



*République Algérienne Démocratique et Populaire*  
*Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique*  
*Université Akli Mohand Oulhadj – BOUIRA*  
*Faculté des Lettres et des Langues*  
*Département des Lettres et Langue Française*



## **Mémoire de Master II**

**Domaine** : Lettres et Langues  
**Filière** : Langue Française  
**Spécialité** : Sciences du Langage

**Présenté par : M. BOUKRIF Bilal**

**M. BENMIRA Ayoub**

## **Analyse des surnoms et des sobriquets dans le milieu sportif**

**Membres du jury :**

**President** : Keciri Rachid, M.A.A. Université de Bouira.

**Examinatrice** : Ait Ben Hemmou Lynda, M.A.A. Université de Bouira.

**Rapporteur** : Miloudi Jugurta, M.C.A. Université de Bouira.

**2024-2025**

**Année universitaire : 2024/2025**

# **Remerciement**

*Nous souhaitons tout d'abord exprimer notre profonde gratitude à Dieu, le Tout-Puissant et le Miséricordieux, pour la force, la persévérance et la patience qu'Il nous a accordées tout au long de la réalisation de ce travail.*

*Nous tenons à adresser nos remerciements les plus sincères à monsieur Miloudi Jugurta, pour son encadrement précieux, sa disponibilité constante et la qualité de ses conseils qui ont grandement contribué à l'aboutissement de ce mémoire.*

*Nous remercions, pour leurs précieux conseils, Mme Ait Ben Hamou et M. Keciri qui ont accepté d'examiner ce travail.*

*Nous adressons également nos sincères remerciements à tous les enseignants du département de français, pour la qualité de leur enseignement et leur accompagnement tout au long de notre parcours.*

*Nous tenons à exprimer une pensée particulière et émue à Madame Hebib, véritable figure maternelle au sein du département, à qui nous souhaitons un prompt rétablissement, avec l'espoir que Dieu lui accorde santé et réconfort.*

## **Dédicaces**

*Je dédie ce modeste travail à ma mère qui m'a donné toute la force et l'amour dont j'ai besoin, encore plus celle qui m'a implanté de la patience pour que je fasse ce travail.*

*Je le dédie également pour toute ma famille qui m'a porté soutien durant mon parcours universitaire.*

***Bilal***

*Je tiens à dédier ce travail à ma famille qui m'a soutenu tout au long du parcours universitaire et m'a accordé de la force et de la patience dont j'ai besoin pour accomplir ce travail.*

***Ayoub***

## *Liste des figures*

<i>01</i>	<b>Figure 1 : procédés de formation avant 2000</b>	94
<i>02</i>	<b>Figure 2 : procédés de formation après 2000</b>	94
<i>03</i>	<b>Figure 3 : typologies des surnoms et des sobriquets avant 2000</b>	96
<i>04</i>	<b>Figure 4 : typologies des surnoms et des sobriquets après 2000</b>	96
<i>05</i>	<b>Figure 5 : Fonctions dominants et surnom et dispositif de légitimation</b>	97

# I. Introduction générale

Depuis toujours, les êtres humains ont donné des noms supplémentaires aux personnes qui les entourent. Ces noms, qu'on appelle surnoms ou sobriquets, permettent de distinguer quelqu'un, de mettre en valeur un trait de caractère, une origine, ou encore un fait marquant. Déjà dans l'Antiquité, les Grecs et les Romains utilisaient des appellations comme « Alexandre le Grand » ou « Scipion l'Africain » pour désigner non seulement des individus, mais aussi ce qu'ils représentaient. Au fil des siècles, dans les villages, les armées, ou les cours royales, les sobriquets ont continué à jouer ce rôle de résumé identitaire, parfois valorisant, parfois moqueur.

Avec l'arrivée des médias modernes (presse, radio, télévision), puis des réseaux sociaux, ces formes de dénomination ont pris encore plus d'importance, surtout dans le domaine du sport. Les sportifs, souvent très exposés médiatiquement, deviennent des personnages publics dont l'image se construit aussi à travers les mots qu'on utilise pour les désigner. Des noms comme « Zizou », « The King », « La Foudre » ou « Air Jordan » ne sont pas seulement des surnoms : ils sont devenus des marques, des symboles et parfois des légendes. Ils permettent au public d'identifier rapidement un style de jeu, une attitude ou une performance. Ils sont répétés dans les journaux, les commentaires de match, les réseaux sociaux, et jusque sur les produits dérivés (maillots, chaussures, parfums, etc.).

Mais ces surnoms ne sont pas choisis au hasard. Ils obéissent à des logiques linguistiques, culturelles et sociales précises. Ils peuvent être affectifs (comme « Zizou »), spectaculaires (« The Flash »), guerriers (« The Warrior »), ou stratégiques (« CR7 » comme une marque déposée). Ils disent quelque chose non seulement du sportif, mais aussi de la société qui les produit : ce qu'elle admire, ce qu'elle attend, ce qu'elle veut raconter. Le surnom devient donc un objet de langage riche, qui mérite une étude sérieuse.

Dans le monde du sport moderne, les athlètes ne sont plus seulement jugés sur leurs performances physiques : ils sont aussi évalués, commentés et parfois même

« mis en scène » à travers les discours qui les entourent. Les surnoms et sobriquets qu'on leur attribue jouent un rôle central dans cette construction médiatique et symbolique. À la fois outils d'identification, formes de valorisation ou de simplification, ces appellations condensent des récits entiers en un seul mot ou une expression.

Dans ce travail, nous allons analyser les surnoms et sobriquets donnés aux sportifs en nous appuyant sur les outils des sciences du langage. Nous verrons comment ces formes sont construites (lexique, figures de style, syntaxe et onomastique), comment elles circulent (médias, supporters, réseaux sociaux), et quels effets elles produisent (identification, admiration, marchandisation). Il s'agira de comprendre en quoi le surnom sportif n'est pas seulement une appellation originale, mais aussi un outil de communication, un vecteur d'identité et parfois une arme symbolique dans l'univers très compétitif du sport moderne

Notre problématique se compose de plusieurs questions, qui visent à éclairer les mécanismes linguistiques et sociaux à l'œuvre dans l'usage des surnoms et sobriquets dans le sport. Il s'agit d'abord de définir ces deux notions dans une perspective linguistique, en mettant en évidence leurs spécificités respectives. Ensuite, l'analyse portera sur les procédés de formation de ces désignations – qu'il s'agisse d'abréviations, de métaphores, d'hyperboles ou encore de références culturelles – afin de comprendre les logiques de création qui les sous-tendent. Une attention particulière sera accordée aux effets que ces surnoms produisent sur la perception des sportifs, aussi bien par le public que par les médias. Il conviendra également de montrer comment ces appellations participent à la construction d'une identité, qu'elle soit médiatique, commerciale ou symbolique. Dans cette optique, nous chercherons à comprendre les usages stratégiques des surnoms dans le cadre du marketing sportif, des réseaux sociaux et de la communication personnelle des athlètes. Enfin, nous explorerons les enjeux identitaires que peuvent soulever ces désignations.

Cette étude vise à définir précisément, dans une perspective linguistique, les notions de surnom et de sobriquet en mettant en lumière leurs distinctions fondamentales. Elle s'intéresse également aux procédés de formation linguistique et stylistique de ces désignations dans le domaine sportif, notamment les abréviations, métaphores, hyperboles ou références culturelles. L'analyse porte sur les effets que ces surnoms et sobriquets produisent sur la perception des sportifs, tant auprès du public que des médias, et sur leur rôle dans la construction d'une identité médiatique, commerciale et symbolique. Par ailleurs, cette recherche explore les usages stratégiques des surnoms dans le marketing sportif, la communication personnelle des athlètes et les réseaux sociaux. Enfin, elle examine les enjeux identitaires et les tensions potentielles générées par ces désignations, qui participent à la fois à la valorisation et à la stigmatisation des sportifs.

**Limites et manques :**

- Articles de presses payants
- Manque d'exemples algériens a cause d l'absence sur notre terrain de recherche

Notre travail s'appuie sur les approches clés suivantes :

- **Empirico-inductive** : La démarche empirico-inductive a été choisie afin de fonder l'analyse sur des données concrètes issues du milieu sportif, évitant ainsi toute hypothèse préalable non vérifiée.
- **Compréhensive** : L'approche compréhensive vise à comprendre ce phénomène dans son contexte spécifique, en prenant en compte les dimensions sociales et médiatiques qui l'entourent.
- **Qualitative-quantitative** : une analyse qualitative et quantitative permet de combiner l'étude des occurrences et des tendances avec une interprétation approfondie des significations.
- **Descriptive et analytique** : la méthode descriptive et analytique offre un double regard : décrire précisément le corpus des surnoms et sobriquets, puis l'examiner selon des cadres théoriques adaptés.

Dans l'introduction, nous allons donner un contexte historique au sujet de notre travail. Ensuite, nous allons entamer le premier chapitre qui va comprendre les notions de base et les supports théoriques sur lesquelles on va se baser dans notre mémoire et les définir en tentant d'apporter un maximum de précisions contextuelles, afin de faire l'analyse de notre corpus dans le chapitre qui va suivre. Enfin, en adaptant les différentes approches théoriques mentionnées dans le premier chapitre, nous allons procéder à les mettre en activité dans la partie pratique, dans laquelle nous allons analyser les surnoms et sobriquets avec les disciplines linguistiques mentionnées dans la partie théorique.

## II. Cadre théorique

### Introduction :

Le sport, dans ses multiples disciplines, est bien plus qu'un simple domaine de performance physique : c'est aussi un univers de signes, de discours et de représentations. Parmi les éléments symboliques qui circulent dans ce milieu, les surnoms et sobriquets donnés aux athlètes occupent une place centrale. Ces formes nominales, souvent marquantes et chargées de sens, ne sont jamais neutres : elles disent quelque chose de la personnalité du sportif, de son style de jeu, de son histoire ou de la manière dont il est perçu par les médias et les supporters. Elles fonctionnent à la fois comme marqueurs identitaires, vecteurs de reconnaissance et parfois outils de narration médiatique.

Pour mieux comprendre la nature, la structure et les fonctions de ces surnoms et sobriquets, dans ce chapitre théorique on va commencer par définir le nom propre, le pseudonyme, le surnom et le sobriquet. En s'appuyant sur plusieurs outils issus des sciences du langage notamment la morphosyntaxe nous aidera à analyser la structure grammaticale de ces formes (construction nominale, usage de l'article ou syntaxe réduite). L'analyse lexicale sémantique s'intéressera au choix des mots utilisés, à leur sens propre ou figuré, et aux réseaux d'associations qu'ils activent. Enfin, les figures de style (comme la métaphore, l'antonomase ou l'hyperbole) seront étudiées pour comprendre les procédés expressifs qui renforcent la portée symbolique de ces appellations.

Ce cadre théorique a pour objectif de fournir les fondations nécessaires à une analyse fine des surnoms sportifs, en les considérant non pas comme de simples étiquettes, mais comme de véritables objets langagiers, porteurs d'enjeux discursifs et identitaires.

### 1. Le nom propre

Le terme « nom propre » provient du latin *nōmen proprium*, où *nōmen* signifie « nom » et *proprium* dérive de *proprius*, c'est-à-dire « ce qui appartient en propre ». Cette construction s'oppose dans la grammaire latine classique à *nōmen appellātivum*, ou nom commun. Le *nomen proprium* sert à désigner un référent unique dans une classe d'objets, souvent un individu, un lieu ou une entité singulière. Selon Alain Rey : « *Le nom propre vient du latin *nomen proprium*, qui signifie littéralement “nom propre à quelqu'un”, par opposition au nom commun* » (2016).

Le nom propre est une catégorie grammaticale dont la fonction principale est d'identifier de manière unique un être, un lieu, un objet ou un événement, sans le définir par des traits descriptifs généraux. Contrairement au nom commun, qui classe les référents en fonction de leurs propriétés partagées, le nom propre désigne directement un référent particulier, que celui-ci soit réel ou fictif. Il sert à le reconnaître dans un contexte donné, à l'intérieur d'une communauté linguistique et culturelle. En onomastique, le nom propre est un élément de désignation codifié culturellement qui permet de distinguer un individu ou un lieu dans une société donnée. Il est porteur d'histoire, de tradition, et de représentations collectives. Pour Benveniste « *Le nom propre n'a pas de signification, il a une référence : il renvoie à un être singulier que la communauté désigne par convention.* » (1974 : p 286).

## **1.2 Caractéristiques grammaticales**

Le nom propre se reconnaît à plusieurs traits formels distinctifs. Il commence toujours par une majuscule, marquant sa fonction d'identification. Il est généralement invariable, c'est-à-dire qu'il ne varie pas en genre ni en nombre (ex. : Victor Hugo, Paris), sauf dans certains cas d'emprunts ou d'adaptations stylistiques (les Dupont pour désigner une famille) Selon Alain Rey : « *Les noms propres ne subissent généralement pas de flexion en nombre ou en genre, ce qui renforce leur fonction de désignation unique.* » (Dictionnaire historique, 2016 : p. 1503). Il s'utilise sans déterminant, sauf dans des contextes particuliers, tels que des titres d'œuvres (La Joconde), certains toponymes

(Le Portugal), ou encore des expressions emphatiques ou comparatives (le Mozart du tennis).

### **1.3 Types des noms propres**

Les noms propres peuvent être classés en plusieurs catégories selon la nature du référent qu'ils désignent. Cette typologie permet de mieux comprendre la diversité des fonctions dénominatives dans le langage.

#### **1.3.1 Anthroponymes**

Le mot « anthroponyme » est issu du grec ancien *ánthrōpos* (ἄνθρωπος), qui signifie « être humain », et *ónoma* (ὄνομα), signifiant « nom ». La combinaison des deux racines donne littéralement « nom d'homme » ou « nom de personne ». Ce terme est un néologisme savant forgé au XIXe siècle pour désigner les noms propres appliqués aux individus (prénom, nom de famille, pseudonyme, etc.). Nicole Catach précise : « L'anthroponyme, du grec *ánthrōpos* (“homme”) et *ónoma* (“nom”), désigne tout nom propre attribué à une personne physique » (Les noms propres, Que sais-je ?, PUF, 2000). L'étymologie met donc en lumière la dimension humaine de la dénomination individuelle.

Les anthroponymes désignent les êtres humains à travers des prénoms, des noms de famille, des pseudonymes, des noms d'artistes ou encore des sobriquets. Ils individualisent une personne au sein d'un groupe social. Par exemple, Simone de Beauvoir est un anthroponyme complet.

#### **1.3.2 Toponymes**

Le terme « toponyme » provient de la racine grecque *tópos* (τόπος), signifiant « lieu », combinée à *ónoma* (ὄνομα), « nom ». La construction signifie littéralement « nom de lieu ». Ce mot est apparu dans la terminologie géolinguistique au XIXe siècle pour désigner les désignations géographiques : noms de villes, de montagnes, de rivières, etc. Jean Gourc explique : « *Le toponyme est formé du grec *topos* (“lieu”) et *ónoma* (“nom”), désignant un nom de lieu* » (Linguistique et toponymie, 1995 : p. 22).

Les toponymes sont les noms propres qui désignent des lieux géographiques : continents (Afrique), pays (Argentine), villes (Tokyo), régions naturelles (les Alpes), mers ou fleuves (la Seine). Ils servent à localiser les événements ou les entités dans l'espace. Certains toponymes incluent un déterminant lexicalisé (la Manche, le Danube).

### **1.3.3 Ergonymes**

Le mot « ergonyme » dérive du grec érgon (ἔργον), qui signifie « travail » ou « œuvre », associé à ónoma (ὄνομα), « nom ». Il s'agit donc littéralement d'un « nom de travail » ou « nom d'activité ». Ce néologisme désigne les noms propres appliqués à des entités collectives ou commerciales : entreprises, associations, marques. Bien que moins fréquent dans l'usage courant, il est utilisé en onomastique sociale. Pierre Lamblin dit dans son ouvrage « *Introduction à l'onomastique* » : « *L'ergonymie, branche récente de l'onomastique, étudie les noms propres attribués à des groupes humains dans le cadre d'une activité collective* » (2001 : p.69). L'étymologie souligne le lien entre dénomination et activité sociale ou productive.

Les ergonymes désignent des noms propres appliqués à des entités institutionnelles ou commerciales créées par l'humain, telles que des entreprises, des marques ou des organes de presse. Exemples typiques : Google, IKEA, Le Monde. Certains auteurs incluent également les titres de franchises culturelles (Star Wars).

### **1.3.4 Théonymes**

Le terme « théonyme » est formé à partir du grec theós (θεός), qui signifie « dieu », et ónoma (ὄνομα), « nom ». Ce composé signifie littéralement « nom de dieu ». Il est utilisé pour désigner les noms propres attribués aux divinités dans les mythologies, religions ou cosmologies. Le terme s'emploie aussi bien pour les panthéons polythéistes (Zeus, Isis, Thor) que pour les religions monothéistes (YHWH, Allah, Dieu). Comme le rappelle Michel Olender dans son ouvrage « *Les langues du Paradis* » : « *Le théonyme, issu de theos et onoma, est le nom propre d'un être divin, marqué par la sacralité et la fonction rituelle* » (1989 : p.46). L'étymologie indique ici la charge symbolique et religieuse liée à ces noms.

Les théonymes désignent des divinités, des entités religieuses ou spirituelles. Ils sont porteurs de significations culturelles profondes et sont souvent entourés de marques de respect ou de sacralité. Exemples : Zeus dans la mythologie grecque, Allah dans l'islam, Yahvé dans la tradition hébraïque. Ces noms propres ont une forte charge idéologique et rituelle.

### **1.3.5 Cosmonymes**

Selon le dictionnaire du site « *La langue française* » Le mot « cosmonyme » combine le grec *kósmos* (κόσμος), « monde, univers », et *ónoma* (ὄνομα), « nom ». Ce terme désigne les noms donnés à des entités célestes ou cosmiques : étoiles, planètes, constellations, galaxies. C'est un néologisme utilisé dans l'onomastique astronomique. La racine *kósmos* évoque à la fois l'ordre et la totalité de l'univers, comme dans le mot « cosmologie ». On peut rapprocher cette formation de l'usage dans les sciences : cosmonymie étant parfois utilisée pour désigner les conventions de nommage en astronomie. L'étymologie signale une fonction de classement et de structuration du ciel par le langage.

Les cosmonymes désignent des éléments de l'univers : planètes (Mars), étoiles (Sirius), galaxies (Andromède) et constellations (Orion). Ils sont utilisés en astronomie pour nommer des objets célestes uniques ou perçus comme tels. Certains ont une origine mythologique, d'autres résultent de conventions scientifiques modernes.

### **1.3.6 Chrononymes**

Le terme « chrononyme » dérive du grec *khronos* (χρόνος), signifiant « temps », et *ónoma* (ὄνομα), « nom ». Il désigne les noms donnés à des périodes historiques, des époques, des événements temporels marquants (par exemple : « l'Occupation », « Mai 68 », « l'Ancien Régime »).

Jean-Noël Jeanneney souligne l'importance des chrononymes dans la mémoire collective : « *Ces noms du temps, les chrononymes, façonnent notre perception de l'histoire et structurent la mémoire publique* » (L'Écho du siècle, 1999 : p.57).

Les chrononymes sont des noms propres servant à désigner des périodes ou des événements historiques dotés d'une forte signification collective. Exemples : la Révolution française, Mai 68, la Belle Époque. Ces noms figent des représentations temporelles et culturelles spécifiques, souvent associées à des mémoires collectives.

#### **1.4 Le pseudonyme**

Le terme pseudonyme trouve son origine dans le grec ancien pseudōnymos (ψευδώνυμος), qui signifie littéralement « faux nom ». Il est composé de ψευδής (pseudes), signifiant « mensonger » ou « trompeur », et de ὄνομα (ónoma), qui signifie « nom ». Cette construction renvoie donc à l'idée d'un nom qui n'est pas celui de naissance, mais choisi ou adopté dans un but particulier, généralement pour masquer l'identité véritable de son porteur. Attesté en français dès le début du XVIIIe siècle, le mot pseudonyme s'inscrit dans une tradition culturelle et littéraire où l'anonymat ou l'altération volontaire de l'identité joue un rôle stratégique : que ce soit pour des raisons de sécurité, de liberté d'expression ou de construction d'une image publique. Des figures emblématiques telles que Voltaire témoignent de l'usage ancien et réfléchi du pseudonyme dans le champ littéraire.

Le pseudonyme est un nom choisi et utilisé par une personne pour remplacer son nom véritable dans le but de dissimuler son identité ou de se créer une nouvelle image. Cette pratique permet de protéger la vie privée, d'adopter une identité artistique ou professionnelle distincte, ou encore d'exercer une activité sans être directement associé à son nom d'origine. Contrairement au surnom, qui est souvent attribué par l'entourage et repose sur une caractéristique personnelle, le pseudonyme est généralement adopté volontairement par son porteur et traduit une volonté de contrôle sur la perception sociale. Selon Jean-François Chiantaretto « *Le pseudonyme est une figure de la division du sujet : il dit un rapport au nom, et à travers lui, un rapport à la langue et au désir.* » (Le pseudonyme, fiction de soi, PUF, 2002, p. 14).

#### **1.4.2 Types de pseudonymes :**

##### **1.4.2.1 Pseudonyme littéraire**

Ce type de pseudonyme est fréquemment utilisé par les écrivains qui souhaitent publier leurs œuvres sous un nom différent pour des raisons variées telles que le désir d’anonymat, la protection face à des préjugés sociaux, ou la création d’une identité littéraire singulière. Par exemple, Yasmina Khedra est le pseudonyme Mohammed Moulessoul, choisi pour contourner les contraintes de son époque.

#### **1.4.2.2 Pseudonyme artistique**

Les artistes, musiciens, comédiens adoptent souvent un pseudonyme pour créer une identité scénique ou artistique plus marquante que leur nom réel. Ce nom d’emprunt facilite la construction d’une image publique originale et reconnaissable, comme c’est le cas de Lady Gaga pour Stefani Germanotta.

#### **1.4.2.3 Pseudonyme professionnel**

Dans certains domaines comme le journalisme, la politique ou le sport, le pseudonyme peut être utilisé pour des raisons de sécurité, de confidentialité ou pour des stratégies de communication. Il permet de dissocier l’activité publique de la personne réelle et d’optimiser la reconnaissance sociale, tout en assurant une protection en cas de situations délicates.

#### **1.4.2.4 Pseudonyme numérique**

Avec les espaces virtuels, les pseudonymes numériques, souvent appelés noms d’utilisateur ou « avatars », sont devenus essentiels pour interagir sur internet. Ils offrent une forme de liberté d’expression et permettent de créer une identité virtuelle distincte de la vie privée, que ce soit sur les réseaux sociaux, les forums ou dans les jeux en ligne.

## **2. Le sobriquet**

Le sobriquet est défini comme un nom propre ou un nom commun employé pour désigner une personne, un groupe ou une entité, au lieu de son nom officiel, et qui se distingue par sa dimension familière, expressive ou affective. Il s’agit d’une dénomination secondaire qui se caractérise par son usage informel, souvent issu d’un

trait distinctif, d'une caractéristique marquante, d'une qualité ou d'un défaut, et qui est généralement reconnu et utilisé par un cercle social élargi (famille, amis, médias, supporters).

D'après Albert Dauzat : « *Le sobriquet est un nom propre occasionnel, né du parler populaire, qui désigne une particularité physique, morale ou sociale.* » (Les noms propres, PUF, 1946 : p. 215).

Dans cette optique, le sobriquet se différencie du simple surnom par son fonctionnement discursif, sa portée symbolique plus large, et son pouvoir identitaire et social, car il contribue à construire une image publique ou privée de la personne ou de l'entité désignée.

## **2.2 Types de sobriquets:**

### **2.2.1 Les sobriquets descriptifs**

Les sobriquets descriptifs sont fondés sur une caractéristique physique, comportementale ou contextuelle immédiatement observable, et souvent partagée collectivement. Ils fonctionnent comme une désignation motivée, issue de la perception directe que le groupe social ou les médias ont d'un individu. Ces sobriquets s'appuient sur une forme de consensus visuel ou comportemental et se rapprochent parfois du surnom traditionnel.

L'intérêt linguistique de ce type de sobriquet réside dans son caractère référentiel : il désigne une qualité objectivable, même si celle-ci peut être exagérée ou stylisée. Sur le plan stylistique, ils relèvent souvent de la métonymie ou de la synecdoque, c'est-à-dire qu'ils associent une partie du réel à la totalité de la personne comme Le Géant de Manille (Muhammad Ali).

### **2.2.2 Les sobriquets élogieux**

Ces sobriquets visent à valoriser une personne en mettant l'accent sur ses compétences exceptionnelles, son aura, ou son statut symbolique dans un domaine donné. Ils participent activement à la construction héroïque de l'individu, en l'érigant en figure d'excellence ou de légende. Ils relèvent de l'hyperbole et de l'antonomase, procédés classiques de l'amplification rhétorique.

Ces sobriquets ont souvent une fonction phatique et mythifiante dans le discours médiatique. Ils permettent de transformer une performance sportive ou artistique en récit épique. Le public, par leur usage répété, consacre alors une figure comme incarnant une forme d'idéal comme Le Roi Pelé (pelé)

### **2.2.3. Les sobriquets satiriques**

À l'inverse des sobriquets laudatifs, ces sobriquets ont une valeur moqueuse, ironique ou critique. Ils s'inscrivent souvent dans des contextes de rivalité, de polémique ou de disqualification symbolique. Leur usage peut avoir des intentions humoristiques, mais aussi dévalorisantes, notamment dans les discours journalistiques, politiques ou populaires.

Ainsi, ces sobriquets reposent souvent sur l'antiphrase, la caricature ou l'hyperbole péjorative. Ils agissent comme des marqueurs d'opposition ou de rejet, en s'attaquant à une conduite, une décision ou un trait physique. Leur dimension performative peut être très forte : ils peuvent affecter la réputation publique de leur cible Le Petit Napoléon (Nicolas Sarkozy)

### **2.2.4 Les sobriquets géographiques**

Ce type de sobriquet associe une personne à un lieu d'origine ou à une appartenance territoriale symbolique. Il fonctionne comme un ancrage identitaire et culturel. Le lieu mentionné devient métonymique de l'individu, mettant en avant ses racines, son milieu social ou son rôle de représentant d'une région.

Ce type de sobriquet participe à la revalorisation de territoires périphériques, souvent en opposition à des centres de pouvoir. Il introduit aussi une forme de récit méritocratique : la réussite de l'individu est présentée comme issue d'un enracinement modeste ou singulier par exemple Le Marseillais volant (Zinédine Zidane, dans certains contextes).

### **2.2.5 Les sobriquets animaliers ou mythologiques**

Ce type de sobriquet repose sur l'analogie symbolique entre une personne et une figure animale ou mythique, choisie pour ses qualités emblématiques (force, rapidité,

ruse, noblesse, etc.). Il fonctionne selon un processus de métaphore, qui attribue au sujet humain des caractéristiques perçues dans l’imaginaire collectif.

Dans ce cadre, le sobriquet animalier agit comme une allégorie, transformant le corps ou l’esprit du sportif en attribut totémique. Les sobriquets mythologiques, quant à eux, puisent dans le patrimoine culturel ancien pour ériger des figures surhumaines ou héroïques par exemple La Panthère noire (Eusébio) ou bien Le Phénix (Tiger Woods).

### **2.2.6 Les sobriquets techniques ou performatifs**

Ce type regroupe les sobriquets fondés sur une caractéristique technique, tactique ou fonctionnelle, souvent liée à une spécialité dans le domaine sportif ou professionnel. Ces sobriquets traduisent une compétence précise ou un rôle reconnu sur le terrain.

Ils peuvent être le résultat d’un discours d’experts, de commentateurs ou d’initiés, et relèvent d’un lexique spécialisé. Ils renforcent l’image du professionnel accompli, en rendant sa fonction immédiatement lisible, par exemple La Gâchette d’or (Jean-Pierre Papin).

### **2.2.7 Les sobriquets musicaux ou scéniques**

Dans les milieux de la musique populaire, notamment dans le rap, le rock ou la chanson, le sobriquet devient un élément central de l’identité de scène. Il peut être auto-attribué ou forgé collectivement. Il permet de créer une persona artistique, de se distinguer dans un univers concurrentiel, et de véhiculer des valeurs spécifiques (rébellion, force, originalité...).

Ces sobriquets sont souvent marqués par des procédés ludiques (rimes, allitérations), des références culturelles (mythologie, cinéma), ou des emprunts linguistiques (anglais, créole, argot) par exemple The Notorious B.I.G (Christopher George Latore Wallace).

## **2.3 Le phénomène des sobriquets dans le sport et de leur usage médiatique**

Souvent perçus comme de simples marques d'affection ou de familiarité, les sobriquets dans le domaine sportif s'inscrivent en réalité dans une dynamique socio-discursive et médiatique complexe. Loin d'être de simples appellations anodines, ils participent activement à la construction identitaire des athlètes et influencent leur représentation publique. En condensant des éléments de performance, de style ou de personnalité, ces appellations contribuent à façonner la perception des sportifs tant par les médias que par les publics. Dès lors, le sobriquet devient un outil linguistique au service de la valorisation ou, parfois, de la stigmatisation de la figure sportive.

En tant qu'unités signifiantes, les sobriquets révèlent des mécanismes de reconnaissance, de popularité et d'appartenance communautaire. Ils s'appuient fréquemment sur des traits distinctifs – qu'il s'agisse de qualités physiques, de performances marquantes ou de dimensions plus subjectives comme le charisme ou l'héritage culturel. Par exemple, un surnom tel que « La Foudre » renvoie à la vitesse d'un athlète tout en mobilisant une imagerie énergique et spectaculaire. Ce pouvoir de synthèse symbolique transforme les sportifs en figures emblématiques, capables de marquer durablement l'imaginaire collectif. Comme le souligne Alain Ehrenberg, la relation entre sport et société dépasse le cadre strict de la compétition pour s'inscrire dans des logiques culturelles et marchandes.

Les médias jouent un rôle fondamental dans la diffusion, la légitimation et la pérennisation de ces sobriquets. En intégrant ces dénominations dans leur narration des performances sportives, ils contribuent à la fabrication d'images publiques structurées autour de figures héroïques, charismatiques ou controversées. Ainsi, les discours médiatiques transcendent le sport pour investir des registres sociétaux plus larges, où le surnom devient un vecteur de sens, porteur de valeurs et de récits. L'assignation d'un sobriquet, loin d'être neutre, agit alors comme un acte performatif, capable d'influencer la manière dont un athlète est perçu, reçu et interprété.

Par ailleurs, la genèse des sobriquets s'ancre souvent dans des éléments biographiques, géographiques ou culturels spécifiques. Certains évoquent l'origine sociale ou nationale, d'autres des épisodes marquants dans la carrière de l'athlète. Ce processus participe à la construction d'un récit mythologique autour du sportif, dans une logique de légendarisation. Des figures comme « The machine » ou « The

Magician » illustrent bien cette tendance à forger des identités sportives spectaculaires et mémorables, qui alimentent une mémoire collective fortement ritualisée.

Enfin, à l'ère du numérique, les sobriquets s'inscrivent également dans une stratégie de marketing personnel. Les sportifs capitalisent sur ces identifiants pour bâtir leur image de marque, notamment sur les réseaux sociaux où visibilité et influence sont déterminantes. Le sobriquet devient dès lors un levier de différenciation, un élément structurant du branding individuel, capable d'attirer l'attention des médias, des fans et des sponsors. Plus qu'un simple surnom, il constitue un vecteur de reconnaissance et un outil discursif de plus en plus intégré dans les logiques communicationnelles du sport contemporain.

## **2.4 Enjeux linguistiques du sobriquet et perception de la performance**

L'usage des sobriquets dans le sport soulève des enjeux linguistiques fondamentaux, notamment en ce qui concerne leur impact sur la perception des performances. Loin d'être de simples étiquettes, ces appellations sont investies d'une charge symbolique qui façonne la réception des athlètes par le public et les médias. En tant qu'actes de langage, les sobriquets participent activement à la production d'un discours identitaire sur les sportifs, influençant leur évaluation bien au-delà de leurs résultats objectifs.

La performance sportive est inséparable des récits qui l'entourent. Le sobriquet, en condensant un ensemble de représentations, s'intègre pleinement dans cette mise en récit. Il peut évoquer l'exploit, la résilience, la domination ou encore le panache, orientant ainsi la lecture médiatique et populaire des prestations sportives. Le langage agit alors comme un prisme interprétatif, capable d'amplifier ou de réduire la portée symbolique d'une performance, selon la connotation attachée au surnom employé.

Ces connotations jouent un rôle central. En associant un athlète à un animal, une machine, un phénomène ou un mythe, le sobriquet le dote d'une dimension presque extrahumaine. Il cristallise des qualités supposées — force, vitesse, audace, invincibilité — qui nourrissent la construction d'un héros contemporain. Ce procédé narratif, participe à l'édification d'un capital symbolique, dont la valeur excède

largement la seule arène sportive. Le surnom devient ainsi un marqueur identitaire, un élément de reconnaissance collective et d'attachement émotionnel.

Parallèlement, les athlètes eux-mêmes s'approprient ces sobriquets comme instruments de construction de soi. Dans un univers médiatique saturé de messages et de marques, le sobriquet offre un ancrage, une singularité exploitable. Il est intégré dans des stratégies de communication et de marketing personnel, notamment sur les plateformes numériques. Le sportif devient alors producteur de sa propre narration, orientant la manière dont il souhaite être perçu par le public et les sponsors. Cette instrumentalisation du langage révèle l'interdépendance croissante entre image, performance et rentabilité.

Ainsi, les sobriquets constituent des objets linguistiques riches, à la croisée du symbolique, du médiatique et de l'identitaire. Leur étude permet de mieux comprendre les dynamiques de valorisation et de légitimation qui traversent le sport contemporain. Ils offrent un prisme pertinent pour analyser la manière dont les performances sont perçues, racontées et célébrées, révélant les profondes interactions entre langage, médias et représentations sociales.

### **3. Le surnom**

Un surnom est un nom supplémentaire donné à une personne, un groupe, un lieu ou un objet, en plus de son nom propre officiel. Il sert généralement à identifier, distinguer ou caractériser cette entité de manière plus familière, affective, humoristique, descriptive ou moqueuse. Le surnom peut être basé sur des caractéristiques physiques, des traits de personnalité, des habitudes, une histoire particulière ou tout autre élément perçu comme distinctif par un groupe social. Il est souvent utilisé dans les relations interpersonnelles, les milieux familiaux, amicaux, ou professionnels. Jean-Claude Bouvier dit à ce propos que : « *Le surnom constitue un double identitaire, souvent plus parlant que le nom officiel ; il s'ancre dans la mémoire collective et traduit une forme d'appartenance.* » (Les noms propres, 1980 : p. 43).

#### **3.1 Caractéristiques du surnom**

Le surnom se distingue d'abord par son caractère informel. Contrairement au nom officiel, qui est attribué à la naissance et reconnu dans les documents

administratifs, le surnom est un nom supplémentaire, souvent utilisé dans des contextes familiaux ou sociaux plus détendus. Il n'a pas de valeur légale mais joue un rôle important dans la communication quotidienne, permettant aux individus de se reconnaître, de s'identifier ou de se différencier dans un groupe.

Pour Jean-Pierre Chambon « *Le surnom est un substitut onomastique, issu de l'usage, qui tend à désigner une personne selon l'un de ses traits saillants, réels ou prêtés, dans un contexte socioaffectif ou relationnel spécifique.* » ceci souligne que l'origine d'un surnom est généralement liée à une caractéristique observable ou perçue de la personne ou de l'entité concernée. Cela peut être un trait physique, une attitude, un comportement, une habitude, voire une anecdote marquante. Par exemple, un sportif très rapide pourra être surnommé « Le Faucon », tandis qu'une personne au rire particulier pourrait recevoir un surnom dérivé de ce trait.

Par ailleurs, le surnom remplit une fonction identitaire et sociale importante. Il sert à renforcer la cohésion au sein d'un groupe en instaurant un langage commun plus personnalisé. En même temps, il peut aussi marquer une différenciation, un stigmatisme ou un lien affectif. Le surnom peut devenir un symbole de reconnaissance mutuelle, une sorte de code social qui traduit une relation entre celui qui le donne et celui qui le reçoit.

Enfin, un surnom peut avoir une valence affective variable selon le contexte et l'intention. Il peut être affectueux et valorisant, comme un terme de tendresse donné par des proches, ou bien moqueur et péjoratif, s'il est utilisé pour railler ou critiquer. Cette ambivalence est souvent liée au ton, au contexte social et à la relation entre les interlocuteurs.

## **3.2 Types de surnoms :**

### **3.2.1 Surnoms descriptifs**

Les surnoms descriptifs s'appuient généralement sur une caractéristique physique évidente, un comportement particulier ou un trait de personnalité qui distingue la personne dans son entourage. Ils fonctionnent comme des marqueurs identitaires rapides, qui permettent aux membres d'un groupe social de reconnaître et d'identifier facilement un individu. Par exemple, dans la vie quotidienne, une

personne aux cheveux très blonds ou clairs peut être surnommée « Le Blond ». Ce surnom, simple et direct, évoque un trait visuel immédiatement perceptible et facilement mémorisable. De même, une personne de petite taille pourra être appelée « Le Nain », ou quelqu'un de corpulent « Le Gros ». Ces surnoms descriptifs peuvent cependant revêtir une charge positive ou négative selon la relation entre les interlocuteurs et le contexte d'emploi. Ils peuvent donc tantôt fonctionner comme une forme de reconnaissance amicale, tantôt comme une stigmatisation.

Ces surnoms sont aussi souvent révélateurs d'une tendance humaine à catégoriser le monde social par des repères visibles, ce qui facilite la communication au sein d'un groupe. Toutefois, ils traduisent aussi parfois une forme de réduction identitaire, en ne retenant qu'un aspect limité de la personne.

### **3.2.2 Surnoms affectifs**

Les surnoms affectifs se distinguent par leur fonction émotionnelle et relationnelle. Ils émergent dans les sphères intimes comme la famille, le couple, cercle d'amis où ils expriment tendresse, complicité et proximité. Par exemple, dans une relation amoureuse, on peut utiliser des diminutifs comme « Ma Belle », « Mon Chéri », ou encore des sobriquets doux comme « Poupée », « Loulou », qui véhiculent un attachement chaleureux et une forme d'exclusivité affective. Ces surnoms sont souvent construits par réduction, modification phonétique ou création ex nihilo d'un mot affectueux.

Au-delà de leur rôle émotionnel, ces surnoms contribuent à la construction d'une identité interpersonnelle singulière. Ils agissent comme des signes d'appartenance à un groupe restreint et protégé, où l'usage du surnom est une marque d'intimité. Ils peuvent également apaiser ou renforcer les liens en temps de conflit, car ils rappellent un lien affectif fort. La dimension affective du surnom participe donc à l'équilibre des relations sociales proches, en mettant en lumière la dimension sentimentale et la reconnaissance mutuelle.

### **3.2.3 Surnoms moqueurs ou péjoratifs**

Les surnoms moqueurs ou péjoratifs occupent une place complexe et ambivalente dans les interactions sociales. Ils visent à souligner, souvent de manière ironique ou satirique, une faiblesse, un défaut ou une différence jugée négative. Par exemple, dans un environnement scolaire, un enfant maladroit pourrait être appelé « Patapouf » ou « Bouboule », des surnoms qui mettent en avant la maladresse ou le surpoids. Ce type de surnoms peut aussi viser la timidité, l'introversion ou tout autre trait considéré comme « faible » dans le groupe.

Si ces surnoms peuvent parfois être utilisés avec humour, ils sont aussi fréquemment porteurs d'une intention de stigmatisation ou d'exclusion. Ils traduisent des rapports de force et des mécanismes de domination symbolique au sein d'un groupe social. Par ailleurs, ils peuvent provoquer des blessures psychologiques durables, particulièrement lorsque l'individu ciblé est vulnérable. Cependant, il arrive aussi que certaines personnes récupèrent ces surnoms pour en faire un signe de résistance ou d'auto-dérision, retournant ainsi la charge négative en une forme de pouvoir symbolique.

### **3.2.4 Surnoms valorisants**

Les surnoms honorifiques, à l'opposé, ont une fonction valorisante et symbolique forte. Ils sont attribués pour reconnaître des qualités exceptionnelles, un prestige particulier ou des exploits remarquables. Dans la sphère artistique, un peintre célèbre peut être surnommé « Le Maître » ou « Le Génie », des termes qui exaltent son talent et son autorité dans le domaine. Ces surnoms renforcent une image d'excellence, soulignant à la fois la singularité et la supériorité de la personne par rapport à ses pairs.

En politique, des personnalités charismatiques se voient souvent attribuer des surnoms honorifiques comme « Le Sage », mettant en avant leur jugement éclairé, ou « Le Père de la Nation », soulignant leur rôle fondateur et leur autorité morale. Ces surnoms sont performatifs, car ils participent à la légitimation sociale et symbolique des individus. Ils contribuent à créer une mémoire collective autour d'eux et à ancrer leur place dans l'histoire ou dans la hiérarchie sociale.

### **3.2.5 Surnoms géographiques ou ethniques**

Les surnoms liés à une origine géographique ou ethnique font référence à la provenance culturelle, régionale ou ethnique d'une personne, jouant un rôle important dans l'inscription identitaire. Par exemple, dans un contexte urbain, une personne originaire de Marseille pourra être surnommée « Le Marseillais », ou quelqu'un de Corse appelé « Le Corsaire », ce dernier terme renvoyant à une tradition historique et culturelle forte. Ces surnoms peuvent renforcer un sentiment d'appartenance, de fierté collective ou de solidarité au sein d'un groupe.

Cependant, ils peuvent aussi être utilisés pour stéréotyper ou exclure, selon la charge connotative et le contexte social. Ils participent à la construction des frontières symboliques entre groupes et à la représentation sociale des identités culturelles. Leur usage peut donc être ambivalent : ils sont à la fois des marqueurs d'appartenance et des vecteurs de catégorisation.

### **3.2.6 Surnoms professionnels**

Les surnoms liés à une activité ou à une profession traduisent la reconnaissance sociale et symbolique attachée à un rôle ou une fonction. Par exemple, un médecin peut être surnommé « Le Doc », un enseignant appelé « Le Prof », tandis qu'un artisan forgeron pourrait recevoir un surnom comme « Le Ferronnier ». Ces surnoms matérialisent le rapport entre la personne et son travail, soulignant une compétence, une fonction sociale ou une autorité reconnue dans un domaine précis.

Ils participent à la construction de l'identité professionnelle et à la valorisation des savoir-faire. De plus, ces surnoms peuvent renforcer la cohésion sociale au sein d'un groupe professionnel, servant d'outils de reconnaissance interne et de hiérarchisation. Parfois, ils peuvent aussi évoluer vers des termes affectifs ou honorifiques selon le degré d'estime porté à la personne.

## **3.3 Le phénomène des surnoms dans le sport et de leurs usages médiatiques**

Dans l'univers sportif, les surnoms constituent des marqueurs discursifs puissants, qui permettent d'identifier, de singulariser et de mémoriser les figures athlétiques au sein de la sphère médiatique. Bien qu'ils puissent sembler anecdotiques, ils jouent un

rôle essentiel dans la médiatisation et la personnalisation du discours sportif. Le surnom, en tant qu'élément de langage assigné à un individu, agit comme une interface entre la personne et son image publique. Il crée un effet de proximité avec les supporters, tout en instaurant une identité verbale reconnaissable dans l'espace médiatique. Son efficacité repose sur sa brièveté, sa mémorabilité et sa capacité à condenser des traits physiques, psychologiques ou comportementaux.

Ce phénomène s'intègre dans une dynamique de narration et de reconnaissance où l'individu devient un personnage. Loin d'être de simples étiquettes, les surnoms sportifs contribuent à l'élaboration d'un récit autour des athlètes. Ils incarnent une fonction de désignation mais aussi de catégorisation, voire de projection. Le surnom n'est pas neutre : il oriente le regard du spectateur, il colore l'interprétation que l'on fait d'une performance ou d'une attitude. À ce titre, il participe à la fabrication d'une figure médiatique singulière, en lien avec les attentes culturelles et les normes sportives dominantes. Il fonctionne comme un ancrage mémoriel et narratif dans les discours des commentateurs, des supporters et des journalistes.

L'usage médiatique des surnoms renforce leur portée symbolique. Leur répétition dans les commentaires sportifs, les titres de presse, les réseaux sociaux ou les produits dérivés, contribue à naturaliser ces désignations, à les inscrire dans le langage courant et dans les pratiques communicationnelles du sport. Certains surnoms deviennent si associés à un sportif qu'ils en viennent à éclipser le nom civil. Ce phénomène témoigne de la force évocatrice de ces unités langagières dans la constitution d'une identité médiatique pérenne.

Par ailleurs, les surnoms dans le sport ne sont pas seulement le fruit de la spontanéité populaire ou médiatique. Ils s'inscrivent souvent dans des stratégies conscientes de personnalisation, de différenciation et de mise en récit. Athlètes, entraîneurs ou communicants les intègrent de plus en plus dans leurs dispositifs de branding personnel. Cette récupération stratégique témoigne de l'évolution du surnom vers un élément-clé de la communication sportive contemporaine, dans un univers concurrentiel où visibilité et mémorabilité sont cruciales. Ainsi, le surnom devient un outil de narration de soi, de distinction et de valorisation.

### **3.4 Fonction discursive et médiatique des surnoms dans la construction de l'image sportive**

Les surnoms s'inscrivent dans une logique discursive où la dénomination devient performative. En désignant un athlète par un surnom, le discours médiatique ne se contente pas d'identifier : il construit, il oriente, il valorise ou banalise. Le surnom cristallise des éléments identitaires, en figeant certaines représentations au détriment d'autres. Il peut ainsi renforcer des stéréotypes (le guerrier, le génie, le colosse) ou, au contraire, révéler une singularité difficilement traduisible autrement. Comme l'observe, la nomination sportive agit comme un dispositif d'encadrement du sens, qui préfigure la réception du sujet dans l'espace public.

La sélection d'un surnom, sa diffusion et sa récurrence médiatique participent à l'élaboration d'un personnage public. Ce processus est d'autant plus puissant qu'il est repris par différents acteurs du champ sportif (journalistes, supporters, sponsors et institutions) et consolidé par des supports visuels, sonores ou numériques. Le surnom devient alors une étiquette discursive dotée d'une valeur d'identification collective. Il favorise l'appropriation émotionnelle par les fans, renforce l'ancrage mémoriel et permet une reconnaissance immédiate dans la sphère médiatique globale.

Ce phénomène est amplifié dans un contexte de surmédiatisation du sport, où chaque acteur cherche à se distinguer par une identité forte. Le surnom s'intègre alors à des stratégies de visibilité qui mêlent narration, émotion et marketing. En ce sens, il participe de la même logique que les logos, les célébrations ou les slogans : celle de la construction d'une image cohérente, reconnaissable et commercialisable. L'athlète devient porteur d'un « nom de scène » qui dépasse parfois sa réalité individuelle, incarnant une figure construite par et pour le discours médiatique.

### **3.5 Enjeux linguistiques du surnom dans le sport contemporain**

Le surnom n'est pas un simple mot : il est un acte. Dans la mesure où il opère une transformation symbolique du sujet qu'il désigne.

L'attribution d'un surnom peut dès lors être analysée comme un moment fondateur dans la carrière médiatique d'un sportif. Elle condense une vision, une attente, une lecture possible de son parcours. C'est en cela qu'elle peut également être

contraignante : le surnom impose une image à laquelle l'athlète devra se conformer ou contre laquelle il devra lutter. Il peut s'agir d'un appui ou d'un fardeau, selon les dynamiques de réception et d'interprétation qui l'accompagnent.

Dans cette perspective, l'étude des surnoms dans le sport permet de mettre en lumière des processus complexes de médiatisation, de catégorisation et de personnalisation. Elle révèle comment le langage fonctionne comme un vecteur d'identité sociale et symbolique, en articulant des logiques individuelles et collectives, personnelles et institutionnelles. Le surnom devient un prisme à travers lequel se lisent les tensions entre performance, réputation et reconnaissance.

#### **4. Surnoms et sobriquets : une distinction essentielle**

Il importe de distinguer clairement les surnoms des sobriquets, bien que ces deux notions soient souvent confondues dans l'usage courant. Le surnom, étymologiquement issu de « sur-nom », désigne une appellation supplémentaire attribuée à un individu dans un but de reconnaissance ou d'individualisation. Il se caractérise par sa neutralité axiologique : il peut être descriptif, affectif ou identitaire, mais n'est pas nécessairement chargé de connotations symboliques fortes. Il peut relever de l'intime comme du médiatique, et sert avant tout à désigner de manière distincte un individu, sans toujours recourir à la métaphore ou à la dramatisation.

Le sobriquet, quant à lui, implique une dimension évaluative, voire ludique ou critique. Il est souvent fondé sur une métaphore, une exagération, une ironie, ou une allusion culturelle, et traduit une interprétation symbolique de la personne désignée. Dans le sport, les sobriquets visent à magnifier ou à caricaturer des traits de caractère ou de performance, transformant ainsi le sportif en figure archétypale, voire mythique. Ils possèdent une charge discursive plus marquée, servant à construire un récit autour de l'athlète, tandis que les surnoms remplissent davantage une fonction désignative et référentielle.

Autrement dit, tous les sobriquets sont des surnoms, mais tous les surnoms ne sont pas des sobriquets. Cette distinction permet d'analyser plus finement les usages langagiers dans le sport, en tenant compte du degré de connotation, de stylisation et d'ancrage symbolique que véhiculent les différentes formes de dénomination

## 5. La dimension culturelle et symbolique des surnoms et des sobriquets

L'ancrage culturel des sobriquets et des surnoms révèle leur fonction de médiation symbolique entre le sportif et la société. À la différence du nom civil, souvent standardisé et administratif, le sobriquet est une désignation située, construite en contexte, souvent par les supporters ou les journalistes, et dotée d'un pouvoir d'évocation supérieur. Il devient ainsi un marqueur identitaire alternatif, parfois plus puissant que le nom lui-même.

Ce phénomène s'inscrit dans une logique de mythification contemporaine Barthes a dit à propos de cela : « *Le catch est un spectacle et non un sport, [...] ce qui est manifesté, c'est une idée de la justice.* » (Mythologie, 1970 : p.23) Il ne parle pas directement du sportif comme d'un "archétype" dans ces termes, mais il décrit comment le sportif, dans le cadre médiatique et culturel, est mis en scène comme un personnage symbolique et mythique. Il devient porteur de valeurs, de passions, et d'un récit collectif, ce qui rejoint l'idée d'une construction mythique. Le surnom « The Flash », par exemple, attribué à Usain Bolt, ne désigne pas seulement sa vitesse, mais l'inscrit dans un imaginaire de puissance surnaturelle, d'instantanéité et d'exception.

Le pouvoir symbolique du surnom repose aussi sur sa portabilité transnationale : il dépasse les frontières linguistiques. Ainsi, « El Niño » (Fernando Torres) est compris dans des environnements non hispanophones comme désignant un jeune prodige, tout en conservant une sonorité exotique. La performativité du surnom réside précisément dans cette double dimension : localisée dans sa langue d'origine, mais universalisable dans sa réception.

Ces désignations ne sont pas fixes : elles peuvent évoluer avec la carrière du joueur. Certains sobriquets changent selon les phases de la trajectoire, suivant un processus de reconfiguration discursive. Par exemple, Cristiano Ronaldo, initialement désigné par son simple prénom (comme c'est l'usage au Portugal), est devenu progressivement « CR7 », puis « The GOAT » (Greatest of All Time), participant à une dynamique d'institutionnalisation et de sacralisation discursive.

## **6. Effets des sobriquets sur la perception de la performance**

Un sobriquet peut être envisagé comme un cadre interprétatif qui façonne les attentes. Ce processus repose sur ce que Goffman appelle le framing : « un schéma d'interprétation qui permet aux individus de localiser, percevoir, identifier et nommer les occurrences dans leur environnement de vie et dans le monde en général. » (Goffman, *Frame Analysis* 1974, p. 21). Ainsi, Andrea Pirlo parfois désigné comme « El maestro », est associé à un jeu élégant, précis, presque chorégraphié. Cette nomination façonne les attentes esthétiques du public : une victoire technique est perçue comme une œuvre d'art, tandis qu'une victoire laborieuse peut apparaître comme décevante. Le sobriquet surdétermine l'interprétation. Un phénomène similaire se produit avec « The Warrior » (nommé pour des joueurs comme Russell Westbrook ou Rafael Nadal) : le sobriquet accentue la dimension de combativité, de résistance, et oriente l'interprétation vers un registre épique. La souffrance devient légitimée, voire valorisée comme élément constitutif de l'identité sportive.

Dans ces cas, le sobriquet précède l'événement : il configure un horizon d'attente, un script préexistant, au sein duquel le comportement sportif sera évalué. Il agit ainsi comme une prophétie performative, influençant non seulement la réception, mais parfois les choix stratégiques de l'athlète lui-même.

## **7. Surnoms dans le marketing sportif**

Le surnom sert en parfois d'outils publicitaire et commerciale, en raison de son port de signes référant le plus souvent à des qualités mélioratifs et significatifs, et le surnom modern pourrait jouer sur des jeux de mots ce qui aide à sa commercialisation.

À l'intersection entre langage, image et économie, les surnoms sont devenus des marques déposées, stratégiquement mobilisées dans la gestion de carrière des sportifs. Alain Loret mentionne : « *Le surnom devient un vecteur identitaire puissant dans le sport, en particulier lorsqu'il est repris dans les médias et intégré dans les dispositifs de marketing. Il participe à la construction d'un personnage, d'une marque personnelle qui dépasse les simples performances sportives.* » (Le marketing du sport, 2004 : p.213) ce qui veut dire que ; la logique marketing contemporaine transforme le surnom en label commercial qui fédère une communauté, alimente une narration

continue, et multiplie les supports de diffusion (vêtements, réseaux sociaux, produits dérivés).

Le cas de « CR7 » est paradigmatique : il n'est pas le fruit d'un usage populaire spontané, mais d'une stratégie construite autour de la synergie entre le nom de famille, le numéro de maillot et l'identité visuelle. Ce type de sobriquet est ce que l'on pourrait appeler un surnom-marque, fruit d'un processus de lexicalisation contrôlé.

Dans la même logique, « Air Jordan » ne désigne plus uniquement un joueur, mais un empire économique capable de désigner un style, une éthique de jeu, voire une appartenance à une communauté culturelle (la sneaker culture, le streetwear).

Dans une approche poststructuraliste du discours, le surnom sportif peut être envisagé comme un signifiant flottant au sens développé par Ernesto Laclau dans « La raison populiste (2005) » Laclau y définit le signifiant flottant comme un élément langagier détaché d'un contenu fixe, susceptible d'être investi par des significations multiples et concurrentes, en fonction des logiques discursives dominantes. Ainsi, dans le champ sportif, le surnom fonctionne comme une unité lexicale condensatrice de récits, d'imaginaires et d'affects, sans être pour autant figée dans un sens univoque. Il devient un outil stratégique de reconfiguration symbolique, mobilisé par les médias, les supporters ou les institutions pour ancrer l'athlète dans une narration particulière, souvent idéalisée, parfois caricaturale.

Par exemple, le surnom Zizou, appliqué à Zinédine Zidane, peut convoquer simultanément l'excellence technique, l'humilité sociale, la figure mythique du meneur ou encore une icône nationale. De même, un surnom comme La Pulga (la puce) pour Lionel Messi revêt des interprétations multiples : il signale sa morphologie atypique, son agilité quasi animale, ou encore sa marginalité conquérante. Ces surnoms ne désignent pas tant une essence individuelle qu'ils ouvrent un espace de projection discursive, propre à ce que Laclau appelle une « hégémonie symbolique », où différents récits sont mis en concurrence pour imposer une lecture dominante de l'identité sportive. Comme il le dit Laclau : « *Un signifiant flottant est un signifiant qui peut être articulé à des signifiés multiples et contradictoires* » (La raison populiste, 2005 : p.129).

Dans le cadre de ce mémoire, qui interroge le surnom comme outil de médiatisation et de performativité identitaire, cette perspective permet d'éclairer le caractère instable, stratégiquement malléable et politiquement productif de ces dénominations. Le surnom ne nomme pas simplement un individu : il structure la manière dont cet individu est perçu, raconté et valorisé, en fonction de logiques contextuelles qui relèvent autant du storytelling médiatique que de la construction d'un capital symbolique.

Les surnoms peuvent aussi être utilisés comme dispositifs de différenciation dans un marché hyperconcurrentiel. Par exemple, « The Beast » adopté par Akinfenwa, ou « The Answer » pour Allen Iverson, permettent aux joueurs de se distinguer dans la narration médiatique. Ces formes nominales deviennent des éléments de storytelling autant que des identifiants sportifs.

### **8. Valeur et risques identitaires des surnoms et sobriquets**

Le caractère figé de certains surnoms et sobriquets peut devenir un carcan identitaire. Un joueur désigné comme « Le Magicien » sera toujours attendu sur le registre de la surprise, de la créativité. Toute rationalité tactique, tout jeu défensif ou sobriété technique sera interprété comme une déviation. Le sobriquet fixe une norme discursive implicite à laquelle l'athlète est contraint de se conformer.

Certains sobriquets peuvent également produire un effet de caricature. Par exemple, des sobriquets comme « The Enforcer » (Charles Oakley) ou « The Magician » (Paul Scholes) construisent des images décalées, parfois comiques ou dérangeantes, qui peuvent réduire la lisibilité sérieuse de la performance. Le joueur est piégé dans une logique de spectacle, où l'excès devient le centre du discours.

### **9. Surnoms, sobriquets et assignation identitaire dans les médias**

Les médias jouent un rôle central dans la circulation, la légitimation et la fixation des surnoms et sobriquets. Ils participent à une dynamique d'assignation identitaire, en répétant ces désignations dans des contextes spécifiques, en les diffusant massivement, et en les associant à des récits normatifs.

Dans le journalisme sportif, l'usage répété de surnoms permet de créer de la proximité narrative, de l'émotion, mais aussi de naturaliser certains traits. Ainsi, «Il muro di belrino » pour Chielini ou «The Wall» pour Manuel Nueur ne sont pas que des appellations flatteuses : ce sont des rôles discursifs dans un théâtre symbolique où chaque athlète incarne une fonction.

Cette dynamique est encore plus forte sur les réseaux sociaux, où les sobriquets se transforment en hashtags, comme #KingJames ou #CR7 Leur fonction change : ils ne sont plus seulement descriptifs, mais mobilisateurs, affectifs, identitaires. Ils créent des communautés, des affiliations symboliques, des récits transmédiatiques.

Mais cette viralité peut aussi conduire à des effets d'assignation stéréotypée : un joueur catalogué comme « le générale » ou « l'artiste » peut se retrouver réduit à une seule dimension de son identité. La complexité humaine, la diversité des styles, la possibilité du changement deviennent invisibles dans l'économie narrative du sport mondialisé

## **10. Disciplines théoriques:**

### **Les figures de style**

La figure de style puise ses racines dans le latin figura (« forme », « configuration ») et stilus (« poinçon », puis par extension « manière d'écrire »). Dans la tradition rhétorique gréco-latine, les figurae sont définies comme des procédés d'ornementation et de persuasion du discours, servant à marquer l'énonciation, à structurer la pensée, ou à produire un effet esthétique ou cognitif. Elles sont présentes dès Aristote (Rhétorique, livre III), puis systématisées dans les traités latins de Quintilien (Institution oratoire) et ultérieurement codifiées par les rhétoriciens classiques comme Dumarsais et Fontanier.

Pour Fontanier : « *Les figures du discours sont des tours ou formes particulières de langage, destinées à frapper davantage l'esprit ou la sensibilité.* » (Les Figures du discours, 1830 : p.:3) Fontanier y propose une classification systématique des figures de style, distinguant notamment les figures de mots (tropes) et les figures de pensée.

Du côté de Dumarsais : « *Une figure de discours est une manière de s'exprimer qui s'éloigne du langage ordinaire, afin de produire plus d'effet sur l'esprit ou l'imagination.* » (Encyclopédie, 1756, tome : VI). Il explique que, les figures relèvent d'un usage raisonné de la langue, où le locuteur joue avec les ressources du discours pour persuader, émouvoir ou impressionner. Il les inscrit ainsi dans une vision philosophique et cognitive du langage, fondée sur l'intention de signifier au-delà du littéral.

Les figures de style se répartissent traditionnellement en trois grandes catégories selon la classification aristotélicienne révisée par les rhétoriciens classiques (Dumarsais, Fontanier) :

**Les figures de mots (ou tropes) :**

- La métaphore (transfert implicite de sens),
- La métonymie (désignation par contiguïté),
- La synecdoque (le tout pour la partie),
- L'antonomase (un nom propre devient nom commun ou inversement).

**Les figures de construction (ou figure de syntaxe) :**

- L'anacoluthie (rupture de construction),
- L'ellipse (suppression de termes),
- Le chiasme (structure en croix),
- L'hyperbate (déplacement d'éléments de phrase).

**Les figures de pensée**

- l'antithèse (opposition d'idées),
- l'oxymore (réunion de termes contraires),
- l'euphémisme (atténuation),
- l'hyperbole (exagération).

D'autre part, une figure de style désigne un procédé discursif marqué, déviant de l'usage neutre de la langue, pour produire un effet, stylistique, rhétorique ou cognitif. Elles relèvent autant de la structure linguistique que de la fonction communicative comme le mentionne Kerbrat-Orichionni : « *Par le recours aux figures, l'énonciateur manifeste explicitement son point de vue, affirme son engagement, et construit une*

*identité discursive qui dépasse le simple contenu informatif.* »(Les interactions verbales, 2002 : p.162)

## **La lexicologie**

La lexicologie est une branche fondamentale de la linguistique qui s'attache à l'étude scientifique du lexique, c'est-à-dire l'ensemble des unités lexicales (ou mots) constituant une langue à un moment donné ou sur une période donnée. Elle tire son étymologie du grec léxis (λέξις), signifiant « mot » ou « expression », et logos (λόγος), signifiant « discours », « science » ou « étude ». En ce sens, la lexicologie se définit littéralement comme la science des mots. Cabre dit à propos de cela :« La lexicologie étudie l'ensemble des unités lexicales d'une langue, leurs propriétés, leurs relations et leur évolution dans le temps. » (Lexicologie et lexicographie, 2007, p :15).

Contrairement à la grammaire, qui s'intéresse aux règles de fonctionnement des structures syntaxiques, la lexicologie se focalise sur les propriétés internes du mot, ses composantes formelles (racines, affixes), ses sens, ses variations d'usage, et sur les relations qu'il entretient avec d'autres unités lexicales. Bally & Thibault clarifient : « *Contrairement à la grammaire qui s'intéresse aux règles de combinaison des mots, la lexicologie se concentre sur la nature, la formation et le sens des mots eux-mêmes.*», cette citation insiste sur la spécificité de la lexicologie par rapport à la grammaire. Tandis que la grammaire décrit comment les mots s'assemblent pour former des phrases correctes, la lexicologie s'attache au niveau des mots isolés : leur structure interne (racines, affixes) et leur sémantique. Ce décalage méthodologique montre que la lexicologie éclaire une autre dimension du langage.

La lexicologie opère selon deux grandes perspectives complémentaires, d'abord, la lexicologie synchronique, qui étudie le lexique d'une langue dans son état actuel (ou à un moment donné), en s'intéressant aux mots tels qu'ils sont employés dans l'usage courant. Elle examine par exemple les relations de synonymie, d'antonymie, d'hyponymie, ou encore les phénomènes de polysémie (plusieurs sens pour un même mot). Puis, La lexicologie diachronique, qui analyse l'histoire et

l'évolution des mots, notamment par le biais de l'étymologie. Elle s'intéresse aux modifications phonétiques, morphologiques et sémantiques des mots au fil du temps, ainsi qu'aux emprunts faits à d'autres langues, à la création de néologismes, ou à la disparition de certains lexèmes. Pour Cabre : « *La lexicologie synchronique analyse les mots tels qu'ils sont utilisés dans la langue actuelle, tandis que la lexicologie diachronique s'attache à leur histoire et évolution.* » (Lexicologie et lexicographie, 2007 : p.21)

Par ailleurs, Bally & Thibault mentionnent : « *La lexicologie entretient des liens étroits avec la morphologie, la sémantique et la pragmatique, chaque discipline apportant un éclairage complémentaire sur la nature et l'usage des mots.* » (1964 : p.110) ce qui nous ramené à dire que la lexicologie entretient des liens étroits avec plusieurs autres disciplines linguistiques qui enrichissent et complètent son champ d'analyse. Elle est d'abord proche de la sémantique, en ce qu'elle s'attache à l'étude du sens lexical, à ses nuances, ses extensions, ses glissements ou ses restrictions d'usage. Elle est également intimement liée à la morphologie, dans la mesure où elle analyse la structure interne des mots, c'est-à-dire la manière dont les radicaux, préfixes et suffixes s'agencent pour former de nouvelles unités lexicales.

La lexicologie trouve une application concrète dans la lexicographie, discipline qui repose sur ses principes pour élaborer, structurer et rédiger les dictionnaires, en fixant les normes de définition, d'usage et de classement du vocabulaire d'une langue. La lexicologie peut aussi avoir une portée sociolinguistique ou culturelle : en analysant le lexique d'un groupe donné (comme les jeunes, les professionnels d'un métier, une communauté régionale), elle révèle les rapports entre langue, société et identité. Elle permet ainsi de mettre au jour les dynamiques de variation et de standardisation linguistique, tout comme les enjeux idéologiques liés au choix des mots.

Enfin, la lexicologie n'est pas purement descriptive : elle peut être normative, notamment dans le cadre de l'enseignement des langues ou de la politique linguistique. Elle intervient alors dans les débats sur la légitimité des néologismes, l'intégration des emprunts, ou la simplification du lexique technique.

## **La lexicosémantique**

La lexicosémantique est une sous-discipline de la lexicologie qui se situe à l'interface entre l'étude du vocabulaire (lexicologie) et l'étude du sens (sémantique). Elle s'attache à analyser le sens des mots, en tenant compte à la fois de leur contenu sémantique (ce qu'ils désignent ou signifient) et de leur fonction dans le système lexical de la langue. Autrement dit, la lexicosémantique explore comment les mots portent du sens, comment ils se différencient les uns des autres, et comment ils s'organisent dans des réseaux ou des champs lexicaux.

L'un des objets centraux de la lexicosémantique est l'étude des relations lexicales entre les mots, telles que la synonymie (ex. : « maison » / « demeure »), l'antonymie (ex. : « chaud » / « froid »), l'hyponymie (ex. : « rose » comme type de « fleur ») ou encore la polysémie, c'est-à-dire la coexistence de plusieurs sens dans un même mot (ex. : « livre » comme objet ou comme action). Elle s'intéresse aussi aux phénomènes de métaphore lexicale, de métonymie, de dénotation (sens premier) et de connotation (valeurs subjectives ou affectives associées à un mot).

La lexicosémantique permet d'expliquer comment le sens d'un mot évolue dans le temps (glissement, spécialisation, généralisation), mais aussi comment il varie selon le contexte linguistique, culturel ou discursif. Par exemple, le mot « révolution » ne signifie pas exactement la même chose en histoire, en politique, en astronomie ou dans un discours publicitaire. L'analyse lexicosémantique prend ainsi en compte non seulement le sens "intrinsèque" du mot, mais aussi ses usages situés.

Enfin, la lexicosémantique joue un rôle fondamental dans des domaines appliqués tels que la traduction, la terminologie, l'enseignement des langues, ou encore l'analyse de discours, car elle permet de repérer les glissements de sens, les implicites culturels et les choix lexicaux stratégiques dans la communication. Elle contribue également à la modélisation des dictionnaires électroniques ou des bases de données sémantiques utilisées en linguistique computationnelle.

## **Morphosyntaxe**

Le terme morphosyntaxe est formé par la composition de deux termes grecs : morphê (μορφή), signifiant « forme », et sýntaxis (σύνταξις), qui désigne «

l'agencement », « la mise en ordre ». Il s'agit d'un néologisme linguistique qui traduit l'idée d'une étude conjointe de la structure interne des mots (morphologie) et de leur agencement grammatical au sein des énoncés (syntaxe).

En linguistique, la morphosyntaxe désigne l'analyse combinée des formes morphologiques (radicaux, affixes, flexions) et des structures syntaxiques (ordre des mots, accords, relations de dépendance) dans une langue donnée. Elle se distingue d'une approche strictement morphologique, centrée sur les unités minimales de sens (morphèmes), et d'une approche strictement syntaxique, orientée vers la structure des phrases, en ce qu'elle observe l'interaction fonctionnelle entre les deux niveaux.

Aussi, Cela inclut des phénomènes comme l'accord en genre et en nombre, la conjugaison verbale, l'assignation des fonctions grammaticales (sujet, objet, complément), et la hiérarchisation des constituants syntaxiques.

La morphosyntaxe constitue un domaine central dans la description grammaticale des langues, notamment parce qu'elle permet d'articuler les dimensions formelles et fonctionnelles du langage.

## **L'onomastique**

L'onomastique est une branche spécialisée de la linguistique qui étudie les noms propres dans toutes leurs dimensions : leur origine, leur formation, leur évolution historique, leur valeur sociale, ainsi que leur fonction dans les discours. Le terme dérive du grec ancien *onoma* (ὄνομα), signifiant « nom », et désigne de façon générale la science des noms propres.

D'après Françoise Claudel : « *L'onomastique est la branche de la linguistique qui étudie les noms propres, dans leur forme, leur sens, leur usage et leur évolution.* » (Introduction à l'onomastique, 2001 : p.9).

Cette branche se divise en deux principaux domaines : la **toponymie**, qui étudie les noms de lieux (villes, rivières, régions, montagnes, etc.), et l'**anthroponymie**, qui s'intéresse aux noms de personnes, incluant les prénoms, les noms de famille, les pseudonymes, les surnoms, les sobriquets, et plus largement toute désignation individuelle ou collective fondée sur le nom propre. À ce titre, les

prénoms, en particulier, constituent un indicateur révélateur des mutations sociales et culturelles.

« *La tendance actuelle oriente le choix des prénoms vers une modernité dépourvue de toute appartenance régionale.* » (Miloudi Jugurta, *Le choix anthroponymique en Algérie, des orientations du passé à la mondialisation*) Cette évolution illustre le passage d'un système onomastique traditionnel, hérité de la culture et des appartenances familiales, à une logique plus individuelle, souvent influencée par la mondialisation, les médias ou les aspirations personnelles.

Dans les contextes littéraires ou médiatiques, l'onomastique permet également d'interpréter les effets de sens liés aux choix de noms, qu'il s'agisse de personnages fictifs, de marques, de noms de lieux symboliques ou de surnoms.

### **Conclusion :**

En somme, ce chapitre théorique a permis de poser des bases claires en expliquant les notions noms propres, pseudonymes, surnoms et sobriquets, ainsi que leurs caractéristiques principales. Ces différentes façons de nommer les personnes jouent chacune un rôle important dans la manière dont on construit l'identité et comment on communique avec les autres.

Nous avons aussi vu comment plusieurs domaines vont nous aider à mieux comprendre ces appellations. La lexicologie et la lexicosémantique seront des outils pour analyser le sens des mots et leur organisation. La morphosyntaxe va nous dévoiler comment ces mots se construisent et s'utilisent dans des phrases. Les figures de style vont expliquer comment certains surnoms utilisent des procédés particuliers pour être plus expressifs ou marquants. Enfin, l'onomastique s'intéresse aux noms dans leur histoire et leur rôle social.

Tous ces éléments nous donnent une meilleure compréhension des sobriquets et surnoms, non seulement comme des mots, mais aussi comme des outils qui aident à montrer le but de ces désignations. Cette base théorique va nous servir pour le chapitre suivant, qui portera sur l'analyse des surnoms et des sobriquets dans différents exemples concrets. Nous y étudierons leur formation, leur sens, leur origine, ainsi que

leur rôle dans la construction de l'image et de l'identité des personnes. Ce travail permettra de relier la théorie à la réalité et de comprendre comment ces noms fonctionnent dans le milieu sportif.

# Chapitre II : Approche méthodologique et analytique

## 1. Introduction

Après que nous avons souligné les différentes notions de bases et les disciplines que nous allons utiliser dans notre analyse, place à la partie pratique, qui va comprendre deux parties, dans la première on va mettre en évidence les éléments suivants : le terrain de recherche le choix du corpus, sa justification. Ensuite, la deuxième concerne l'analyse des sobriquets et des surnoms constituant notre corpus, puis analyse comparative. Et pour finir une conclusion générale.

### **Méthodologie de la recherche :**

#### **Terrain**

Dans notre travail, qui consiste de comprendre le phénomène des sobriquets et des surnoms dans le milieu sportif, nous avons optés pour un terrain virtuel (sites, interview, vidéos, réseaux sociaux) par ce que c'est là ou circule la majorité de notre corpus, dans lequel on a obtenu un répertoire immense de sobriquets et de surnoms.

#### **Constitution du corpus :**

Notre corpus comprend une variété de surnoms et de sobriquets d'origines américaines, sud-américaines et européens, dans plusieurs disciplines sportives (football, basketball, boxe, natation...)

#### **Justification du corpus :**

Notre analyse va se limiter à 24 surnoms et 23 sobriquets, le choix de ce corpus est à cause de l'innombrable quantité de ces appellations qu'on peut retrouver, dans ce corpus, l'absence d'ancrage et d'exemples algériens s'explique par le fait ; qu'ils sont moins connues et difficiles à recueillir dans notre champ de recherche virtuel.

## 2. Approche analytique :

### 2.1 Analyse des surnoms

#### CR7 (Cristiano Ronaldo)

Transcription phonétique : /si ɛʁ sɛt/ (français) ; /si ɑːr ˈsevən/ (anglais)

Le surnom se compose des initiales du prénom et du nom du joueur (« C » pour Cristiano et « R » pour Ronaldo), suivies du chiffre 7, numéro de maillot



emblématique. Il s'agit d'une forme abrégée, facilement identifiable, utilisée autant dans les médias que dans les produits dérivés.

Le surnom « CR7 » est apparu au moment où Cristiano Ronaldo rejoint Manchester United en 2003. Héritant du mythique numéro 7, il est rapidement associé à cette étiquette par les journalistes anglais, qui cherchent à synthétiser son identité émergente dans les discours sportifs.

Ce surnom repose sur un procédé de siglaison alphanumérique, associant les initiales du nom complet du joueur à son numéro de maillot. Il s'agit d'une forme condensée typique des logiques médiatiques, visant à produire un signifiant facilement mémorisable et transférable.

La formule « CR7 » fonctionne comme un signe compact évoquant l'élite, la rigueur professionnelle et la performance. Sa structure brève et rythmée renforce son efficacité symbolique et son pouvoir d'évocation.

On retrouve ce surnom dans l'ensemble des médias sportifs, sur les réseaux sociaux, dans les campagnes de publicité, et jusque dans le merchandising officiel (vêtements, parfums, chaussures). Il agit comme un identifiant transversal entre les sphères sportives, commerciales et culturelles.

La désignation « CR7 » permet de narrativiser une trajectoire d'excellence. Elle agit comme un emblème, une marque, et un outil de mythification. Par sa répétition et

son pouvoir de résonance, elle inscrit Ronaldo dans une légende contemporaine du football.

Le surnom repose sur une métonymie chiffrée, où le numéro représente l'individu. