constituera le point de départ pour parler du discours commémoratif, examiné dans cette étude, représenté surtout par le genre d'*hommage*, produit d'habitude dans l'espace numérique et se présentant comme « le prolongement des cimetières animaliers » (Florea & Wrona, 2018, § 35). Les différences entre ces sphères d'activité discursive apparaissent alors au niveau de deux composantes : les caractéristiques temporelles d'énonciation et le support matériel, ce dernier compris non seulement comme *moyen* de transmission d'un genre de discours mais surtout comme « l'ensemble du circuit qui organise sa parole » (Maingueneau, 2021, p. 48).

## 2.2. DISCOURS FUNÉRAIRE ANIMAL

Pour commencer, il convient de noter que les Français disposent d'une trentaine de cimetières animaliers, ce qui constitue un nombre relativement bas, eu égard à la population d'animaux de compagnie en France (voir p.ex. Herpin & Verger, 2016). L'existence de tels lieux permet aux propriétaires des animaux de compagnie de se faire construire une tombe en mémoire de l'animal décédé et d'y mettre une épitaphe. Selon l'étude menée par Gaillemin (2009), les inscriptions sur les pierres tombales comprennent le prénom de l'animal, son *nom de famille* (dans le cas des animaux de race), les dates de naissance et de décès, parfois également le sexe, les conditions du décès, ainsi que « une courte phrase, un plus long texte, un poème emprunté à la littérature ou bien composé pour l'occasion [...] » (p. 498). Déjà cette brève description permet de remarquer le niveau d'anthropomorphisation des épitaphes animales. Toutefois, « la différence avec le cimetière humain saute aux yeux : les tombes sont agrémentées de peluches et de jouets ayant appartenu à l'animal » (Leleux, 2018, p. 137). Vu cette esthétique particulière, les cimetières pour les animaux sont parfois perçus comme un « *pastiche* des nécropoles humaines » (Gaillemin, 2009, p. 498).

La popularisation des rites funéraires parmi certains propriétaires des animaux a provoqué un essor sur le marché des entreprises d'obsèques qui s'occupent de l'organisation des incinérations animales, accompagnées quelquefois de cérémonies « où la personne

va se recueillir auprès de son animal, lui parler, lui dire à quel point il a compté pour lui » (Veyrié, 2019, p. 93). Il nous semble qu'une telle production orale peut s'inscrire dans le cadre de l'éloge funèbre, un discours « prononcé à l'occasion de la mort d'un proche, qui mêle célébration avec déploration [...] » (Florea & Wrona, 2018, § 14). Le manque de travaux sur ce sujet, dû probablement aux difficultés au niveau du recueil des données linguistiques, ne nous permet toutefois que de faire des hypothèses.

Les rites funéraires de propriétaires des animaux de compagnie que nous venons de décrire constituent un fondement pour une sphère beaucoup plus vaste et démocratisée, à savoir le discours commémoratif.

### 2.3. HOMMAGE À L'ANIMAL DE COMPAGNIE

La transformation numérique, exerçant une influence énorme sur l'ensemble de comportements discursifs contemporains, a entraîné un bouleversement des dispositifs énonciatifs également dans le discours sur la mort (voir p.ex. Florea & Wrona, 2018 ; Bourdeloie, 2018). Il existe aujourd'hui en effet un vaste éventail de sites commémoratifs numériques (nommés parfois *cimetières en ligne*), permettant d'y publier gratuitement un hommage à l'animal, accompagné d'une (ou des) photographie(s) d'animaux décédés.

Les textes publiés sur ce genre de sites prennent souvent une forme de récit d'une vie vécue avec l'animal de compagnie ou bien d'un discours adressé à l'animal mort (Florea & Wrona, 2018, § 35), ce qui permet d'une part de procéder à sa valorisation positive et, d'autre part, ouvre les portes à l'expression des états émotionnels liés à la situation difficile, présentée même comme le deuil après la perte du compagnon aimé (cf. Veyrié, 2018).

