



De qu(o)i Siri est-il le nom ?

François Perea, Arnaud Richard

► To cite this version:

François Perea, Arnaud Richard. De qu(o)i Siri est-il le nom ?. Le Discours et la Langue Revue de linguistique française et d'analyse du discours, 2016. hal-03973301

HAL Id: hal-03973301

<https://hal.science/hal-03973301>

Submitted on 4 Feb 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

De qu(o)i Siri est-il le nom ?

François Perea, Praxiling UMR 5267 CNRS & Université Paul-Valéry Montpellier 3.

Arnaud Richard, Praxiling UMR 5267 CNRS & Université Paul-Valéry Montpellier 3.

« Qu'est-ce donc que le temps ? Si personne ne m'interroge, je le sais ;
si je veux répondre à cette demande, je l'ignore »

Augustin d'Hippone dit Saint Augustin, *Les Confessions*, Livre 11.

« Adressez-vous à Siri comme à une personne », conseille sur son site Internet la firme Apple aux usagers de ses produits. Si la personnification des marques n'est pas originale et l'utilisation de prénoms pour désigner des objets ordinaire (des « prénoms » de voitures par exemple), elles alimentent, dans un contexte où le sujet parlant est invité à dialoguer *naturellement* (selon le temps employé par les informaticiens) avec une machine, un questionnement anthropologique et linguistique contemporain majeur où se conjoignent parfois science et science-fiction.

Qu'est-ce que Siri ?

Réponse facile : il s'agit d'un programme informatique à commande vocale « comprenant » les requêtes verbales d'un utilisateur et y répondant. Mais ce nom, de la catégorie des noms de marques et de produits (désormais *Nmp*, d'après B. Laurent, 2010) désignant un inanimé (au même titre qu'*Excel* ou *Photoshop*) est inscrit par la firme Apple qui le commercialise dans un programme discursif procédant à un réglage de sens articulé à l'emploi d'un nom propre (*Npr*) et s'insère dans le cadre d'une relation dialogale homme-machine. Voilà que les choses sont rendues complexes.

Pour tenter de proposer un regard recentré sur le phénomène, le présent travail fait le choix de circonscriptions rigoureuses :

- délimitation stricte du corpus : Siri (et pas Cortana, sa concurrente parmi les « assistants vocaux personnels ») appréhendé à travers le discours de promotion de l'artefact sur le site de la firme Apple ;
- focalisation sur la production de sens en discours articulée au processus de nomination qui « exprime une vision de la chose nommée, vue “sous un certain angle”, à partir du “point de vue” auquel se place le locuteur » (P. Siblot, 2001, p. 14-15).

Dans un premier temps, nous retracerons la genèse de ce nom de marque et de produit depuis son acte de baptême initial jusqu'aux questions de production de sens du nom qu'il sous-tend. Ensuite, en prenant appui sur l'aspect de la nomination personnelle, nous poserons les cadres du prénom et du genre avant d'observer les figures personnelles en discours. Pour finir, nous analyserons en quoi *Siri* est un nom d'embryon prothétique, véritable interface qui dépasse le simple intermédiaire.

1. L'acte de baptême et la question du sens nom de marque ou de produit

L'histoire du « baptême » de Siri (pour reprendre la terminologie de S. Kripke, 1972) rencontre le questionnement sur la catégorisation du nom.

L'application informatique a été créée en 2007 à l'université de Stanford et développée dans le cadre d'une société éponyme. L'un de ses inventeurs a pu expliciter le choix du nom donné au programme. *Siri* est un prénom féminin norvégien, dérivé hypocoristique de *Sigrîd* : un *Npr* donc, issu d'un *Nc* (comme bien des *Npr* si on en considère l'étymon dont « la suspension du sens primitif devient une nécessité fonctionnelle », pour P. Siblot, 1989, p. 69) signifiant « belle femme qui conduit à la victoire ». Souhaitant nommer ainsi son premier enfant mais ayant eu un garçon, il a reporté l'acte de nomination sur sa création informatique. Il est possible de voir ici un premier réseau de signifiante potentielle. Mais l'histoire ne s'arrête pas là. En avril 2010, le programme Siri est racheté par la société Apple, à la demande de Steve Jobs, dont une partie de la famille est originaire de Syrie (étrange quasi homophonie avec *Syria* en anglais), qui n'en aime pas le nom mais qui faute de lui avoir trouvé une alternative satisfaisante, consentira à le conserver.

