

Titre: **Les noms de domaine internet – un nouveau champ de recherche pour la morphologie**

Section n° 3

Peter Handler

Proposition de communication:

Avec l'introduction de nouveaux formats (pages web, courriel, dialogues en ligne, twitter, ...) les nouveaux médias ont sensiblement bousculé les pratiques langagières. Dans ce contexte, les noms de domaine (NDD) – couramment appelés « adresses internet » ou « adresses web » – font l'objet d'intenses réflexions stratégiques dans le monde des affaires, mais n'ont guère été exploités en tant que phénomène linguistique.

Si à première vue l'intention d'incorporer les NDD parmi les sujets à examiner dans le cadre de la morphologie peut paraître quelque peu surprenante, un examen plus approfondi révèle pourtant qu'ils partagent de nombreux phénomènes traités traditionnellement au sein de cette discipline.

À part les NDD formés sur la base de mots simples (souvent des noms génériques qui permettent au détenteur de l'adresse d'occuper tout un territoire sémantique, cf. *livre.fr*) – mais qui, avec leurs extensions constituent, eux aussi, déjà un ensemble complexe – ces adresses intègrent, dans leur « noyau », des mots composés (*petit-four.fr*), des dérivations (*hebergement.com*) ou d'autres configurations généralement étudiées comme résultat d'un procédé de formation de mot (abréviation : *conso.fr*, acronymes : *pme.fr*).

On notera que les règles de la morphologie linguistique sont complétées, voire modifiées, et avant tout dominées par une « morphologie technique » présentant un corset relativement rigide pour certains aspects (nombre et choix de caractères limités ; pas d'espacement ; segmentation technique par des points ; le trait comme unique signe de segmentation linguistique ; nombre (encore) limité d'extensions ; etc.). Il en résulte des microstructures linguistiques qui doivent concilier la création lexicale et la normalisation technique. Cela implique même – et à grande échelle – le compactage de formes relevant originairement du niveau linguistique de la phrase en un ensemble d'ordre morphologique (de *bienmanger.com* à *moncadeauestavendre.com*).

Cette contribution se propose de fournir un aperçu détaillé des phénomènes rencontrés, de repérer les problématiques associées au métissage technico-linguistique (dans la perspective pragmatique de créer des NDD à la fois parlantes et faciles à retenir) et d'identifier des traits d'évolutions structurelles plus prononcées.

Au niveau taxinomique, on distinguera d'un côté les agencements dérivationnels, composés ou raccourcis (déjà mentionnés ci-dessus) d'un type plutôt « classique », et de l'autre, des constructions qui exploitent des « effets spéciaux ». Parmi ces derniers on trouve notamment : des modèles de formation plus marqués (*gratos.be*), des graphies phonétisantes (*rezo.net*), des jeux de mots (*esthetichien.fr*), des mots-valises (*randonneige.com*) ou des variétés particulières (*verlan* : *seultout.com*). La structuration peut également être influencée par des moyens de rhétorisation, tels que rime (*plaisirdelire.com*) ou métaphore (*village-justice.fr*).

Certaines extensions subissent (après un « détournement » de leur sphère géographique) des réinterprétations sémantiques (*tourismeetpatrimoine.tv* – .tv est initialement l'extension de l'archipel polynésien Tuvalu) ou peuvent elles-mêmes faire partie du vocabulaire choisi (*superf.lu*).

Les NDD étant souvent des éléments-clés pour la réussite d'une activité économique, il n'est pas étonnant que nombre d'entre eux se basent directement sur des noms existants (nom de produit, nom de marque, etc.) dont la conception a déjà été exécutée avec soin et qui peuvent justement reposer sur ces mêmes techniques précédemment mentionnées. Dans d'autres cas, le choix du nom

de l'entreprise et celui du NDD se déroulent en parallèle ; vu l'importance de la présence sur internet, l'un n'est pas pensé sans l'autre (avecplaisirs.com).

Néanmoins un grand nombre de NDD existent par eux-mêmes (indépendamment de tout autre projet). Cela vaut particulièrement pour les variantes plus extensives reposant sur des enchaînements syntagmatiques constitués d'éléments phrastiques. Au contraire de certains mots composés, peu clairs sans leur contexte, ces formations peuvent être plus explicites (rapportersonmobile.fr) et ancrer des messages plus complexes dans la mémoire (touchepasamapicardie.fr). Tandis que la classification structurelle distingue – selon le degré de figement – entre combinaisons libres (rireetchansons.fr), collocations (copainsdavant.com) et locutions (leventenpoupe.fr), l'évaluation du potentiel communicatif vise des qualités comme le contenu informatif (toutsurlacom.com), la dimension relationnelle (monpresent.com), la capacité de positiver (clair-et-net.com), etc.

Certaines problématiques résultent des moyens restreints de segmentation et de l'absence de signes diacritiques; des adresses comme sante.fr ou val-disere.com ne sont pas perçues immédiatement de façon correcte, d'autres provoquent de doubles lectures déconcertantes (peche.fr) ou gênantes (lecon.fr < *leçon* # *le con*). L'enregistrement de NDD avec accents et cédille (« IDNs ») sous .fr est, en effet, une possibilité toute récente (datant du 12 mai 2012). D'autres difficultés sont liées à l'opacité de sigles peu connus (ucad.fr < *Union centrale des arts décoratifs*) ou utilisés pour désigner plusieurs expressions différentes (cdi.fr < *Collège des ingénieurs* # plus courant : *contrat à durée indéterminée*).

Le phénomène – et en même temps le sujet d'études – le plus intéressant est sans doute la « force structurante » exercée sur la langue par les contraintes techniques et pragmatiques. On constate notamment des enchaînements elliptiques (banque-france.fr < *Banque de France*) et des remaniements structurels fondamentaux (maquillageconseils.com < *conseils pour [le] maquillage*). Cet aspect sera étudié à partir d'un corpus plus exhaustif.

Bibliographie:

AFNIC [Association française pour le nommage internet en coopération] (2012): L'AFNIC met l'accent sur les noms de domaine. (Regard n°8) http://www_afnic_fr/medias/documents/AFNIC_Regard_8.pdf (02/10/2012)

Dreyfus, Nathalie (2011): Marques et internet. Protection, valorisation, défense. S.I.: Wolters Kluwer (éd. Lamy)

Handler, Peter (2011): Ein komparativer Blick auf die morphologische Strukturierung von Web-Adressen im Deutschen und Französischen. In: Lavric, Eva / Pöckl, Wolfgang / Schallhart, Florian (éds): *Comparatio delectat. Akten der VI. Internationalen Arbeitstagung zum romanisch-deutschen und innerromanischen Sprachvergleich*. Innsbruck, 3.-5.September 2008. Teil II, Frankfurt am Main / etc.: Lang, 485-503

Herde, Andreas (2001): www.du-bist.net – *Internetadressen im werblichen Wandel*. (Networx, 23) <http://www.mediensprache.net/networx/networx-23.pdf> (01/10/2012)

Platen, Christoph (1997): «Ökonymie» – zur Produktnamen-Linguistik im Europäischen Binnenmarkt. Tübingen: Niemeyer