Il est important de souligner que les discours de propriétaires des animaux de compagnie acquièrent dans ce cas particulier une dimension communautaire par le fait d'être confrontés aux expériences et aux interventions d'autres personnes (Veyrié, 2018). Les sites commémoratifs, favorisant l'aspect collectif de l'expérience de deuil en introduisant des dispositifs tels que la section *commentaires*, la possibilité de *déposer* des fleurs ou encore d'*allumer* une bougie au nom de l'animal, contribuent à la création de communautés discursives organisées autour de la mort animale, ce qui suggère l'existence d'une identité collective commune pour les personnes y appartenant.

## 3. CORPUS DE RECHERCHE

Notre analyse sera basée sur 200 hommages à l'animal de compagnie et 100 commentaires situés sous les hommages, provenant du portail commémoratif créé sur le site Internet de l'organisation *30 millions d'amis*. Le point de départ pour la réflexion sur

la construction identitaire de propriétaires des animaux de compagnie était un échantillon de 100 hommages concernant les animaux morts entre novembre 2022 et janvier 2023, collecté en vue d'effectuer l'étude préliminaire pour le projet de recherche doctoral que nous réalisons dans l'Ecole Doctorale de Langues et de Littératures de l'Université Adam Mickiewicz de Poznań. Pour le besoin du présent article, ce corpus a été élargi avec 100 hommages et 100 commentaires des internautes publiés dans la période comprise entre mars 2006 (date de création du portail commémoratif) et octobre 2022, choisis d'une façon aléatoire. Une telle construction du corpus de recherche nous permettra de décrire les attitudes discursives de propriétaires des animaux de compagnie d'une manière globale et de mettre en exergue les phénomènes discursifs récurrents, caractéristiques pour le discours commémoratif numérique dans son ensemble.

L'onglet intitulé *En mémoire de mon ami* constitue une sous-page du site Internet de la fondation pro-animale française *30 millions d'amis*, créée en 1982, qui se focalise sur la protection des animaux, aussi bien domestiques que sauvages. Il permet de créer une publication consacrée à l'animal de compagnie décédé dans une des quatre catégories : *chiens, chats, équidé* ou *NAC* (nouveaux animaux de compagnie). La longueur des hommages varie selon l'auteur et oscille entre une phrase simple et des discours relativement longs, produits à partir de plusieurs milles de signes. Les textes sont accompagnés d'une ou de plusieurs photographies. En bas du site, on peut trouver la section *commentaires*, où les utilisateurs ayant créé un compte gratuit, d'habitude d'autres propriétaires des animaux, partagent leurs réactions à un hommage donné.

Le choix du corpus de recherche nous garantit l'accès à l'une des plus grandes communautés discursives numériques organisées autour de la mort animale, dont les participants reflètent les changements sociaux au niveau de la relation humaine avec les animaux de compagnie et vivent le décès de leurs compagnons d'une façon particulière. Il convient également de noter que le milieu de l'organisation *30 millions d'amis*, autour de laquelle la communauté fonctionne, a créé une vaste culture pro-animale grâce à l'émission télévisée *30 millions d'amis*, à la revue du même titre et aux publications dans différents réseaux sociaux. Nous pouvons alors supposer qu'il existe derrière le site commémoratif en question une autorité institutionnelle qui pourrait orienter idéologiquement les propos des locuteurs et influencer par ses actions activistes leur jugement de valeurs.

#### 4. CONSTRUCTION IDENTITAIRE DE PROPRIÉTAIRES DES ANIMAUX DE COMPAGNIE

La construction identitaire perçue de la perspective de l'analyse du discours se compose, selon la conception proposée par Charaudeau (2009) de deux composantes interconnectées : l'identité sociale et l'identité discursive.

#### 4.1. IDENTITÉ SOCIALE

L'identité sociale « est ce qui donne au sujet son *droit à parole*, ce qui le fonde en légitimité » (Charaudeau, 2009, p. 19). Dans le cas du discours commémoratif en question, le mécanisme de reconnaissance de propriétaires des animaux de compagnie ne nécessite l'existence d'aucune force institutionnelle. Leurs propos ont un caractère testimonial et résultent directement des événements vécus, restant invérifiables au niveau de véracité par d'autres membres de la communauté discursive et acceptés *a priori*.

L'identité sociale de propriétaires des animaux de compagnie prend sa source principalement dans leur construction psychologique. Les personnes qui décident de consacrer un hommage à un animal ont développé une sensibilité particulière à l'égard de leurs compagnons non-humains, sous-entendant un attachement profond à l'animal de compagnie et une démocratisation partielle de ce lien interspécifique, ce qui résulte en passage à un état affectif complexe après la mort animale. Les propriétaires fondent leur légitimité sur l'expression de ce qui est interne et privé, souvent caché aux personnes du dehors de la communauté. Nous pouvons alors parler de l'**identité intime**, ayant plusieurs traces au niveau d'énonciation.

À part cet aspect lié à l'*ethos* de sujet parlant, il est vital de prendre en compte le lien intrinsèque entre l'identité sociale et la *situation de communication* (cf. Charaudeau, 2011, pp. 49-55) qui organise les pratiques socio-langagières. Chaque personne désireuse d'exercer un acte de parole est censée répondre à la question suivante : « Je suis là pour quoi dire, en fonction du statut et du rôle qui m'est assigné par la situation ? » (Charaudeau, 2009). Dans une vidéo qui s'affiche sur la page d'accueil du site commémoratif<sup>2</sup>, la présidente de la fondation *30 millions d'amis*, Reha Hutin, décrit le statut de propriétaires des animaux de compagnie valable dans le cadre de l'hommage à l'animal :

Alors, devant la mort d'un ami tant aimé, nous redevenons des enfants, nous pleurons à chaudes larmes, sans retenu. Cette attitude est souvent mal comprise par notre entourage alors on préfère garder pour soi cet immense chagrin, se faisant en aiguisé encore plus la douleur. [...] Nous partageons tous le besoin de se souvenir de nos animaux. Ici, nous pouvons leur rendre hommage et, à notre tour, nous pouvons soulager la peine de tous ceux qui sont dans le chagrin. Cet espace est le vôtre mais il est aussi le leur car nos animaux sont éternels et à travers vos messages ils resteront pour toujours dans nos cœurs.

Les auteurs des hommages à l'animal se trouvent dans une **situation de deuil** : un moment difficile à vivre, qui provoque des sentiments dits négatifs, entraîne des répercussions sur leur bien-être et qui implique, corollairement, la valorisation forte de l'être décédé, la volonté de ne pas l'oublier. La femme souligne dans son *guide* pour le site commémoratif la possibilité d'adhérer à la communauté qui garantit le soutien

<sup>2</sup> V. <https://youtu.be/Va8iQeGYLIs>.

et l'acceptation. Ainsi s'agit-il non seulement d'une situation de deuil, mais d'un deuil vécu communément, ce qui s'avèrera important dans la suite de notre étude.

## 4.2. IDENTITÉ DISCURSIVE

L'identité discursive constitue la mise en œuvre des stratégies visant à confirmer et à actualiser dans le discours la composante sociale de la construction identitaire, organisée dans le cas de propriétaires des animaux de compagnie, comme nous l'avons montré dans le paragraphe précédent, autour de deux aspects : l'intimité et le deuil.

### 4.2.1. IDENTITÉ INTIME

Le premier élément de l'identité discursive de propriétaires des animaux de compagnie dans le discours commémoratif en ligne consiste à mettre en exergue le caractère intime de la production discursive. Les sujets organisent souvent les hommages comme une lettre à l'animal décédé, ce qui est apparent dans leur construction énonciative.

La présence de l'énonciateur est bien visible dans le discours. Elle se concrétise grâce au pronoms personnels *je* ou *nous* (quand il parle au nom d'une collectivité – d'habitude de toute la famille), aux adjectifs possessifs, pronoms compléments d'objet, ou encore aux pronoms toniques :

- (1) **J'**ai pu profiter de toi pleinement pendant ces 3 dernières semaines en Bretagne et tu **nous** as fait le cadeau d'être là pour Noël.<sup>3</sup>
- (2) **Nous** n'étions pas tes premiers maîtres mais **nous** savions dès **notre** rencontre que **nous** serions les derniers. **Nous** pourrions compter tes peluches, les melons dont nous ne retrouvions que la queue en rentrant du marché.
- (3) Ce lapin était un essentiel, un ami, un fidèle compagnon pour **moi**, **mon** chien et tous ceux qui l'ont connu.

Comme nous allons voir dans les exemples suivants, les propriétaires des animaux de compagnie manifestent non seulement leur présence, mais révèlent aussi la position claire par rapport à ce qu'ils disent :

- (4) Et maintenant à peine une journée après **je me sens** seule, **j'ai l'impression qu'on** m'a arraché une partie de moi-même.

---

<sup>3</sup> Afin de garantir la clarté de l'article, nous avons décidé de normaliser les fragments cités en introduisant des changements au niveau d'orthographe et de ponctuation. Notre intervention n'a modifié en aucune façon le sens des exemples.

- (5) **J'ai l'impression d'**avoir perdu une partie de moi, ton absence est vraiment difficile à supporter.
- (6) **Je me sens** coupable, et je t'en demande pardon... Si j'aurais su... J'aurais pu éviter le pire...
- (7) **Je m'en veux de** t'avoir ramené et de t'avoir libéré en espérant naïvement que tu grandirais avec notre petit garçon et deviendrait son meilleur copain.
- (8) **Je n'ai pas assez de mots** pour exprimer ma gratitude de tout l'amour que tu as pu nous donner.

Les exemples ci-dessus font preuve de la présence de modalités appréciatives (cf. Charaudeau, 1992, p. 604) dans les propos des énonciateurs, introduites par le verbe *se sentir* (ex. 4, 6) et par les locutions verbales *avoir l'impression* (ex. 4, 5), *s'en vouloir* (ex. 7) ou encore *ne pas avoir assez de mots* (ex. 8). Il s'agit d'une évaluation d'ordre affectif où la qualification d'un fait repose sur les sentiments provoqués chez les propriétaires des animaux de compagnie. Nous pouvons en distinguer trois types qui apparaissent le plus souvent dans notre corpus : l'appréciation défavorable liée au désespoir et à la souffrance provoqués par la mort de l'animal (ex. 4 et 5), l'appréciation défavorable associée à la culpabilité causée par un comportement blessant passé (ex. 6 et 7), ou encore l'appréciation favorable, orientée vers l'animal décédé (ex. 8). L'expression pathémique (cf. Charaudeau, 2000) dont nous avons affaire dans une grande partie des hommages à l'animal est un indicateur de l'identité dans la mesure où les énonciateurs explicitent des états émotionnels d'ordre intime, qui ne sont pas forcément acceptés dans d'autres contextes sociaux.

À l'autre bout du couple *JE-TU*, nous rencontrons la figure imaginée de l'animal de compagnie :

- (9) **Tu** es arrivée chez nous à un moment crucial où **ton** petit maître n'allait pas bien.
- (10) **Tu** étais avec moi, été comme hiver, par tous les temps, 24h sur 24, et n'importe où.
- (11) 3 ans de bonheur à **tes** côtés, je pense que le bonheur était partagé aussi de **ton** côté. Je suis fière et heureuse que **tu** as fait partie de notre vie pendant ces 3 ans, **tu** étais le meilleur chien que l'on puisse rêver d'avoir.
- (12) **Toi** qui m'as fait oublier Titeuf prématurément décédé, **Toi** qui as su trouver ta place au sein de notre foyer.

Nous pouvons remarquer dans notre corpus de recherche des emplois fréquents du pronom *tu*, des adjectifs possessifs *ton/ta/tes* ou encore du pronom tonique *toi* pour désigner un animal de compagnie. La construction énonciative des hommages

se focalise sur la figure de l'animal, présenté comme destinataire de propos. L'utilisation de la deuxième personne du singulier constitue ici une certaine convention, où le vrai récepteur du discours (internaute qui ouvre le site commémoratif) est effacé de l'énoncé pour *faire de la place* à l'animal de compagnie.

Le caractère intime des discours en question est mis en évidence également par le recours aux termes d'affection – un groupe particulier d'appellatifs qui ont pour but d'exprimer la tendresse à l'égard des êtres proches du locuteur – caractéristiques non seulement pour la communication humaine, mais aussi pour le *pet talk* (cf. Mondémé, 2018) :

- (13) Au revoir **petite Orphée**. Je me suis moi aussi battue durant deux ans pour que tu sois avec nous et voilà que tu nous quitte déjà.
- (14) **Étoile de ma vie, capitaine de mon âme**. Merci **mon loulou, ma dagadouille, mon coquin le cocker, mon arbre à feuilles** car les feuilles d'automne (ta saison) adoraient se prendre dans ta fourrure... et tous ces p'tits noms que je prenais tant de plaisir à te prêter...
- (15) Vole, vole **petite flamme**, vole **mon ange, mon âme**, quitte ta peau de misère, vas retrouver la lumière.
- (16) Toi, **Miny Jack, mon petit poulet ; mon câlinou, mon chevelu, mon petit chien rouge !**

Les termes d'affection – créés à partir de noms propres (*petite Orphée, Mini Jack*), d'expressions nominales conventionnelles (*mon loulou, mon ange*) ou encore de constructions occasionnelles (ex. *mon coquin le cocker, mon arbre à feuilles*) – apparaissent d'habitude comme formes nominales d'adresse et font souvent partie de l'apostrophe initiale. Il s'agit ici d'une trace de l'affectivité exprimée par rapport à l'animal de compagnie qui souligne l'attachement des énonciateurs à cette relation interspécifique. Ce qui est important dans ce contexte-là, les termes d'affection ont un énorme potentiel d'individualisation et d'adaptation au contexte relationnel et situationnel, les fragments des hommages ci-dessus en faisant preuve. L'appellatif *mon coquin le cocker* (ex. 14) joue par exemple sur la similarité phonétique entre le nom *coquin*, utilisé parfois comme insulte, mais ayant dans certains contextes un caractère hypocoristique, et la race du chien. Nous pouvons constater que les propriétés pragmatique-sémantiques de termes d'affection permettent d'explicitement le caractère intime des discours de propriétaires des animaux de compagnie et jouent un rôle important dans la construction de leur identité discursive.

Comme nous avons pu voir dans le présent paragraphe, l'expression de l'identité intime se fait par le biais de plusieurs moyens discursifs. Les propriétaires des animaux de compagnie répondent aux enjeux de « crédibilité » et de « captation »

(cf. Charaudeau, 2009) en adoptant deux attitudes discursives, à savoir l'attitude d'*engagement* et l'attitude de *dramatisation*. La première consiste dans le contexte en question à présenter la mort animale d'une perspective interne, marquée par la subjectivité et le jugement de valeurs propre aux propriétaires des animaux de compagnie ; « La vérité, ici, se confond avec la force de conviction de celui qui parle [...] » (Charaudeau, 2009). L'attitude de *dramatisation*, fondée sur la pathémisation des propos, permet à son tour de susciter une réaction émotionnelle chez l'énonciataire, de le rendre touché et compatissant.

#### 4.2.2. SITUATION DE DEUIL

Le deuil, comme nous l'avons signalé plus haut, peut être compris comme un état psychologique (qui sous-entend la souffrance mentale) ou perçu d'une perspective discursive, comme un ensemble de pratiques socio-langagières culturellement codifiées, visant à exprimer des états émotionnels et à commémorer l'être décédé.

Dans son étude consacrée aux traces du deuil sur les sites commémoratifs en ligne, Veyrié (2018) distingue quatre axes sur lesquels se manifeste la souffrance de propriétaires des animaux de compagnie : la présence des animaux dans un autre lieu [« un possible accueil dans un autre monde » (§ 33)], le souvenir de la rencontre avec l'animal, l'association d'une communauté de soutien (telle que famille) et l'évocation directe du deuil. Tous ces aspects étant repérables également dans notre corpus de recherche, nous nous limiterons à l'analyse des phénomènes complémentaires, qui nous semblent faire partie de l'identité discursive de sujets : la valorisation positive de l'animal et l'expression de soutien envers d'autres propriétaires des animaux de compagnie.

La situation de communication impose d'une certaine manière le jugement positif de l'animal mort. Leurs propriétaires mettent en relief des traits divers :

- (17) Tu étais notre rayon de soleil. Tout le monde souriait lorsque tu transportais ta laisse ou le magazine 30 millions d'amis dans la gueule. Tu étais toujours partante pour une belle balade en forêt ou une petite nage dans la rivière.
- (18) Tu étais une warrior, tu t'es battue et a lutté jusqu'au bout, même contre cette horrible dernière visite chez le vétérinaire.
- (19) Octave était un chat adorable, il aimait jouer avec son compagnon (son chien). Acrobat et courageux, il était fier de s'aventurer dans les endroits qu'il ne connaissait pas.

Les animaux de compagnie sont souvent valorisés de point de vue de leur importance pour une communauté donnée. Comme nous pouvons le voir dans l'exemple 17, le

jugement positif s'effectue par la mise en relief de l'influence du comportement animal sur le bien-être des humains. La dénomination métaphorique *rayon de soleil* (qui fait sourire *tout le monde*) souligne en effet l'importance de la participation du compagnon animal dans la vie familiale. Dans les exemples 18 et 19, la valorisation est conçue de point de vue des traits de caractère de l'animal. L'hommage rendu à Octave (ex. 19) constitue en outre l'expression de son *agentivité*, dans l'acceptation du terme proposée par Eskenazi et Paveau (2020). Nous avons effectivement affaire à l'indication d'une autonomie comportementale, où le chat est perçu comme indépendant dans ses choix.

La publication de l'hommage sur un site commémoratif implique le caractère communautaire et interactif de la situation de deuil, perceptible surtout dans la section *commentaires*. Même si la majorité des réactions écrites au-dessous des hommages ont un caractère répétitif et conventionnel – les internautes choisissent d'habitude une formule prête à publier, rédigée préalablement, contenant un élément textuel (du type *REPOSE EN PAIX* ou *DANS NOS CŒURS POUR TOUJOURS*) et une image (cœur ou fleur) – toujours est-il que nous pouvons repérer des commentaires plus originaux et spontanés :

- (20) Nathalie, quel magnifique hommage vous rendez à votre douce Fanny. Je me suis retrouvée dans vos mots. J'ai perdu mon petit Voyou et cela a été la pire douleur de ma vie dont j'ai eu vraiment beaucoup de mal à m'en remettre. Un Amour si fort ne s'éteindra, JAMAIS, le lien qui vous relie, l'une à l'autre, invisible, mais bien présent ne se brisera, jamais, car l'Amour est éternel. Tout plein de doux bisous, pour votre merveilleuse petite Reine. Marie.
- (21) Je voudrais juste remonter cet hommage, non pas pour prendre la place à vos hommages, mais parce que je n'arrive pas à surmonter le départ de ma Fanny, 3 ans après. Je pensais aller mieux, 3 ans après que ma fanny soit devenue une belle étoile. Mais c'est encore pire qu'au début, le jour où j'ai écrit mon premier message ici.

Les propriétaires des animaux de compagnie essaient de reconforter d'autres personnes souffrantes de la mort animale, en insistant sur le caractère éternel de l'amour. Ils ont recours à leurs propres expériences afin de se montrer en mesure de comprendre les émotions de l'autre et pour faire preuve de la capacité à *vaincre* le deuil (ex. 20). Curieusement, certains auteurs des hommages reviennent à leur discours en vue d'actualiser l'état dans lequel ils se trouvent et exprimer, encore une fois, les difficultés associées à la perte de l'animal (ex. 21).

Les stratégies discursives liées à la situation de deuil s'inscrivent dans la logique de *dramatisation*, en s'appuyant sur des analogies et des métaphores frappantes qui illustrent les traits des animaux de compagnie et le caractère de la relation interspécifique en question. En ce qui concerne l'enjeu de « crédibilité », le phénomène le plus saillant est visible dans la section *commentaires*, où les propriétaires des ani-

maux de compagnie visent à établir un rapport d'alliance avec leurs partenaires de communication. Ils fournissent le soutien et l'acceptation aux personnes en deuil, en se référant corollairement à leurs expériences similaires. Le fait d'avoir vécu la mort d'un compagnon animal permet alors non seulement d'accéder à la communauté discursive, mais constitue aussi le fondement pour *l'ethos* des propriétaires des animaux de compagnie et légitime la prise de parole.

## 5. CONCLUSIONS

L'identité intime et la situation de deuil constituent deux composantes fondamentales de la construction identitaire de propriétaires des animaux de compagnie dans le discours commémoratif numérique. Ils adoptent une attitude qui met en exergue le caractère pathémique de leurs propos, inspirant des réactions d'autres internautes et renforçant l'aspect communautaire de la perte du compagnon aimé. La publication de l'hommage dans un espace permettant l'expression libre des pensées intimes semble constituer un élément important du travail de deuil, difficile à faire dans d'autres contextes sociaux, souvent affectés par l'incompréhension et la stigmatisation.

Notre étude montre comment des changements du statut ontologique des animaux de compagnie deviennent visibles au niveau de réalisations discursives concernant leur mort et souligne à quel point un être non-humain peut devenir un élément vital (ou même central) de la vie humaine.

Toutefois, bien que notre analyse mette en lumière l'engagement de propriétaires dans cette relation et leur respect envers l'animal, il faut noter qu'elle a un caractère anthropocentrique et ne représente que la perspective humaine. Nous ne pouvons pas oublier que les rapports interspécifiques sont incontestablement marqués par l'influence de la hiérarchie sociale, où l'être animal se trouve toujours dans une position inférieure à celle de nous, les humains.

Les relations interspécifiques qui incluent la participation des humains restent un sujet relativement peu étudié, notamment dans une perspective discursive. Il nous semble important de focaliser plus d'attention sur cette question afin de mieux comprendre sa complexité.

## BIBLIOGRAPHIE

## Corpus

Fondation 30 Millions d'Amis. (n.d.). En mémoire de mon ami. <https://amonami.30millionsdamis.fr/>.

## Études

- Bourdaloie, H. (2018). Vivre avec les morts au temps du numérique. *Recompositions, troubles & tensions. Semen*, 45. <https://doi.org/10.4000/semen.11588>.
- Canselier, S. (2015). Les grands progrès de la protection animale en droit français et européen. *Histoire de la recherche contemporaine*, 1 (4). <https://doi.org/10.4000/hrc.977>.
- Charaudeau, P. (1992). *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris : Hachette Livre.
- Charaudeau, P. (2000). La pathémisation à la télévision comme stratégie d'authenticité. In C. Plantin, M. Doury, V. Traverso (éds.), *Les émotions dans les interactions* (pp. 125-155). Lyon : Presses Universitaires de Lyon.
- Charaudeau, P. (2009). Identité sociale et identité discursive. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière. In P. Charaudeau (éd.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant* (pp. 15-28). Paris : L'Harmattan. <http://www.patrick-charaudeau.com/Identite-sociale-etidentite.html>.
- Charaudeau, P. (2011). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Bruxelles : De Boeck Supérieur.
- Eskenazi, E. & Paveau, M.-A. (2020). Les affichettes d'animaux perdus. Discursivité, agentivité, anthroponymie. *Itinéraires*, 2. <https://doi.org/10.4000/itineraires.8637>.
- Florea, M.-L. & Wrona, A. (2018). Présentation : Deuil en ligne. Les discours funéraires à l'ère du numérique. *Semen*, 45. <https://doi.org/10.4000/semen.11587>.
- Gaillemain, B. (2009). Vivre et construire la mort des animaux. Le cimetière d'Asnières. *Ethnologie française*, 39, 495-507.
- Herpin, N. & Verger, D. (2016). La possession d'animaux de compagnie en France : une évolution sur plus de vingt ans expliquée par la sociologie de la consommation. *L'Année sociologique*, 2, 421-466.
- Leleux, F.-C. (2018). Comme un chien dans un cimetière ou les raisons d'un amour. *Topique*, 142, 135-146.
- Maingueneau, D. (2021). *Analyser les textes de communication*. Paris : Armand Collin.
- Meijer, E. (2019). *When Animals Speak. Toward an Interspecies Democracy*. New York: New York University.
- Michalon, J. (2020). Qu'est-il donc arrivé aux chiens ? Réflexions sur la condition canine contemporaine. In T. Bedossa, J. Jeanin (éds.), *Comportement et bien-être du chien. Une approche interdisciplinaire* (pp. 493-508). Dijon : Educagri Editions.
- Mondémé, C. (2018). Comment parle-t-on aux animaux ? Formes et effets pragmatiques de l'adresse aux animaux de compagnie. *Langage et société*, 163, 77-99.
- Veyrié, N. (2018). Cimetières virtuels pour les animaux de compagnie : les traces d'un deuil ? *Semen*, 45. <https://doi.org/10.4000/semen.11623>.
- Veyrié, N. (2019). Cimetières pour les animaux de compagnie et micro-rites funéraires. Quelles frontières entre humains et animaux ? *L'Homme & la Société*, 210, 85-105.

