



Université Mohamed Khider de Biskra

Faculté des Lettres et des Langues

Département des Lettres et des Langues étrangères

Filière de Français

## **MEMOIRE DE MASTER**

Option : Sciences du Langage

---

Présenté et soutenu par : NOUI Nassima

### **Etude lexico sémantique de substantifs**

Cas des enseignes de certains magasins de la ville de Biskra.

Le :2021- 2022

---

**Jury :**

<b>Dr. Mohammed Djoudi</b>	<b>université de Biskra</b>	<b>Encadreur</b>
<b>Dr. Hamel Nawel</b>	<b>université de Biskra</b>	<b>présidente</b>
<b>Dr. Ben Azouz Nadjiba</b>	<b>université de Biskra</b>	<b>examinatrice</b>

**Année universitaire : 2021-2022**

## *Remerciement*

*Louange à l'unique Dieu, Lumière des cieux et de la terre, qui aide et qui guide.*

*« Tout d'abord, je tiens à remercier Dieu le tout puissant et miséricordieux, qui m'a donné la force et la patience d'accomplir ce travail » Ce travail est l'aboutissement d'un long cheminement au cours duquel j'ai bénéficié de l'encadrement, des encouragements et du soutien de plusieurs personnes, à qui je tiens à dire profondément et sincèrement merci. Le moment est venu de remercier tous ceux qui m'ont appuyé et aidé de près ou de loin tout au long de ce parcours. Avant toute chose, je tiens à témoigner mes plus sincères remerciements aux **membres du jury** qui m'ont fait l'honneur en acceptant l'évaluation de ce travail de master. J'adresse aussi mes plus vifs remerciements à mon encadreur **Professeur Mohamed Djoudi** pour son aide durant toute la période du travail, pour le temps qu'il m'a consacré, sa grande disponibilité et ses précieux conseils. J'adresse mes plus sincères remerciements et ma profonde reconnaissance à ma chère famille, qui m'a toujours soutenue et encouragée tout au long de mon parcours d'étude.*

## *Dédicace*

*À mes chers parents*

*À mes sœurs et frères À mon fiancée Azzedine et sa famille À toute ma famille*

*À tous mes amis*

*Spécialement ,à mes amies proches : La plus belle Aya maghrébine et son fiancé Houari ( Dieu le libère) et toute sa famille ,Widad et Son mari Oussama et sa famille , Les 2 Sara ,Mimi , Amira ,  
Nouha, Chaima ...*

*« Honore ton père et ta mère, afin que tes jours se prolongent dans le pays que l'Eternel, ton Dieu, te donne ». Ma première pensée va sans doute à l'asile le plus sûr et au cœur le plus chaud, celle qui m'a donné jour et qui a toujours cru en moi, a mon premier sourire et ma source de tendresse, ma très chère mère, A l'épaule solide, l'œil attentif, la personne la plus digne de mon estime et de mon respect que Dieu te préserve et te procure ta santé, la source du calme et le puits de sagesse, mon cher père. C'est pour ces deux êtres que je me mets à genoux, c'est à vous que je dis «Merci». À Mon deuxième père Sâad qui m'a donné toute le temps le courage.*

*A ma très chère sœur Nawel et Dalila et Son mari Sebti et Souâd. A mon frère Mohamed et Houcine et sa fiancée Riheb, À mon frère Sadek et Lazhar et ses deux petits anges Rawane et Yahia. A mes deux petits anges, mes nièces Ihlem Malek et Abir et Dhikra Razane et mes neveux Mounir et Faiz et Firas. A mes grands- parents Rabi yahfedhoum. Aux amis anciens A tous ceux que j'aime avec un cœur plein de tendresse et qui me sont très chères.*

*Ce travail n'aurait pas pu voir le jour sans votre précieuse aide*

*Du profond de mon cœur je dédie ce travail à tous ceux qui me sont chers.*

*Je termine par un grand merci à mon fiancée qui m'a toujours encouragé et soutenu jusqu'au bout de mon chemin.*

**MERCI A TOUS MES AMIS.**

## Table des matières

## TABLE DES MATIERES :

<b>Remerciement</b> .....	
<b>Dédicace</b> .....	
<b>INTRODUCTION GENERALE</b> .....	<b>07</b>
<b>Chapitre I:</b> analyse onomastique d'enseignes	
1. L'onomastique. (Définition).....	11
2. Définition de l'enseigne commerciale.....	12
2.1. Aperçu historique de l'enseigne.....	12
3. La lexicologie .....	13
3.1. Objet de la lexicologie .....	14
5. Relations avec la syntaxe et la morphologie .....	15
1. Qu'est-ce qu'un nom propre ? .....	17
1.1. La toponymie .....	17
1.2. La typologie.....	18
2. Les différentes formes de l'enseigne.....	19
2.1. La forme simple .....	19
2.1.1. Les noms (substantifs).....	19
2.1.2. L'adjectif.....	20
2.2. La forme dérivée .....	20
2.2.1. La dérivation préfixale .....	20
2.2.2. La dérivation suffixale .....	21
2.2.3. Le modèle savant .....	22
2.2.4. Le modèle populaire.....	22
2.2.5. Le modèle hybride.....	23
2.2.6. La forme syntagmatique.....	23
<b>Conclusion</b> .....	<b>24</b>
<b>Chapitre II. Analyse de corpus</b>	
<b>I. Nom désignateur et publicitaire commercial</b> .....	<b>26</b>
1. L'analyse publicitaire .....	26
2. Nom désignateur du commerce comme typologie auditif.....	26
2.1. Le toponyme .....	27
2.2. Le patronyme .....	27
2.2.1. Définition de « patronymie ».....	27
<b>Introduction</b> .....	<b>28</b>
1. L'analyse morphologique .....	28
2. Classement des enseignes .....	29
2.1. Nom à forme simple .....	29
2.2. Noms à forme dérivée .....	30
2.2.1. Dérivation préfixale .....	30

2.2.2. Dérivation suffixale .....	30
2.3. Nom a forme composé .....	32
2.3.1. Modèle savant / populaire/ tronqué .....	32
3. Analyse sémantique de corpus .....	34
4. Portée significatifs de quelques enseignes .....	35
4.1. Les significations des enseignes .....	35
4.1.1. Les enseigne de marques mondiales .....	35
4.1.2. Noms de métiers .....	35
4.2. Les patronymes et les anthroponymes .....	36
4.3. Divers .....	36
Conclusion .....	43
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>45</b>
<b>Références bibliographiques</b>	
<b>Annexes</b>	

*Introduction générale*

Avant d'aborder le thème de notre travail il est nécessaire de parler de l'onomastique, L'onomastique est une branche de la Lexicologie dont l'objectif d'étude des noms propres ou qui par extension sont employés comme tels.

Notre mémoire tentera de faire le lien logique entre l'établissement et le nom qu'il porte, on essaiera, aussi, d'aboutir à deux typologies différents d'une langue, l'une c'est la morphologie : qui étudie la forme des mots, et la sémantique : qui étudie le sens.

Ce travail s'inscrit dans le domaine de l'onomastique qui est une branche de la lexicologie et a pour objectif d'étudier des noms commerciaux. Les marques, les produits et les noms de magasins.

Notre étude s'intéresse particulièrement aux enseignes commerciales des noms des magasins de la ville de Biskra, en nous appropriant l'analyse morphologique et sémantique « L'Étude des noms des magasins de la ville de Biskra approche morphologique et sémantique ».

La motivation qui nous a menée de travailler sur les noms de magasins de la ville de Biskra est de connaître le vrai sens des noms des magasins de notre ville et de les classer selon leurs formes et leurs significations.

Selon La Rousse encyclopédie L'enseigne commercial se définit comme symbole un emblème écrit ou dessein d'un magasin et dont le rôle est de déterminer et de signaler l'établissement

Le choix de notre Thème ce n'est pas le fait de hasard, car aucune étude onomastique n'a été élaborée, à notre connaissance, sur les noms des magasins de notre wilaya. Le choix des noms n'est pas fortuit, il répond à des desseins bien choisis par le propriétaire. La clientèle à évaluer donc il est primordiale à



recevoir des noms facile à retenir et qui permet de faire écho sur les réseaux sociaux et sur le "bouche oreille".

Dans cette perspective, nous nous sommes posée la problématique suivante : « Quelle sont les particularités des noms des magasins de la ville de Biskra ? ». Autrement dit, comment formés ces noms ? Quelles sont leurs origines ? Et quelles sont leurs vraies significations ?

Afin de répondre à notre problématique, nous proposons les hypothèses suivantes :

- L'origine linguistique des noms des magasins seraient variées, et venant de plusieurs langues comme arabe, français ...etc.
- Les noms des magasins pourraient avoir plusieurs sens, on trouve des noms qui font référence à des personnes, à des marques mondiales ...

L'objectif de ce travail de recherche est de mener une étude morphologique de notre corpus afin de dégager la forme la plus fréquente de ces noms, et entreprendre une étude sémantique qui permettra d'identifier L'origine des noms collectés.

Pour collecter notre corpus, nous nous sommes approchées des lieux où se situent ces magasins dans la ville de Biskra, où nous avons collecté 83 noms différents.

Ce travail de recherche est subdivisé en deux parties : le premier partie (la partie théorique) comportera deux chapitres de la théorie et des concepts de base et des définitions en relation avec notre thème, qu'elle va traiter d'une manière générale l'ensemble des concepts clés, dont nous allons parler de L'enseigne commercial, son histoire. Puis nous allons donner des définitions de différentes formes de L'enseigne.

La deuxième partie (partie pratique) sera consacrée à deux analyses, la première consiste en l'analyse morphologique qui étudie tous les procédés de formation et de création lexicale. La deuxième c'est l'analyse sémantique, pour préciser la signification des noms.

*Chapitre I : analyse  
onomastique d'enseignes.*

## 1. L'ONOMASTIQUE (DEFINITION) :

Avant d'entamer ce travail de recherche, il est nécessaire de parler initialement de l'onomastique. C'est une branche qui s'intéresse à l'étude des noms propres et qui par extension sont employées comme tels. Dans la littérature l'onomastique est le domaine d'étude des noms propres.

La science des noms propres, est une branche de la lexicologie issue du grec onomastickos, d'après **Charles Camp roux**<sup>1</sup>. Au sens plus large du terme est donc la science du nom propre, qu'il s'agisse d'un nom d'avion, d'une pile électrique, d'un rasoir, d'un robot, d'un magasin, petit ou grand, d'une robe, d'un mets quelconque etc. peut aussi être d'une localité c'est-à-dire nom d'un endroit, d'un rue, d'un aéroport, d'une université etc, ou d'une personne<sup>2</sup>. Au sens restreint, le nom onomastique n'a pas pour tout le monde la même valeur. **Brunot**, par exemple, dans (la pensée de la langue), réduit l'onomastique aux noms de personnes ; **MAROUZEAU** dans (le lexique de la terminologie linguistique) applique le mot à l'anthroponymie (étude des noms d'hommes) et à la toponymie (étude des noms de lieux). En peut dire que : « *C'est en général dans cette acception plus compréhensive que l'on emploie le terme d'onomastique qui regroupe en effet l'anthroponymie, pour les noms de personnes, et la toponymie, pour les noms de lieux.* »<sup>3</sup> Nous évaluons, ainsi, d'autres sous-catégories qui dérivent des toponymes. D'une part, il convient de ne pas oublier, que l'onomastique contemporain bien que la recherche scientifique trouve des problèmes, recouvrir de larges espaces nouveaux du champ des sciences humaines qui se rapportent primordialement au domaine de la sociolinguistique et notamment la sociolinguistique urbaine que nous définirons en suivant. D'autre part, on pouvait considérer qu'il se rattachant

---

<sup>1</sup> Camp roux, Ch. « *Introduction : Les noms de lieux et de personnes de Christian BAYLON et Paul FABRE* ».Ed. Nathan, Paris, 1982 p.5

<sup>2</sup> Ibid. p.5

<sup>3</sup> Larousse de la langue française .Lexis, paris, 1979 p.1280

étroitement de l'onomastique traditionnelle, l'étude des noms propres d'animaux, à l'instar, de navires, d'outils<sup>1</sup>. Ces noms, plusieurs, entraînent fort bien dans les cadres généraux de l'étude des noms de personnes ou de lieux. Il en va difficilement de même, aujourd'hui, avec l'infinité des créations onomastiques de la civilisation technicienne et de consommation moderne<sup>2</sup>.

Avec le passé, que les pères de l'onomastique développée de nos jours exigent une optique toute particulière dans l'étude des faits, optique où la synchronie doit prendre largement le temps qu'on les examine systématiquement, surtout dans les domaines de la technique et de la consommation, de l'industrie et du commerce<sup>3</sup>. Il convient de mettre en évidence les procédés nouveaux, non seulement ceux qui dépendent de la psycholinguistique et de la sociolinguistique, mais aussi ceux qui concernent plus spécialement la langue dont le système se trouve souvent mis à l'épreuve par la créativité onomastique moderne et qui risque d'être modifié par elle. D'où, il convient de la définir étant donné le rattachement direct de notre objet de recherche. Travailler sur les pratiques onomastiques c'est s'intéresser aux noms propres, puisque telle est l'étymologie du terme « **onomastique** » et son champ d'investigation. Encore faut-il savoir ce que l'on entend par « nom propre », et de là, nous nous heurtons à un problème complexe dans la mesure où le statut linguistique du nom propre prête à discussion<sup>4</sup>.

## 2. DEFINITION DE L'ENSEIGNE COMMERCIALE :

### 2.1. Aperçu historique :

---

<sup>1</sup> Ferdinand, Brunot. « *LA Pensée et la langue* », 3<sup>e</sup> éd., Paris, 1936 P.40.

<sup>2</sup> Marouzeau, J. « *Lexique de la terminologie linguistique* », Paris, 2<sup>e</sup> éd, article «Onomastique»1943.

<sup>3</sup> Baylon, Christian et Paul FABRE. « *Les noms de lieux et de personnes* ». Paris, Ed. Nathan.1982.p.6

<sup>4</sup> HOMET Jean-Marie, « *Les enseignes* », p. 10 cité par DUMONT Myriam, Les enseignes de Dakar.

L'Art de l'enseigne est un héritage apparu en VIIe S. av. J.-C dans la ville de Rome sous forme de tableaux peints de cire rouge reflétant des sujets avec la marchandise ou la profession. « Elles se composent le plus souvent d'un tableau peint à la cire rouge habituellement les premiers avaient une vache peinte ; les marchands de vin, deux hommes portant une amphore ; les maitre, un combat de

Un essai de L'enseigne a connu une évolution depuis son état primitif plus exactement au moyen Âge, dans toute l'Europe et particulièrement en France avec l'activité économique et le développement des villes. Au XVIIème siècle l'officialisation de l'enseigne était déclaré comme utilité publique, Avec des lois, il faut d'abord faire connaître au greffier de la justice, le nom le prénom et la taille de l'enseigne qui fait partie du fonds de commerce dans tous les magasins. L'enseigne a donc connu une évolution remarquable depuis son état initial ; elle n'a pas cessé d'évoluer, elle est passée d'un rôle désignatif, indicatif à celui de moyen de décor, de publicitaire... au gré du progrès technologique pour arriver enfin aux enseignes lumineuses.

### **3. La lexicologie**

Est une science relativement récente. Ses méthodes sont l'objet de constante discussions et les résultats encore partiels. Dans un sens restreint. La lexicologie est considérée comme une branche de la sémantique qui a pour objet l'étude du sens des unités lexicales, la notion lexicologique, se confronter une grande partie d'étude avec la sémantique structurale. Plus précisément, la lexicologie s'intéresse également à la forme des unités lexicales et même aux relations qui existe entre le lexique et la syntaxe. Dans une perspective historique on peut mener la lexicologie comme une étude d'apparition des nouvelles unités lexicales et l'évolution du sens des mots. Cette notion comporte deux volets qui sont d'une part « la morphologie ».

### **3.1. Objet de la lexicologie :**

La lexicologie a pour tâche d'inventorier les unités qui constituent le lexique, et de décrire les relations entre ces unités.

Le lexique en effet n'est pas une simple liste qu'on ne pourrait ordonner que par l'ordre alphabétique ; il s'organise sur les deux plans du sens et de la forme :

La sémantique lexicale : étudie l'organisation sémantique du lexique : elle analyse le sens des mots et les relations de sens qu'ils entretiennent entre eux ;

La morphologie lexicale : étudie l'organisation formelle du lexique : elle analyse la structure des mots et les relations de forme et de sens qui existent entre eux.

Ces deux aspects concourent à construire une structure complexe, elle-même insérée dans l'ensemble du système de la langue.

### **5. Relations avec les autres domaines :**

Le lexique est lié à la syntaxe, puisque les mots sont employés dans des phrases.

Le sens des énoncés n'est pas aussi de la syntaxe de la phrase et de la situation d'énonciation. La sémantique lexicale est donc une partie de la sémantique, étude du sens.

La forme des mots variables est en partie liée à leur emploi dans la phrase : cette variation, appelée flexion (conjugaison, déclinaison, variation en nombre et en genre), est l'objet de la morphologie flexionnelle. La morphologie lexicale est donc une partie de la morphologie, étude de la forme

des mots. L'opposition entre morphologie flexionnelle et morphologie lexicale correspond à l'opposition entre grammaire et lexique<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Alis Lehmann, Françoise Martin-Berthet : « *Lexicologie, sémantique, morphologie, lexicographie*, » .Cursus Armand colin Éditeur 4<sup>e</sup> édition•21, rue du Montparnasse•75006 Paris.



**Chapitre II : Analyse de corpus.**

## 1. QU'EST-CE QU'UN NOM PROPRE :

### 1.1. La toponymie :

Dans le contexte historique, les toponymes peuvent être descriptifs, limités à une liste de noms exacts, en utilisant des documents pour trouver leurs origines, les liens avec d'autres éléments de cette langue, et leur sens rudimentaire. Aborder la question des lieux d'un point de vue philosophique (la science de l'étymologie, l'histoire des noms géographiques, la variation phonétique, morphologique et lexicale) Il y a aussi une interrelation entre société, espace et identité à travers le nom que porte le lieu dans le but d'étudier la dialectologie :

« **Biskra** » vient du nom de la ville de romaine « Vescera », qui vient d'origine latine ou bien phénicienne, ayant le sens de Station, « Vescera » prononcé → [ wesкера ] dérivait du verbe berbère « Wesker » ou « esker ».

L'oasis de Biskra constitue une étape sur les parcours commerciaux nord-sud depuis l'Antiquité. Cette ville est une grande place commerciale centre de collections des dattes, point de redistribution des marchandises pour le sud-Algérie. Dans la ville de Biskra il y a plusieurs magasins, ces rues sont devenues remarquables et développées, chaque magasin possède un nom. D'abord le magasin et le point de rencontre les offres de produits et services et les demandes des consommateurs qui sont attirés par certains enseignes.

Notre travail de recherche s'inscrit dans le domaine de l'onomastique commerciale qui nous a permis d'étudier les noms commerciaux : les marques, les produits et les noms propres, noms des personnes et les lieux confondus, leurs origines, et leur propagation pour faire une analyse des noms des magasins.

Dans ce travail de recherche, nous allons étudier les particularités des noms des magasins de la ville de Biskra, en appropriant sur la lexicologie qu'est la discipline qui étudier les phénomènes lexicaux.

La Lexicologie d'après **Aïno Niklas-Saliminen** « *le lexique d'une langue doit être considéré comme une entité théorique : C'est l'ensemble des mots qu'une langue met à la disposition des locuteurs* ».

Nous nous sommes reconnait quatre niveaux principaux dans toutes les langues : la sémantique qui étudier le sens ; la syntaxe qui concerne à la structure des phrases ; la morphologie qui étudier la forme des mots et la phonétique qui concerne les éléments sonores.

## 1.2. Typologie :

En nous inspirant de la typologie élaborée par **J.-L. Vaxelaire** dans son ouvrage, nous avons pu relever quelques remarques, à propos du nom propre, qui posent la problématique de sa classification. **Vaxelaire**, de son point de vue, prétend que le problème ne se limite pas à traduire le nom correct et qu'il est traité différemment des autres catégories de mots, qu'elles soient grammaticales, ou lexicales: ainsi, le nom correct est une catégorie à part qui ne mérite pas l'attention. (2005, p. 11) Le nom propre apparaît généralement au hasard des rubriques, il ne semble pas devoir mériter une rubrique particulière.

La définition des noms propres dans les ouvrages de référence s'appuie principalement sur le principe du « désignateur rigide »<sup>1</sup>, ce qui fragilise sa conception terminologique et par voie de conséquence, sa classification.

---

<sup>1</sup> Voir notamment Vaxelaire, « *Le nom propre en contexte – une approche lexicologique* », [en ligne], disponible sur : <http://perso.univ-lyon2.fr/~thoiron/JS%20LTI%202005/pdf/Vaxelaire>. PDF ; ainsi que l'article de R. François, 1983.

## 2. LES DIFFERENTES FORMES DE L'ENSEIGNE :

L'écrit de l'enseigne commerciale se présente de plusieurs formes :

### 2.1. La forme simple :

Selon Dubois : « on appelle mot simple un morphème racine par opposition au mot dérivé ou composé. »<sup>1</sup> Autrement dit, Il ne contient aucun élément ajouté, il ne peut pas être ni retranché ni décomposé en unités de sens plus petites dans le but de former un autre mot. D'après Henri, Mitterrand :

*« nous retenons comme mot simple toute forme qui ne peut être amputée d'aucun élément phonique sans que forme restante soit ou bien totalement inexistante dans la langue, ou bien une forme déclinée ou conjuguée de la forme initiale, ou bien une forme apparaissant dans un système de distribution contextuelle, et avec des connotations sémantiques, fort éloignée de ceux de la forme initiale »*<sup>2</sup>

Dans cette citation l'auteur explique que le mot simple ne peut être amputé d'aucun élément phonique, La forme simple a deux catégories ; la catégorie des noms, et celle des adjectifs<sup>3</sup>.

#### 2.1.1. Les noms (les substantifs) :

Grevisse Maurice, explique que :

*« Le nom ou le substantif est le « mot » qui sert à désigner, à « nommer » les êtres animés et les choses..., non seulement les objets, mais encore les actions, les sentiments, les abstractions, les phénomènes, etc. »*<sup>4</sup> Substantif : « *n.m* ; qui sert à décrire ou définir la nature d'une chose et occupe un rôle primordial dans la compréhension et la structure d'une phrase »<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> DUBOIS Jean, « *Dictionnaire de linguistique et des Sciences du langage* », Larousse, Paris, 2001, p. 443.

<sup>2</sup> Mitterrand H. « *Les mots français, coll. Que sais-je ?* », Édition PUF, Paris, 1972, p 25.

<sup>3</sup> Sociolinguistique africaine. L'harmattan, 1998, p. 13.

<sup>4</sup> Grevisse Maurice, « *Le bon usage* », 11<sup>e</sup> édition Duculot, Paris, 1980, p.223.

<sup>5</sup> <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/substantif/>

Cela veut dire que le substantif est un mot variable qui désigne des êtres humains.

### 2.1.2. L'adjectif :

L'adjectif un mot qui identifie ou qualifie le substantif auquel il est joint et avec lequel il s'accorde. Selon Dubois :

*« La grammaire traditionnelle définit l'adjectif comme le mot qui est joint au nom pour exprimer la qualité de l'objet ou de l'être, ou de la notion désignée par ce nom (adjectif qualificatif), ou bien pour permettre à ce nom d'être actualisé dans une phrase (adjectif déterminant) [...] on caractérise parfois formellement cette catégorie par le fait que ses éléments varient en genre et en nombre selon le genre et le nombre du nom qualifié [...] »<sup>1</sup>.*

Est un élément très important dans les enseignes commerciales et pour cela, il est toujours présent dans les enseignes commerciales pour désigner l'idée de commerçant et donner la valeur à l'enseigne.

### 2.2. La forme dérivée :

Selon **A. Niklas-salminen** :

*« On a vu à plusieurs reprises qu'un mot dérivé est formé par l'adjonction d'un ou plusieurs affixes soudés à une base. Les affixes se divisent en préfixes, qui se placent avant la base et en suffixes qui se trouvent après la base. La base est l'élément qui reste d'un mot dérivé si on lui enlève ses affixes »<sup>2</sup>.*

La dérivation consiste à former un nouveau mot en y ajoutant un préfixe et/ou un suffixe à un morphème lexical (la base, le radical).

#### 2.2.1. La dérivation préfixale :

La dérivation préfixale ou la procédure de préfixation l'affixe est placé devant l'unité lexicale (la base) qui modifie le sens de cette unité, par exemple l'adjectif « illégal » : ainsi « légal » est une base + « il » préfixe → mot préfixé « illégal ». **Guilbert**, décrit que :

---

<sup>1</sup> DUBOIS Jean, Op.cit, p. 11.

<sup>2</sup> Aino.Niklas-salminen ; Op.cit, p 47.

*« La procédure de préfixation se caractérise essentiellement comme une procédure de condensation du syntagme de phrase en schéma lexical, de transposition lexicale de certains mécanismes syntaxiques comme la négation ou l'expression des degrés, mais dans le cadre de la même classe syntaxique »<sup>1</sup>.*

### 2.2.2. La dérivation suffixale :

Le suffixe est un petit élément derrière le radical (on dit aussi racine ou base) d'un mot pour former un mot dérivé ayant un sens différent. Aussi, il peut changer la nature grammaticale du mot. Un verbe, d'après le suffixe qui s'accroche peut en effet devenir un nom, ou un adjectif...etc<sup>2</sup>. Le dictionnaire de linguistique définit le suffixe comme : *« est un élément qui suit le radical auquel il est étroitement lié, on distingue les suffixes flexionnels ou désinentiels et les suffixes dérivationnels »<sup>3</sup>*. En ce sens, l'ajout de suffixe à un radical donne une nouvelle unité et un autre sens par exemple le mot ; parfumerie (parfum +erie), le radical parfume c'est un produit vendu dans des magasins, et parfumerie c'est le magasin. Selon le dictionnaire **le lexis** la suffixation comme suit : *« n.f. moyen morphologique employé pour former avec des suffixes, de nouvelles unités lexicales à partir de mots de base (ou racines) »<sup>4</sup>*

D'après les linguistes, les morphologues et grammairiens la composition est définie comme suit : Selon M. Wilmet les mots composés : *« Ce sont des mots de deux, trois ou plus, unités graphiques pour un sens unitaire, le côté sémantique est déterminant »<sup>5</sup>*

Pour J. Thièle : *« les composés sont des combinaisons d'au moins deux morphèmes qui existent aussi comme morphèmes libres. »<sup>6</sup>* A. Martinet. Parle de :

*« La différence entre composition et dérivation se résume assez bien en disant que les monèmes qui forment un composé*

---

<sup>1</sup> In *« La créativité lexicale »*, édit. Larousse, Paris, 1975, p 135.

<sup>2</sup> Johanne, *« La formation des mots en français moderne »*, traduction d'André clas, les presses de l'université de Montréal, Québec, 1987, p. 25.

<sup>3</sup> Dictionnaire de la linguistique, p 446.

<sup>4</sup> Le lexis, *« Dictionnaire de la langue Française »*, 1989.

<sup>5</sup> M, Wilmet, *« la grammaire française »*, p. 63.

<sup>6</sup> Thièle J ; op cite p. 86.

*existent ailleurs que dans les composés, tandis que de ceux qui existent dans un dérivé, il y en a qui n'existent que dans les dérivés et qu'on appelle traditionnellement un affixe ».*<sup>1</sup>

Selon ces différentes définitions nous comprenons que la composition c'est un système qui se caractérise par la juxtaposition de deux mots mais qui se prononce comme un seul mot. Dans la langue française, la combinaison par le procédé de la composition répond généralement aux deux modèles suivants : le modèle savant et le modèle populaire.

### **2.2.3. Le modèle savant :**

Le composé savant c'est quand l'un ou les deux éléments de mot composé empruntés à la langue grecque ou latine. Les modèles savants peuvent être soit des noms, soit des adjectifs, soit des verbes : « *Les composés savants sont des noms et des adjectifs. On observe des structures analogues à celles de la composition, même si la classe syntaxique des composants est parfois problématique...* »<sup>2</sup> Ce qu'il faut retenir, est que dans ce modèle, la composition est toujours basée sur des éléments latino-grecs. Par exemple : « morphologie ».

Les enseignes de modèle savant ; par exemple : le mot taxiphone le premier composant c'est taxi, et le deuxième c'est phone.

### **2.2.4. Le modèle populaire :**

Par contre, la composition populaire, c'est-à-dire la composition à partir de mots français se fait par juxtaposition de deux mots ou plus, d'une autre façon « de deux éléments qui peuvent exister à l'état libre » ; ces composés ne sont pas toujours écrits « en un mot » par exemple : chou + fleur = chou-fleur. Porte + feuille = portefeuille.

Les mots populaires sont :

---

<sup>1</sup> In, « *Éléments de linguistique générale* », p, 134.

<sup>2</sup> Alise Lehman, François Martin-Berthet, « *introduction à la lexicologie sémantique et morphologie* », 2<sup>ème</sup> édition, Armand colin, 2005, p 190.

*« les éléments assemblés dans un mot composé forment une unité de sens nouvelle, dont la signification dépasse celle de ses éléments pris isolément. La composition en français, contrairement à beaucoup d'autres langues, est rarement le lieu d'une simple juxtaposition de ses éléments »<sup>1</sup>.*

### **2.2.5. Le modèle hybride :**

Selon le dictionnaire l'appellation « hybride » :

*« Est un terme composé issu de différentes racines linguistiques. C'est l'exemple du terme « automobile » dans lequel « auto » : expression grecque qui renvoie à la notion de soi-même, et « mobile » : expression latine qui renvoie à la notion de mouvement (mobilité). D'où son caractère hybride ».<sup>2</sup>*

Le nom hybride est considéré comme tout non composé dont les constituants résultent en deux langues. Par exemple : base français base arabe / base français base anglais / base anglais base arabe ...etc.

### **2.2.6. La forme syntagmatique :**

La syntagmatique c'est toute combinaison de mots égale ou supérieure à deux unités lexicales, il existe deux types de syntagmatique : les syntagmes simples, et les syntagmes élargis.

## **CONCLUSION :**

Dans cette partie, nous avons traité tous les éléments qui sont en relation avec notre travail, en premier lieu, nous avons parlé de l'enseigne commerciale, nous avons donné leur définition, leur histoire, puis nous avons défini les différents concepts morphologiques de l'enseigne.

---

<sup>1</sup> Aino-Niklas Salminen, Op.cit, p 69.

<sup>2</sup> Jean Dubois, Op.cit, p. 235





## **I/ Nom désignateur et publicitaire commercial :**

### **1. L'analyse publicitaire :**

Il est considéré comme un support d'affichage dans le but d'attirer l'attention des passants et des clients et de les inciter à la recherche d'interprétation et de lecture en orientant leur curiosité afin qu'ils soient pleinement informés.

La marque est choisie avec une grande précision, porteuse d'un sens sémantique, morphologique et purement économique. L'idée de l'économie du langage comme contenu découle du contexte de la définition du signe, qui est un ensemble de symboles, de signes, d'images et de couleurs, tous liés à une méthode de présentation bien définie pour l'installation du signe sur le devant de l'installation ci-dessus. Les commerçants tentent d'exercer une certaine attractivité auprès des clients en créant une structure grammaticale du nom commercial qui dépend du style grammatical et sémantique de l'étiquette.

### **2. Nom désignateur du commerce comme typologie additive**

L'établissement de la relation entre l'étiquette et la chose nommée trouve son origine dans le processus de formation, d'installation et de reconstruction d'une nouvelle unité lexicale. Ces opérations sont effectuées sur des supports de présentation. Par conséquent, les mots uniques pour cette profession sont les noms propres et les noms communs. Ou une activité qui maintient et perpétue son existence symbolique, comme le nom d'un magasin de vêtements et d'un restaurant. De plus, le nom de la marque doit correspondre à une culture locale spécifique, car il s'agit d'un produit de la culture locale, bien qu'il fasse partie d'un domaine scientifique, comme « Coca-Cola », « Pepsi » et les noms de grandes entreprises comme Ray-Ban, Adidas, Influence à la mode, la quête de l'originalité et le désir de changement modulaire.

## 2.1 Le toponyme :

Noms de lieux Des mots grecs « topos », signifiant « lieu » et « onoma », signifiant « nom », la toponymie est l'une des branches mononomiales de l'étude des noms de lieux ; les noms propres désignant des lieux. La toponymie est une science qui vise à étudier la formation et l'évolution des toponymes ou toponymes. C'est aussi une collection de toponymes, de cartes ou de nomenclature d'un pays ou d'une région<sup>40</sup>. Ce dernier est un terme d'origine grecque qui forme « topos », signifiant « lieu », tandis que le mot « onymie », dérivé de « onumus » en « onoma », exprime le mot « nom ». Cette étude nous aide à analyser : (noms de lieux, pays, villes, noms de micro lieux, noms de lieux d'eau, noms de lieux).<sup>1</sup>

## 2.2. Le patronyme :

### 2.2.1. Définitions de « patronymie »

Notre concours de cet été, qui portait sur la paternité, ou l'origine des noms de famille, a reçu une large réponse des lecteurs. Votre participation est énorme, bien plus que les années précédentes, ce qui est déjà important. Nous vous remercions sincèrement. Contrairement à un nom de famille, toute personne porte le nom de son père, d'où l'utilisation du mot « patronyme », qui vient du latin « pater = père ». Un nom paternel est : Un élément d'identification d'une personne, constitué d'un ou plusieurs mots, choisis par les parents, qui peut être le nom du père, de la mère, ou leur nom conjoint. Ainsi, un nom paternel est le nom qui apparaît sur le certificat de naissance d'une personne .Une autre définition selon le dictionnaire CNRTL.FR le patronyme est « Un nom dérivé de celui d'un personnage illustre, et qui sert à désigner les descendants de ce personnage, dans le même sens, usuel. Nom de famille, notamment lorsqu'il est transmis par le père (propos. Au prénom) ».

---

<sup>1</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/Toponymie> Voir 21.05.2022 à 14 :23

De ces définitions, nous apprenons qu'un nom de famille signifie littéralement le nom du père, qui est ensuite donné aux enfants, de génération en génération, et il apparaît après le prénom dans la citoyenneté.<sup>1</sup>

## **II/ Analyse du corpus :**

### **Introduction :**

Ce chapitre est consacré à l'analyse morphosyntaxique de plus de quatre-vingts enseignes commerciales, des noms des magasins cas de la wilaya de Biskra. Pour faire ressortir les types de formation des enseignes tels que :

- Formation simple : (substantif, adjectif)
- Formation dérivée : (préfixée, suffixée)
- Forme composé : (le modèle savant, populaire, hybride).

L'étude vise à classer les noms de notre corpus selon les origines linguistique, à savoir : arabe, française, anglaise et d'autres langues s'il y en a, et leurs formes, puis nous effectuerons le classement formel des noms des magasins de notre corpus.

### **1. L'analyse morphologique :**

Selon J. Dubois : « En grammaire traditionnelle, la morphologie est l'étude des mots (flexion et dérivation), par opposition à l'étude des fonctions en syntaxe » .En linguistique moderne, le mot morphologie a deux significations principales : 1)- La morphologie est la description des règles qui régissent la structure interne des mots, c'est-à-dire les règles de combinaison entre les morphèmes racines pour former des « mots » (mots réguliers). Préfixes et suffixes) et des descriptions des diverses formes que ces mots permettent selon des catégories de nombre, de genre, de temps, de personne, et selon la

---

<sup>1</sup> <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/patronymie#0> Voir le 21.05.2022. à 13 :02

situation (nom ou conjugaison de verbe), plutôt que la syntaxe, il décrit la combinaison de morphèmes lexicaux (morphèmes), radicaux et mots) pour former des phrases.

La morphologie confond alors avec la formation des mots, la flexion et la syntaxe et s'oppose un lexique et à la phonologie. Dans ce cas, on dit plutôt morphosyntaxe.

## 2. CLASSEMENT DES ENSEIGNES :

### 2.1. Nom a forme simple :

Noms à forme simple	Transcription
Julio	/ʒ y.ljo/
Oppo	/ɔ .pɔ /
Adlane	/adlan/
Zina	/zina/
Kanza	/kɛ n.za/
Swatch	/swatʃ /
Jennifer	/dʒ ɛ .ni.fɛ ʒ /
Yasmine	/yasmin/
Angie	/ɑ̃.ʒ e/
Rosa	/ʒ o.za/
Valentina	/Va.lã.ti.na/
Chergui	/ʃ ɛ ʒ .g i/
Condor	/kɔ̃.dɔ ʒ /
Royal	/ʒ wa.jal/
Merci	/mɛ ʒ .si/
Brandt	/Bʁãt/

Lotus	/lo.tys/
Kiabi	/Kjabi/
Palace	/pa.las/
Patchouli	/Pat.ʃ u.li/
Djezzy	/dʒɛ zi/
El Khaima	/a l kh a îma/
Cleopatra	/k lo p atra/
El anis	/a l an is /
j'aime	/jam/
El Rayan	/al ra y an/
La Rosa	/la r o za/

**Tableau 01 : noms à forme simple**

**Commentaire :**

**2.2. Noms à forme dérivée :**

**2.2.1. Dérivation préfixale :**

<b>Dérivée préfixale</b>	<b>Remarque</b>
Supermarché	Ce nom a une base nominale (marché) et que se compose d'un préfixe (super).
Fast food	Fast désigne (rapide en anglais), le food désigne (alimentation).

**Tableau 02 : dérivation préfixale.**

**Commentaire :** à partir de ce tableau ci-dessus, nous avons remarqué qu'un seul dérivé préfixal sur un totale des noms commerciaux dans la ville de Biskra.

### 2.2.2. Dérivation suffixale :

Dérivation suffixale	Remarque
Coiffeur	Est formé d'une base « coiffer »+un suffixe « EUR ».
Bijouterie	Ce nom est formé d'une base « bijoute » + le suffixe « erie ».
Quincaillerie	Le nom est formé « quincaille » + le suffixe « erie ».
Lingerie	On peut observer que ce nom est formé d'une base « ligne »+ un suffixe « rie».
Parfumerie	Ce nom est formé d'une base « parfum » + « le suffixe « erie ».
Tailleur	On observe que le nom tailleur est composé d'une base « tailler » + le suffixe « eur ».
Elégance	Ce nom est formé d'une base « élég » + « ance ».
Mercerie	Ce nom est formé du « merce »+ le suffixe « erie ».
Coutière	Ce nom est formé d'une base « couture » + le nom « ière ».
Boucherie	Est formé d'une base « bouch » et un suffixe « erier ».

Cordonnier	Ce nom est formé d'une base « cordoue » et un suffixe « ier ».
Plombier	Le nom est formé d'une base « plomb » + un suffixe « erie ».
Boulangerie	Est composé d'une base « boulenc » + un suffixe « ier ».
Fleuriste	On observe que le nom fleuriste est formé d'une base « fleur » + un suffixe « iste ».

**Tableau 03 : noms dérivés suffixales.**

**Commentaire :** d'après l'analyse de notre corpus nous avons enregistré 14 enseignes à forme suffixale sur un total de base de 85. Représentant 16.47%.

### 2.3. Nom a forme composé :

Nous présentons dans le tableau les noms à forme composé de notre corpus :

#### 2.3.1. Modèle savant / populaire/ tronqué :

<b>Le modèle savant</b>	<b>Observation</b>
Taxiphone	Ce nom est formé du « taxi » qui est emprunté de latin taxus + phone l'élément phone c'est un élément central.
Auto-école	Ce mot formé d'auto qui est emprunté de grec autos +école c'est le mot central.
<b>Le modèle populaire</b>	<b>Observation</b>



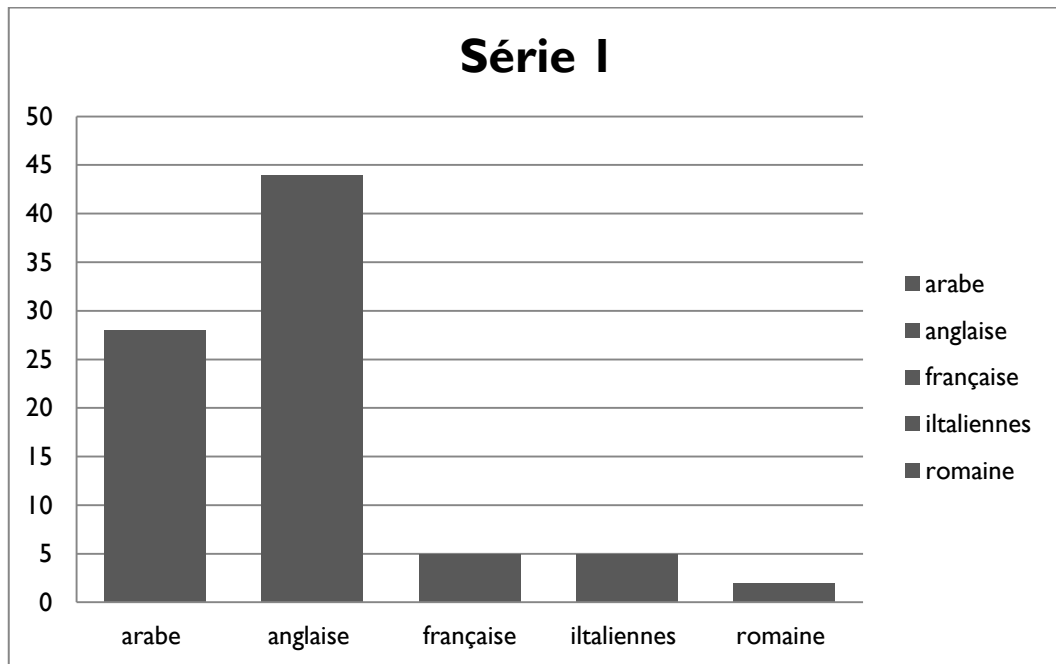
Electroménager	Electroménager est composé de deux mots « électronique » et « ménage».
Centre commercial	Ce nom est composé de centre est l'élément central+ le terme secondaire commercial.
<b>Le modèle tronqué</b>	<b>Observation</b>
Labo photo	Ce nom est formé d'un labo (laboratoire) et photo « photographie » il existe une suppression de la fin de ces mots.
KMS	K désigne (kiosque), le M désigne (multi), et le S désigne (service).
Dar Djedi	Dar désigne (maison en arabe), le Djedi désigne (mon grand-père).

**Lecture du tableau :**

Le classement linguistique des noms de restaurants étudiés a révélé ce qui suit :

- Les noms de restaurants d'origine arabe représentent 28%.
- Les noms d'origine française 5%.
- Les noms d'origine anglaise représentent 44%.
- Les noms d'origine italienne 5%.
- Les noms d'origine roumaine 2%.

Ces chiffres peuvent être présentés comme suit :



**Figure 01 : La forme linguistique des noms selon leurs origine.**

### 3. Analyse sémantique du corpus :

Pour George Mounin la sémantique « partie de la linguistique qui étudie le sens ou le signifié des unités lexicales tantôt en liaison avec leurs signifiants (lexicologie, lexicographie), tantôt en eux-mêmes (c'est alors la néologie) »

On peut dire que l'analyse sémantique est une forme dérivée de la science du langage, qui est l'analyse de la signification des noms. Dans toute étude de nom propre, c'est presque essentiel pour comprendre ce que signifie vraiment chaque nom. Après avoir analysé toute l'ergonomie de notre corpus en termes de morphologie, nous procéderons à une analyse sémantique. Dans la recherche sémantique, le choix des noms n'est jamais aléatoire, car les noms peuvent révéler beaucoup de choses. Les commerçants ont réfléchi au nom qu'ils devraient porter avant d'ouvrir leur magasin et ont fini par en choisir un pour des raisons très précises. Dans cette partie, nous cherchons d'abord la

signification de chaque symbole, puis nous classons ces symboles selon leur origine linguistique.<sup>1</sup>

#### **4. Portée significatifs de quelques enseignes :**

##### **4.1. Les significations des enseignes :**

###### **4.1.1. Les enseignes de marques mondiales :**

❖ Swatch: EST La Marque d'une ligne de montre-bracelet du Swatch Group. Cette marque inventée par Nicolas Hayek en 1983. ❖ KIA : La première syllabe Ki du mot Kia signifie « se révéler au monde », en coréen. La seconde syllabe A est la première lettre du mot Asie. Kia signifie donc « l'Asie se révèle au monde »<sup>39</sup> ❖ LG : qui signifie Lucky-Goldstar est une multinationale sud-coréenne, spécialisé dans l'électronique basé à Seoul.

###### **4.1.2. Noms de métiers :**

❖ Fleuriste: est un artisan spécialisé dans la vente de fleurs et la confection de bouquets de fleurs.

❖ Coiffeur: Personne dont le métier est de couper les cheveux

❖ Tailleur: de tailler avec le suffixe-eur, Celui qui taille des habits, qui fait des vêtements. ❖ Cordonnier : Artisan qui répare, entretient les chaussures.

❖ Couturière: Femme qui exécute des travaux de couture, qui fabrique des vêtements.

#### **4.2. Les patronymes et les anthroponymes :**

---

<sup>1</sup> MOUNIN G. Op, Cit , p 293

Zina : Le prénom Zina est une version dérivée de l'arabe Zéina. Zina a une racine arabe. Ce prénom a le sens de : belle ou jolie. Kanza : Nom propre, de l'arabe qui signifie (trésor). Chergui : nom masculin singulier d'origine arabe dérivé de mot « l'est » Yasmine : est un prénom féminin d'origine persane, de la même origine que le mot (Jasmin), en tant que prénom floral. Adlane : Adlane a une racine arabe. Il a le sens de : la droiture ou juste. Valentina : Origine du latin Valens, signifie « vaillante »<sup>42</sup>. Jennifer : puise ses origines dans le vieux gallois « Gwenhwyfar » qui signifie « claire, douce »<sup>43</sup> Rosa : nom féminin singulier d'origine italienne qui signifie « une fleur » Angie : Le prénom Angie vient du mot grec angelos qui signifie « messenger » Julio : Dérivé du latin Julius, nom d'une famille romaine .descendant d'Iule qui signifie Celui qui crie.<sup>1</sup>

#### 4.3. Divers

❖ Oppo : Electroniques Corp. Est une entreprise chinoise de produits électronique ❖ Djezzy : officiellement optimum télécom Algérie S.P.A opérateur de téléphonie ❖ Royal : de l'ancien Français (roial) sig. Qui appartient ou qui est relatif à un roi ❖ Palace : de l'ancien Français (palais) qui signifie hôtel le plus souvent luxueux ❖ Condor : est une entreprise algérienne spécialisée dans l'électronique, l'électroménager et le multimédia. ❖ Merci : est une formule de remerciement et de politesse, utilisée pour exprimer sa gratitude et sa reconnaissance envers quelqu'un. ❖ Brandt : est une société française d'électroménager, qui signifie Épée. ❖ Lotus : du latin (lotus) qui signifie plante aquatique qui pousse notamment en inde et en Egypte. ❖ Kiabi : est une société de distribution de prêt-à-porter créée en 1978 à Roncq par Patrick Mulliez. Celui qui signifie « qui habille » ❖ Patchouli : plante des régions tropicales il s'utilise dans la parfumerie, dont

---

<sup>1</sup> <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition> Voire le 3.06.2022 à 19 :41.

l'essence est très parfumée. ❖ Supermarché : de super- et marché ; magasin en libre-service assez grand, proposant à la vente des produits alimentaires. ❖ Lingerie : est le terme utilisé pour désigner l'ensemble des sous-vêtements et des vêtements de nuit féminins elle se caractérise par des tissus fins/ lavables/ bordés. ❖ Mercerie : dérivé de mercier ; Magasin qui vend d'éléments de la couture. ❖ Quincaillerie : de quincaillerie ; Magasin où l'on vend des outils/ des vis/ boulons...etc. ❖ Bijouterie : Mot composé de bijou+ erie qui signifie fabrication, vente, industrie des bijoux. ❖ Plomberie : de plomb ; Art de fondre et de travailler le plomb. ❖ Boulangerie : est un type de commerce de détail de fabrication et de vente de pain. ❖ Boucherie: Magasin du boucher, activité commerciale que pratiquent-les Bouchers qui consiste à vendre la viande.<sup>1</sup>

Parfumerie : parfum+erie ; signifié l'art et l'industrie de la fabrication de parfums. C'est aussi le lieu où l'on fabrique ou vend les parfums. ❖ Élégance : du latin [elegantia] qui signifie (Qui sait choisir). ❖ Dégraissage : c'est le fait de Retirer un corps gras de quelque chose. ❖ Electroménager : Secteur économique qui regroupe les appareils ou outils électrique destinés à des besoins domestiques. ❖ Auto-école : est un centre de formation qui enseigne la conduite automobile. ❖ Centre commercial : est une galerie marchande qui abrite un nombre important de magasins de différentes enseignes.<sup>46</sup> ❖ Taxiphone : est un type de magasin comprenant des points d'accès téléphoniques [autrement dit des téléphones publics.] ❖ KMS : ✓ Kiosque : de l'italien (chiosco) qui signifie magasin de vente des journaux ✓ Multi : préfixe qui vient du latin et qui signifie « nombreux » ✓ Service : Travail particulier que l'on doit accomplir. ❖ Labo photo : ✓ Labo : c'est

---

<sup>1</sup> <https://lasignificationprenom.com/brandt/> voire le3.06.2022 à 14 :13.

l'abrégé du mot laboratoire ✓ Photo : vient de mot photographie. ❖ Le bon prix : ✓ Bon : conforme. ✓ Prix : Valeur monétaire d'une chose comme l'euro ou le dollar. ❖ La charmeuse : du latin (carmen) Celui, celle qui séduit, qui sait plaire. ❖ J'adore : du latin (adorare) qui signifie aimer extrêmement. ❖ Prestige femme : ✓ Prestige : [du latin. Praestigium, imposture, illusion]. Attrait, éclat pouvant séduire et impressionner. ✓ Femme : désigne l'être humain de sexe féminin ; le terme s'emploie généralement quand il s'agit d'une adulte. <sup>1</sup>

❖ Chaussure de luxe : ✓ Chaussure : Partie du vêtement qui protège le pied. ✓ Luxe : Caractère de ce qui est coûteux, somptueux ❖ Femme de classe : ✓ Femme désigne l'être humain de sexe féminin ; le terme s'emploie généralement quand il s'agit d'une adulte. ✓ Class : Caractère de ce qui est coûteux, somptueux. ❖ Bazar Miral : ✓ Bazar : origine persane qui signifie marché public. ✓ Miral : c'est un prénom de racine turque qui signifié la petite gazelle ❖ Houssam silver : ✓ Houssam : est un prénom masculin d'origine arabe signifiant « sabre tranchant »<sup>48</sup> ✓ Silver : est un mot anglais signifiant argent, un métal. ❖ Shoes aya : ✓ Shoes : Shoes : nom anglais qui signifie chaussure. ✓ Aya : est un prénom féminin arabe, signifiant « signe, verset du Coran » aussi « la preuve de la puissance de Dieu ». ❖ Prince cosmétique : prince : ✓ Le prénom Prince trouve son origine dans la culture américaine., qui signifié « celui qui porte la flamme » ✓ Cosmétique : Se dit de toute préparation non médicamenteuse destinée aux soins du corps, à la toilette, à la beauté. ❖ Meuble koléa : ✓ Meuble : c'est l'ensemble des

---

<sup>1</sup> <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-du-marketing/1197939-centre-commercial-definitiontraduction-et-synonymes/>  
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/kiosque/> Voir le 04.06.2022 à 8 :20

éléments de mobilier qui sont dans un logement qui sert au confort. ✓

Koléa : est une commune de la wilaya de Tipaza en Algérie, ce nom en arabe

veut dire « Petit fort ».49 ❖ Zaki kids : ✓ Zaki : nom de personne arabe

signifiant intelligent ✓ Kids : de l'anglais qui signifie Enfants.

❖ Casa phone : ✓ Casa : nom féminin singulier d'origine espagnole qui

signifier « maison » ✓ Phone : phone du grec ancien. Appareil utilisé par deux

personnes ou plus, pour mener une conversation à distance. ❖ New mode :

✓ New : de l'anglais qui signifie (neveu). ✓ Mode : du latin (modus) façon,

manière, habitude collective. ❖ Café el Saada : café : ✓ Café : Emprunté au

turc (kahve). ✓ Saada : Prénom d'origine arabe. Signifie : « félicité, bonheur.

❖ Pâtisserie el wifak : ✓ Pâtisserie : est un, activité commerciale ayant trait à

la fabrication et à la vente des gâteaux50 ✓ Wifak : prénom d'origine arabe.

Signifié accord, complicité, alliance. ❖ Sephora cosmétique : ✓ Séphora : Le

prénom féminin Sephora s'inspire du terme hébreu « tsipora » qui signifie «

petit oiseau » ou « oiselle ». ✓ Cosmétique : Se dit de toute préparation non

médicamenteuse destinée aux soins du corps, à la toilette, à la beauté. ❖

Mosaab parfumerie : ✓ Mosaab : Un nom d'origine arabe signifié la

complexité et la difficulté. ✓ Parfumerie : Tlieu où l'on fabrique ou vend les

parfums. ❖ Alpha décoration : ✓ Alpha, du Grec, de l'hébreu aleph, qui est

la première lettre de l'alphabet hébreu, et qui signifie bœuf. Aleph et le terme

grec qui signifie cerf, ont la même origine. ✓ Décoration : Chacun des

éléments qui décore quelque chose, un lieu...etc. ❖ jeje el Rahma : ✓

Boucherie : Magasin du boucher, activité commerciale que pratiquent-les

Bouchers qui consiste à vendre la viande. ✓ Rahma : est un prénom d'origine arabe, qui signifie clémence et bonté.<sup>1</sup>

❖ Racim emballage : ✓ Racim : nom d'origine arabe signifie l'eau courante et pure. ✓ Emballage : Action d'emballer, c'est-à-dire rassembler et recouvrir ou mettre dans un contenant afin de protéger pendant un transport ❖ Izmir textiles : ✓ Izmir : est une ville de Turquie, traditionnellement appelée Smyrne, ses habitants sont les Smyrniotes (İzmirli en turc). ✓ Textiles : Matière filamenteuse susceptible d'être transformée en fil puis en tissu après une préparation spéciale. ❖ Boutique cherry : ✓ Boutique : magasin, partie d'une maison consacrée à un commerce. ✓ Cherry : de l'anglais qui signifie cerise. ❖ Bazar Amira : ✓ Bazar : origine persane qui signifie marché public. ✓ Amira : En arabe, le prénom Amira est la version féminine de Amir (prince) et signifie donc « princesse ». ❖ Style woman : ✓ Style : style : du latin (stilus) qui signifie type, genre affectueux. ✓ Woman : de l'anglais qui signifie femme. ❖ Youcef make up : ✓ Youcef : Un nom masculin d'origine hébraïque, et c'est le nom de notre prophète qui signifie « Dieu ajoute » en hébreu. ✓ Make up : Le nom vient de l'anglais « make-up » qui signifie maquillage. Ensemble des artifices utilisés pour rendre son visage plus joli. ❖ World électro : ✓ World : de l'anglais qui signifie monde ✓ Électro : les appareils ou outils électrique destinés à des besoins domestiques. ❖ Boutique Queen : ✓ Boutique : magasin, partie d'une maison consacrée à un commerce. ✓ Queen : vient de l'anglais qui signifie reine. ❖ Moda shoes : ✓ Moda : de l'espagnole qui signifie mode. ✓ Shoes : nom anglais qui signifie chaussure.

---

<sup>1</sup> <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/p%C3%A2tisserie/58672> Voir le 04.06.2022 à 15 :19



❖ Rahal tissus : ✓ Rahal Le nom de famille désigne en arabe un voyageur ou un pèlerin. ✓ Tissus : Participe passé de l'ancien français (tistre), matériau Constitué de fils entrelacés. ❖ Rahma décoration : ✓ Rahma : est un prénom d'origine arabe, qui signifie clémence, bonté. ✓ Décoration : Chacun des éléments qui décore quelque chose, un lieu...etc. ❖ Selma collection : ✓ Selma : est un prénom d'origine arabe. Il est extrait du mot « sèlèm » qui signifie paix. ✓ Collection : du latin (collectio) qui signifie réunion de plusieurs objets qui ont ensemble quelque rapport. ❖ Boutique chic : ✓ Boutique : magasin, partie d'une maison consacrée à un commerce. ✓ Chic : de l'anglais qui signifié : Elégant. ❖ Güzel make up : ✓ Güzel de turque qui signifié belle. ✓ Make up : Le nom vient de l'anglais « make-up » qui signifie maquillage. Ensemble des artifices utilisés pour rendre son visage plus joli. ❖ Star télécom : ✓ Star : vient de l'anglais qui signifie étoile. ✓ Télécom : forme abrégée de mot télécommunication de communication avec le préfixe télé-. Qui signifie transmission, émission et réception à distance de signes, d'images, par fil radioélectricité, optique ou autres systèmes. ❖ Bijouterie layan : ✓ Bijouterie Mot composé de bijou+-erie, qui signifie fabrication, vente, industrie des bijoux. ✓ Layan : Origine arabe qui veut dire doux. En arabe on dit layin qui veut dire maniable. ❖ Bazar : d'origine arabe qui signifie marché public. ❖ Cafétéria : de l'italien (cafeteria) Etablissement ouvert au public ayant pour principale vocation la consommation de café et autres boissons.

#### 4.5. Restaurants /Pizzéria :

□ Damasco : nom, masculin, singulier, d'origine arabe, qui signifie «la capitale de la Syrie» □ Vescera : nom féminin singulier d'origine roumaine, qui signifie « station » ou « endroit » d'échange commercial et l'ancienne appellation de la

wilaya de Biskra □ Napolita : nom féminin singulier d'origine italienne composé de deux unités : de nom « napolé » et de morphème « ta » : désigne que le mot est au féminin □ Napoli qui signifie une ville italienne □ Hashtag : nom masculin singulier vient de l'anglais « hash » signifiant « dièse », et « tag » signifiant mot, désigne un mot-clé » préfixé par le sigle # (dièse). S'emploie exclusivement sur le support électronique, sur réseaux sociaux (twitter) □ Benani : patronyme masculin singulier d'origine arabe □ Doubara : nom féminin singulier d'origine arabe qui signifie un plat traditionnelle de la wilaya de Biskra « est une soupe épicée, préparée à base de pois chiches et de fèves et arrosée d'huile d'olive. »

□ Harim El Sultane : □ Harim : nom, masculin, singulier, d'origine arabe, qui signifie « femmes, épouse ». □ El Sultane : nom défini, masculin, singulier, d'origine arabe, qui signifie « dominant ». □ Dar Djedi : □ Dar : est un mot arabe, signifiant « maison » □ Djedi : est un mot arabe, signifiant « grand père » □ KhaimatZrari ; □ Khaimat :khaima ; la tente □ T : morphème, arabe, désigne le féminin.

## CONCLUSION :

Dans cette partie nous avons fait une analyse morphologique et syntaxique de notre corpus, ensuite nous avons classé les enseignes par catégorie comme (nom simple, complexe, l'emprunt...etc.). Puis nous avons étudié la signification de chaque enseigne et nous avons constaté que les enseignes de notre corpus renvoient à différentes catégories thématiques tell (anthroponymes, des marque mondiales, noms de métiers...etc.). D'après l'interprétation de ces enseignes, e s : nous avons enregistré la présence des différentes langues dans notre corpus.

*Conclusion générale*

Ce mémoire vise à répondre à notre question de recherche « Quelle sont les particularités des noms des magasins de la ville de Biskra ? ». Autrement dit, comment formés ces noms ? Quelles sont leurs origines ? Et quelles sont leurs vraies significations ? » Rechercher dans notre corpus la forme lexicale, l'origine linguistique et la signification des noms. Enfin, nous soutenons qu'au moyen de la reformulation Il convient de en effet, après avoir dans un premier temps fait référence aux différentes définitions et concepts du chapitre 1, nous donnons la définition des symboles et un aperçu historique des symboles et de leurs fonctions, nous avons défini toutes les Formations : Formes Simples, Formes Dérivées , formes composées, formes empruntées et hybrides Dans le chapitre 2, nous menons une étude morphologique d'un grand nombre d'enseignes de commerces de la ville de Biskra, qui fait apparaître les morphologies suivantes :

- Les noms simples : 21/85. [24.70%].
- Les noms dérivés : 16/85. [18.82%].
- Les noms composés : 16/85.
- L'hybride : 30/85. [35.29%].
- L'emprunt : 02/85. [2.35%]. [18.82%].

On classe chaque forme dans un tableau avec la transcription phonétique de chaque nom, on remarque que la forme principale est la forme mixte 30/85 avec un ratio de 35,29%, après on a le nom simple, cette catégorie a deux sous-catégories ; Pour les noms et adjectifs nous avons enregistré 21/85, soit un ratio de 24,70 %. La forme de dérivation a trois dérivations ; préfixe, suffixe, dérivation parasynthétique avec un rapport de 18,81 %, dérivation 16/85. Sous forme composée, nous avons 16 noms composés avec un ratio de 18,81%, et pour les prêts nous enregistrons 2/85 avec un ratio de 2,35%. Les études sémantiques permettent d'interpréter tous les noms du corpus et d'identifier la signification de chaque nom. Cela nous amène à catégoriser les

noms selon le sujet auquel ils se réfèrent. Nous avons remarqué une prédominance des noms qui renvoient à divers thématiques avec 67 noms, suivis des noms qui renvoient à l'anthroponymie avec un nombre de 10 noms, aussi nous avons enregistré 5 enseignes renvoient aux noms de métiers. Et pour les noms de marque mondiale, nous avons trouvé 3 noms.

Sur la base également de l'analyse sémantique de ces noms, nous avons des langues dans notre corpus. La langue dominante est le français avec 36 noms, suivi de l'hybride avec 30 noms, suivi de l'anglais avec 7 noms, et enfin de l'arabe avec 6 noms et 6 noms d'autres lagon. L'analyse a abouti aux conclusions suivantes :

- La plupart des enseignes de la ville de Biskra sont des enseignes mixtes. Les origines linguistiques des noms de magasins dans Bisque sont le français, l'arabe, l'anglais et d'autres langues. Ra parle des dialectes.
- Les noms de magasins à Biskra peuvent avoir plusieurs significations, certains peuvent faire référence à des personnes ou à des marques mondiales.
- Par conséquent, nous pouvons dire que toutes les hypothèses faites au début sont confirmées. Au final, nous espérons que cette étude sur les enseignes de la ville de Biskra ouvrira une voie et contribuera à d'autres études de suivi, et nous espérons que notre étude aura identifié toutes les questions posées au départ.

# **Bibliographie**

## I. Ouvrage:

- Alise Lehmann, François Martin-Berthet, « *introduction à la lexicologie sémantique et morphologie* », 2<sup>ème</sup> édition, Armand colin, 2005.
- Baylon, Christian et Paul FABRE. « *Les noms de lieux et de personnes* ». Paris, Ed. Nathan.1982.
- Camp roux, Ch. « *Introduction : Les noms de lieux et de personnes de Christian BAYLON et Paul FABRE* » .Ed. Nathan, Paris, 1982.
- Ferdinand, Brunot. « *LA Pensée et la langue* », 3<sup>e</sup> éd., Paris, 1936.
- Grevisse Maurice, « *Le bon usage* », 11<sup>e</sup> édition Duculot, Paris, 1980.
- HOMET Jean-Marie, « *Les enseignes* », cité par DUMONT Myriam, Les enseignes de Dakar.
- Johanne, « *La formation des mots en français moderne* », traduction d'André clas, les presses de l'université de Montréal, Québec, 1987.
- Marouzeau, J. « *Lexique de la terminologie linguistique* », Paris, 2<sup>e</sup> éd, article «Onomastique»1943.
- Mitterrand H. « *Les mots français, coll. Que sais-je ?* », Édition PUF, Paris, 1972,
- **Sociolinguistique africaine**. L'harmattan, 1998.
- M, Wilmet, « *la grammaire française* ».

## II. Dictionnaires : .

- Dictionnaire de la linguistique, p 446.
- DUBOIS Jean, « *Dictionnaire de linguistique et des Sciences du langage* », Larousse, Paris, 2001.
- Le lexis, « *Dictionnaire de la langue Française* », 1989
- Larousse de la langue française .Lexis, paris, 1979 p.1280
- MOUNIN G., Dictionnaire de la linguistique, Quadriga : Presses Universitaires de France, 1974 p 293 In, « *Elément de linguistique générale* ».

### III. Articles :

- In, « *Élément de linguistique générale* ».
- Voir notamment Vaxelaire, « *Le nom propre en contexte – une approche lexicologique* », [en ligne], disponible sur <http://perso.univlyon2.fr/~thoiron/JS%20L.T%202005/pdf/Vaxelaire>. PDF ; ainsi que l'article de R. François, 1983.

### IV. Sitographies :

- <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/patronymie#0>
- <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/coiffeur/>  
<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/cordonnier>  
<https://madame.lefigaro.fr/prenoms/prenom/fille/valentina#:~:text=Tr%C3%A8s%20peu%20pris%C3%A9%20au%20XXe,valens%2C%20signifie%20%22vaillante%https://www.parents.fr/prenoms/jennifer-44214>  
<https://www.babyfrance.com/fr/outils/guide-prenoms/16779-julio>
- <https://lasignificationprenom.com/brandt/>
- <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-du-marketing/1197939-centre-commercial-definitiontraduction-et-synonymes/https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/kiosque/>



# **Annexes**



housssem silver 995





















Annexes



Annexes







## Résumé :

Cet article vise à mener une analyse sémantique morphologique des noms de magasins dans la ville de Biskra. À cette fin, nous avons identifié plus de 80 noms de magasins à Wilaya. Après avoir d'abord donné des définitions liées aux concepts symboliques, nous commençons à analyser les dictionnaires (corpus collectés) pour les classer selon leur morphologie (simple, dérivée, composée, etc.). Enfin, nous avons effectué une analyse sémantique pour identifier la signification de chaque nom, ce qui nous a permis de classer les noms selon le sujet auquel ils appartenaient et leur origine linguistique.

Mots clés : enseigne commercial, analyse morphologique, analyse sémantique.

## ملخص:

تهدف هذه المقالة إلى إجراء تحليل دلالي صرفي لأسماء المتاجر في مدينة بسكرة . ولذلك قمنا ، بتحديد أكثر من 80 اسما في ولاية بسكرة بعد إعطاء التعريفات المتعلقة بالمفاهيم الرمزية أولاً ، بدأنا في تحليل القواميس (جمع البيانات ) و تصنيفها وفقاً لتشكلها (بسيط ، مشتق ، مركب ، إلخ). في الأخير ، أجرينا تحليلاً دلاليًا لتحديد معنى كل اسم ، مما أتاح لنا تصنيف الأسماء وفقاً للموضوع الذي تنتمي إليه وأصلها اللغوي.

الكلمات المفتاحية: اسم تجاري ، التحليل الصرفي ، التحليل الدلالي.