Siri est à la fois, au départ du processus de signifiante, anthroponyme (Ant) et Nmp ou ergonyme. La continuité entre Ant et Nmp n'est pas exceptionnelle. Elle peut se réaliser parfois dans la (con)fusion : il s'agit là d'un dispositif classique (la voiture *Mégane* de Renault, le parfum *Loulou* de Cacharel, etc.).

Reste que leurs figures prototypiques connaissent des traits distinctifs. Par exemple, D. Maurel et M. Tran (2005), dans leur ontologie, distinguent quatre supertypes hyponymes du supertype Npr, parmi lesquelles les anthroponymes (trait *humain*), et les ergonymes (trait *inanimé*). Les incidences sémantiques de l'usage d'un Ant comme Nmp (ergonyme) sont évidentes en raison du télescopage des traits *humain* et *inanimé* (pour ne reprendre que cette ontologie).

Autre distinction, soulignée par B. Laurent et M. Rangel Vicente : « comme le Np Ant. [anthroponyme], le Nmp est créé dans une intention descriptive et, comme le Nc, il prédique sur son référent [...] le Nmp présente un fonctionnement hybride, au croisement du Npr prototypique et de celui du Nc » (2004, p. 9).

Selon les travaux de C. Fèvre-Pernet et M. Roché (2005), tandis que le nom de marque dérive plus couramment de l'anthroponyme, Siri est bien un nom de produit qui trouve son origine chez l'humain. Dans la lignée de ces auteurs, si l'on applique leur démarche, Siri a plus le fonctionnement d'un nom de marque que de produit. Il se situe alors entre le nom propre et le nom commun.

Cette hybridité lui permet de déployer les valeurs sémantiques discursives du Npr initial qu'ont pointé de nombreux auteurs sous diverses formes dont font état S. Leroy dans une de ses études du nom propre (Détrie et al., 2001, p.49) .

Le nom propre, s'il n'opère pas, comme le nom commun, une catégorisation individualisante descriptive, individualise un élément du réel. L'une des fonctions du nom propre est de signaler, par son emploi, l'individualisation du référent. La catégorisation individualisante, opposée à celle, transférable à plusieurs référents, du nom commun, constitue donc un des modes de signifiante du nom propre : la nomination en elle-même confère le statut d'individu.

Siri est bien à la fois en apparence une catégorisation individualisante mais il reste d'une certaine manière aussi transférable à plusieurs référents semblables. Nous poserons en 4. la question de l'humanoïde que sous-tend en grande partie l'hybridité et qui n'est pas sans évoquer également le principe de clonage (dédoublément qui peut tendre à la généralité à partir d'une individualité).

Il faut donc, pour saisir le programme de sens de *Siri*, s'attacher à la production et non au produit, et opérer au niveau du discours comme travail de *réglage du sens* (pour emprunter à la praxématique) qui s'opère notamment de manière subjective : « subjectivité individuelle, mais aussi et surtout subjectivité collective, quand un Np devient porteur de valeurs et de marqueurs culturels dans l'imaginaire d'un groupe » (M. Lecolle, M.-A. Paveau et S. Reboul-Touré, 2009, en ligne). Plus précisément, dans le cadre d'un Nmp, le processus discursif est inscrit dans une stratégie de mise en relation du produit avec l'utilisateur mais dans le cadre d'une production discursive dont le travail est stratégiquement effacé :

Ainsi, les créateurs de noms et les publicitaires conduisent le public cible à reconnaître le produit ou la marque et leur nom comme une évidence, surtout grâce au principe de réification, c'est-à-dire l'impression que le sens produit est inhérent aux mots eux-mêmes (B. Laurent et M. Rangel Vicente, 2004, p. 8).

Nous proposons donc d'explorer la production de cette « évidence » articulée au nom *Siri* dans les pages publiées sur la version française du site de la marque et consacrées à ce programme (<http://www.apple.com/fr/ios/siri/>, consulté le 11/03/2016).

2. Une nomination personnelle : prénom et genre

Siri est porteur d'un potentiel de signifiante comportant quelque ambivalence. Comme nom de personne (norvégien) il réfère à la classe des animés humains. Comme nom d'objet, il réfère à celle des inanimés. Notre première démarche consistera donc à observer si le discours de la firme Apple favorise l'un des deux pôles.

21. L'évidence doit être rappelée : le choix d'un prénom humain est un premier indice d'une polarisation personnelle. Ce choix n'est pas singulier en ce qui concerne les assistants personnels numériques. On le retrouve dans les classiques du cinéma de science-fiction depuis *Hal* – prénom d'origine germanique dérivé de *Harald* (dans *2001, l'odyssée de l'espace*, de Stanley Kubrick, 1968) jusqu'à *Samantha* (*Her*, Spike Jonze, 2013). On le retrouve également, sous une forme particulière, chez le concurrent de Siri, puisque la firme Microsoft propose un programme similaire nommé Cortana, du prénom d'un personnage du jeu Halo (dont la firme est également éditrice), humanoïde à l'apparence féminine.

Si l'industrie a fréquemment recours à l'utilisation de prénoms pour nommer les produits des marques, la démarche prend une valeur particulière dans un contexte où il s'agit de faire parler un être humain à une machine... qui lui répond. Il n'est pas anodin en effet de procéder à une nomination humanisante de l'agent non humain et de travailler les incidences empathiques d'une telle démarche. Ainsi, S. Tisseron (2015), après avoir examiné plusieurs études sur le comportement des soldats américains utilisant des robots démineurs qu'ils avaient baptisés et en quelque sorte adoptés au point de ne plus supporter leur destruction lors des manœuvres auxquelles ils étaient destinés, écrit :

L'introduction d'un nom incite à prêter à la machine une personnalité propre dans la mesure où celle-ci est alors identifiée exactement de la même manière qu'un individu est nommé dans la vie courante. Cette personnalisation met en valeur l'individualité d'une machine et renforce son incarnation en personnage (2015, p. 43).

Si le choix du prénom *Siri* ne résulte pas d'une nomination spécifique par l'utilisateur, il repose sur une nomination personnalisante de l'artefact. Cette stratégie (marketing) de nomination vise à pallier la généricité potentielle d'un nom de produit tendant à devenir nom commun (tel *Frigidaire* par exemple). Ainsi la personnalisation peut sembler être une forme d'individualisation que sous-tend l'usage même de ce produit.

22. Cette personnalisation dont le nom constitue le pivot s'inscrit également dans les genres.

En France, Siri s'accorde au masculin : « Siri comprend non seulement ce que vous dites, mais aussi ce que vous voulez dire. Et il vous répond. » (<http://www.apple.com/fr/ios/siri/>). On aurait tort d'y voir une manifestation du genre *neutre* car les voix de Siri font se rejoindre genre grammatical et sexe.

Par défaut, la voix de Siri est féminine aux États-Unis et en Australie, alors qu'elle est masculine en Grande-Bretagne et en France. La journaliste Jessie Hewitson (2011) croit savoir que ce choix par défaut repose sur des conceptions des habitudes de réception nationale (sic) : les Américains seraient plus susceptibles de suivre les conseils d'une voix féminine, alors que les Européens seraient plus sensibles à l'autorité qu'incarnerait une voix masculine.

La terminaison en [i] n'implique pas un marquage du genre sur le phonique (Henry est généralement masculin et Sally féminin). Par contre la terminaison graphique est plutôt originale car le « -y » ou le « -ie » sont bien plus fréquents.

La firme Microsoft ne semble pas partager les mêmes présupposés : le programme Cortana est féminin jusqu'au bout des accords grammaticaux :

Et comme **elle** est disponible sur tous vos appareils Windows 10, toutes vos recherches, infos de voyage ou fils d'actu sont synchronisés sur votre smartphone, votre PC et votre tablette. Profitez du support d'une **assistante personnelle** qui vous connaît vraiment, tout en maîtrisant toutes les informations que vous partagez avec Cortana (<http://www.microsoft.com/fr-fr/mobile/experiences/cortana/#> ; nous soulignons).

La personnalisation sexuée de Cortana renforce ainsi l'emprunt initial au personnage du jeu vidéo Halo (Microsoft en possède également les droits) dont l'apparence (le logo du programme reprend jusqu'à la couleur) laisse peu de doute quant à son sexe (Fig. 1).



Figure 1

Il apparaît ainsi que parmi les possibles signifiants du nom *Siri*, les potentialités sémantiques liées à la personnification du programme sont privilégiées à travers l'emploi du prénom d'une part et l'ancrage d'un genre d'autre part. Il s'agit là du pivot nominal initial à partir duquel le discours de la firme Apple (restreint au corpus présenté plus haut) articule la production du sens.

3. Figures personnelles en discours

Fait notable : contrairement à son principal concurrent, ou plutôt à sa concurrente Cortana, Siri n'est jamais désigné explicitement comme « assistant personnel ». Sur le site d'Apple, Siri n'est désigné que par *Siri* (exception faite des reprises pronominales en *il*), présentant ainsi un exemple de réification du sens.

De par ses fonctions mêmes, Siri côtoie d'autres actants :

- d'autres programmes, comme lui, auxquels font référence des noms de marque ou de produits ;
- l'utilisateur, actualisé sous la forme interpellative de la forme pronominale personnelle du vousoiement.

31. Les Nmp dessinent ainsi une galaxie où figurent la firme *Apple* (2 occurrences) et son produit *iPhone* (2), ainsi que son logiciel d'exploitation *iOS* (2) qui embarque le programme *Siri*. Si *Apple* désigne bien l'entreprise (« Apple collabore avec des constructeurs automobiles pour intégrer *Siri* à leur système de contrôle vocal »), les occurrences d'*iPhone* et de *iOS* apparaissent de façon métonymique comme un « tout » dont Siri est la « partie » principale et essentielle, au point que le téléphone et le système d'exploitation se résument aux fonctions que Siri permet d'exécuter. Ainsi :

iOS prend sous la dictée [...] votre iPhone vous écoute. Touchez Ok, et l'iPhone convertit vos paroles en texte.

Ces occurrences sont néanmoins marginales (d'un point de vue quantitatif) si on les compare aux autres Nmp liés à des programmes. Apparaissent alors des noms de sites ou applications disposant d'interfaces de réseautage social et leurs dérivés : *Yelp* (1 occurrence), *Shazam*¹ (1) et le verbe conjugué *Shazame-ça* (1), *Facebook* (3), *Twitter* (1), le substantif *tweet* (1) et le verbe *tweete* (3), *Instagram* (1). On retrouve également des Nc génériques d'application : *SMS* (2), *calendrier* (1) et de dispositifs : *app(s)* (2) et *Dictée* (rendu Nmp par Apple).

Dans cette galaxie, Siri n'est pas une application parmi d'autres, le membre d'une collection, contrairement à ce que pourrait laisser supposer la liste des Nmp et des termes génériques afférents. Le nom *Siri* sert de pivot nominal

¹ Application de reconnaissance automatique d'un morceau de musique suite à l'enregistrement de quelques secondes d'une chanson puis au couplage avec une base de données en ligne.

désignant un agent intermédiaire entre l'utilisateur et les programmes, un utilisateur ou un assistant d'utilisation de ces derniers. La rubrique « Un coup de main ? » multiplie ainsi les exemples, parmi lesquels :

- Publiez sur Facebook. Dites à Siri d'actualiser votre statut Facebook et de publier un commentaire.
- Envoyez un tweet. Avec l'intégration Twitter, vous pouvez demander à Siri de tweeter pour vous.
- Lancez une app. Vous pouvez demander à Siri de lancer des apps. Il suffit de lui dire quelque chose comme « Ouvre Photos ».
- Envoyez un SMS. Indiquez le destinataire et le contenu du message, et Siri rédige et envoie votre SMS.
- Consultez la météo. Siri peut vous donner les prévisions météo de votre lieu actuel ou de n'importe quel endroit qui vous intéresse.
- Envoyez un email. Demandez à Siri de rédiger et d'envoyer un email. Il peut même envoyer votre message à plusieurs destinataires.

Le Siri utilisateur de ces applications (il « rédige et envoie » lui-même les SMS et les courriels) ne fait ainsi pas partie de la même classe que celles-ci. Il est alors présenté au sens fort du terme comme l'assistant *personnel*, actant animé distinct d'un simple programme, un *qui* utilisateur des *quoi*. La production de sens travaillant les sèmes de l'humain et de l'artefact, de l'animé et de l'inanimé... autour du nom *Siri* atteint alors une limite lorsque le sujet est sommé de se considérer comme un objet de discussion :

Demandez à Siri de vous parler de lui. Demandez « Qu'est-ce que tu sais faire ? », et Siri se fera une joie de vous répondre.

Ce glissement de la personnification à la subjectivation du programme atteint son paroxysme lorsqu'il est question des relations entre Siri et l'utilisateur.

32. *Siri* apparaît dans un dispositif énonciatif qui l'inscrit dans un dialogue personnel avec l'utilisateur auquel réfère le pronom déictique *vous*. Ainsi il apparaît non plus comme un simple objet de discours mais bien comme une personne d'interlocution.

La première illustration présente sur le site lui donne même la parole (on quitte alors le discours de présentation), et voilà que son *je* apparaît :



Figure 2

Plusieurs phénomènes discursifs viennent soutenir la démarche de ce travail sémantique conduisant à faire du programme un alter ego énonciatif.

Ainsi, des fictions dialogales reposant sur le discours rapporté par la firme Apple des échanges entre Siri et l'utilisateur :

- Dites par exemple « Dis à ma femme que je suis en retard » ou « Rappelle-moi d'appeler le vétérinaire ». Siri comprend ce que vous dites, mais aussi ce que vous voulez dire. Alors, quand vous lui demanderez : « Y a-t-il un bon bar à tapas dans le coin ? », il vous répondra : « J'ai trouvé un certain nombre de restaurants de tapas à proximité ». Vous pourrez alors répliquer : « Hmm. Et pourquoi pas une pizza ? »
- Demandez à Siri « Shazame ça », et il vous dira quelle est la chanson que vous entendez
- « Où se trouvent les bureaux d'Apple ? », et Siri vous indiquera l'adresse et comment vous y rendre.

Dans ce système, les verbes d'action accordent à Siri des capacités d'ordinaire réservées au dialogue humain dans un contexte oral. Siri « parle », « répond », « réplique », « rédige », « questionne »... et s'inscrit indifféremment dans l'alternance de la parole, comme celui à qui l'on s'adresse ou comme celui qui adresse son discours à un humain : « Dites par exemple : « dis à ma femme que je suis en retard » ».

Cette hyper-compétence discursive semble même lui permettre, au détour d'une ambiguïté sémantique, de prendre à sa charge le discours de l'utilisateur, au point que ce dernier n'a même plus à parler aux autres :

Envoyez un e-mail. Demandez à Siri de rédiger et d'envoyer un e-mail. Il peut même envoyer votre message à plusieurs destinataires.

Puisqu'il est doué de parole, Siri peut alors avoir d'autres traits humains, tels que des émotions ou la capacité à être proactif (anticiper), c'est-à-dire de prendre sa vie en main :

Demandez à Siri de vous parler de lui. Demandez « Qu'est-ce que tu sais faire ? », et Siri se fera une joie de vous répondre.
Et comme Siri est proactif, il va vous questionner jusqu'à trouver ce que vous recherchez.

De manière explicite, Siri est une *personne* avec qui échanger « normalement » :

Demandez à Siri de vous rendre service, en parlant normalement. Siri comprend non seulement ce que vous dites, mais aussi ce que vous voulez dire.[...] Adressez-vous à Siri comme à une personne.

Le nom *Siri* apparaît ainsi au cœur d'un réseau sémantique discursif qui conduit à faire du programme une entité dépassant qualitativement la classe des applications informatiques à laquelle il appartient pourtant, et que le marketing d'Apple comme celui de Microsoft distinguent comme « assistant personnel ». Il remplit alors une fonction d'intermédiaire entre les sujets humains et le monde des machines, sans pour autant se situer à mi-chemin. En effet, l'entreprise de personnification est telle qu'il semble doté de capacités discursives et interactionnelles propre aux sujets parlants, le rapprochant plus du trait sémantique *humain*.

Le procédé de travail sémantique lié au processus de mise en discours rencontre alors les discours post-humanistes. La dénomination potentiellement individualisante du Npr à travers ce nom de produit tend à s'effacer pour revenir en quelque sorte vers son origine, un prénom humain afin d'inscrire Siri dans une forme humanisée (et un dépassement d'une simple relation humain-machine).

4. Un nom d'embryon prothétique ?

Dans son « Manifeste cyborg » (1985), D. Haraway instrumentalise la figure du cyborg en l'inscrivant dans le courant de la postmodernité et comme proposition féministe. Mi-humain, mi-machine, le cyborg est une figure disqualifiant les catégories traditionnelles : animé / objet ; nature / technologie ; homme / femme, etc. et permet de proposer une nouvelle figure (utopique) de la subjectivité. Et M. Amorim d'écrire : « N'est-ce pas ce que proposent les théories postmodernes – supprimer la distinction sujet-objet pour la remplacer par un hybride de « quasi-objet » et « quasi-sujet » ? » (2012, p. 35).

Dans le contexte technologique, la post-modernité se change en post-humanisme ou trans-humanisme (selon les écoles et les conceptions), pour envisager l'avènement d'êtres nouveaux, humains augmentés à grands effets de technosciences, autrement dit par certains des *cyborgs*. Le présent travail n'envisage pas une discussion sur ces évolutions (nous pouvons même nous contenter de les considérer ici comme des *imaginaires*), mais observe qu'elles alimentent des discours liés aux technologies dont il est question dans ces lignes.

Il ne nous semble pas alors totalement exagéré de faire lien entre les actes de nomination de Siri et les imaginaires véhiculés par le discours contemporain, empreint de prospective technologique.

Nous avons plus pointé plus haut comment Siri était présenté comme un intermédiaire entre le monde des machines et le monde des humains. S'il y a là deux pôles d'un continuum, il faut bien considérer que la figure du *cyborg* constitue un degré intermédiaire : celle de l'homme en partie mécanisé. Un autre degré apparaît, presque en miroir, celui de la machine en partie humanisée, que la figure de l'*humanoïde* circonscrit.

La place de « l'assistant personnel numérique » n'est pas acquise au sein des figures consacrées de ce continuum. Plus que *machine* et en tension vers l'*humain*, Siri n'est pas humanoïde puisque celui-ci désigne, par définition, une entité artificielle ayant *apparence* humaine. Si Cortana peut s'en approcher, à la faveur du lien nominatif qui lie le programme au personnage féminin humanoïde du jeu Halo, le cas est plus délicat pour Siri. Le processus de nomination dans les pages d'Apple fait alors apparaître une modalité différente de la subjectivation des machines.

Le programme de sens mis en œuvre dans l'acte de nomination et le discours de la firme nous semble plutôt rapprocher Siri d'une forme de prothèse cognitive. En effet, pour A. Leroi-Gourhan, la prothèse n'est pas réductible à l'objet technique qui la matérialise. Son statut prothétique est lié à la transformation qu'elle opère chez le sujet et pour P. Soriano « la conjonction prothétique d'un animal *Homo sapiens* et d'une chose transforme le premier en sujet et la seconde en objet » (2007/4 : 164). Et B. Stiegler d'appuyer :

L'homme n'est homme que dans la mesure où il se met hors de lui, dans ses prothèses [...] En ce sens, si l'on dit souvent que l'homme a inventé la technique, il serait peut-être plus exact ou en, tout aussi légitime de dire que c'est la technique, *nouveau stade de l'histoire de la vie*, qui a inventé l'homme (1998, p. 190).

N'est-ce pas là le programme de sens déployé à travers l'acte de nomination par la firme Apple qui promet, par l'usage de Siri, un allègement des fonctions mnésiques et langagières de l'utilisateur ? Hors des figures du continuum humain/machine, ni cyborg ni humanoïde, « Siri » est bien une interface, mêlant qualité de l'un et de l'autre des deux pôles, un indéfinissable nommé.

Conclusion

Parler à Siri revient à faire reconnaître l'existence et l'efficacité d'un service personnalisé mais pas uniquement personnel. S'inscrivant dans ce qu'il est courant de nommer aujourd'hui le « dialogue *naturel* » entre l'humain et la machine, le discours sur Siri et le comportement du programme travaillent les conceptions et les natures des « subjectivités » en présence.

Siri existe à la fois en plusieurs millions d'exemplaires (comme autant de téléphones Apple vendus), mais il n'est pas non plus un nom propre collectif au sens de M. Lecomte (2014). Le nom *Siri*, tel qu'il apparaît dans les programmes de sens de la firme Apple, conduisent à une personnification du programme : il est le pivot nominal marqué par l'emploi d'un prénom d'une part, et la réification d'un genre (que renforce la voix synthétique) d'autre part.

Mais la personnification se déploie en subjectivation lorsque Siri est inscrit dans un programme de sens qui en fait une figure intermédiaire : au-dessus des autres programmes dont il est pourtant un représentant de la classe, en relation avec l'agent humain dont il tend à devenir un alter ego (conversationnel tout du même) en étant doté de parole, d'affects, de capacité d'action et d'anticipation des attentes de son partenaire...

C'est dire que le questionnement dépasse largement le cadre de la réflexion sur un nom de produit, et permet de percevoir les enjeux sémantiques et anthropologiques des mutations technologiques liées au langage humain.

Plus qu'un simple discours marketing dont les propos commerciaux vantent le produit, nous avons montré qu'un glissement s'opère sur l'aspect interactionnel comme l'apport même de Siri mais aussi quasiment au titre de parangon, symbole de l'abolition d'une frontière claire entre une parole humaine et une parole de machine.

Bibliographie

- AMORIN M. (2012), *Petit traité de la bêtise contemporaine*, Erès, coll. « Humus-philo ».
- LAURENT B. (2010), *Nom de marque, nom de produit : sémantique du nom déposé*, Paris, l'Harmattan, 298 pages.
- LAURENT B. et RANGEL VICENTE M. (2004), « L'anthroponyme et le nom de marque et de produit : Comparaison du prototype du nom propre et d'un hybride », *Actes des VIIèmes RJC ED268 « Langage et Langues »*, Paris III, 15 mai 2004, URL : http://www.researchgate.net/publication/237401612_L'anthroponyme_et_le_nom_de_marque_et_de_produit_Comparaison_du_prototype_du_nom_propre_et_d'un_hybride.
- DELBAERE M., MCQUARRIE E.F., PHILLIPS B.J. (2011), « Personification in Advertising », *Journal of Advertising*, n°40, Spring, p. 121-130.
- FÈVRE-PERNET Ch., ROCHÉ M. (2005). « Quel traitement lexicographique de l'onomastique commerciale ? Pour une distinction Nom de marque/Nom de produit ». CORELA - Numéros thématiques | Le traitement lexicographique des noms propres. [En ligne] Publié en ligne le 02 décembre 2005. URL : <http://corela.edel.univ-poitiers.fr/index.php?id=1198>. Consulté le 17/08/2011.
- HARAWAY D. (1985), « A Manifesto for Cyborgs: Science, Technology, and Socialist Feminism in the 1980s », *Socialist Review* 15, n°2.
- HEWITSON L., (2011), « Siri and the sex of technology », *The Guardian*, 21 octobre, URL : <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/the-womens-blog-with-jane-martinson/2011/oct/21/siri-apple-prejudice-behind-digital-voices>.
- KRIPKE S. (1972), « Naming and necessity », *Sémantics of Natural Language* (D. Davidson et G. Harman, eds), Dordrecht, Reidel, p. 253-355.
- LECOLLE M. (2014). « Dénomination de groupes sociaux : approche sémantique et discursive d'une catégorie de noms propres », dans NEVEU F., BLUMENTHAL P., HRIBA L., GERSTENBERG A., MEINSCHAEFER J. et PRÉVOST S. (Eds.) CMLF 2014 - Quatrième Congrès mondial de linguistique française. Berlin, 19-23 juillet 2014, Institut de linguistique française, EDP Sciences, p. 2265-2281. SHS Web of Conferences 8 2265-2281 (2014). DOI: <http://dx.doi.org/10.1051/shsconf/20140801063>
- LECOLLE M., PAVEAU M.-A. et REBOUL-TOURÉ S. (2009), « Les sens des noms propres en discours », *Les carnets du Cediscor*, n°11, URL : <http://cediscor.revues.org/736>.
- LEROI-GOURHAN A. (1993), *L'homme et la matière*, Paris, Albin Michel.
- LEROY S. (2001), « Nom propre », *Termes et concepts pour l'analyse du discours*, Paris, Honoré Champion.
- MAUREL D. et TRAN M. (2005), « Une ontologie multilingue des noms propres », *Corela* [En ligne], HS n°2, mis en ligne le 02 décembre 2005, consulté le 15 octobre 2015. URL : <http://corela.revues.org/1203>.
- SIBLOT P. (2001), « De la dénomination à la nomination. Les dynamiques de la signification nominale et le propre du nom », *Cahiers de praxématique*, n°36, mis en ligne le 20 juillet 2009, consulté le 24 novembre 2013. URL : <http://praxematique.revues.org/368>.
- SIBLOT P. (1989), « Noms propres et mains sales. De l'inscription des luttes sociales dans les praxèmes en nomination individuelle », *Langages*, 24^e année, n°93, p. 64-83.
- SORIANO P. (2007/4), « Prothèse », *Médium*, n°13, p. 162-171.
- STIEGLER B. (1998), « Leroi-Gourhan : l'inorganique organisé », *Cahier de médiologie*, n°6, p.187-194.
- TISSERON S. (2015), *Le jour où mon robot m'aimera. Vers l'empathie artificielle*, Paris, Albin Michel, 199 p.
- WILMET M. (1995), « Pour en finir avec le nom propre ? », *L'information grammaticale* ; n°65.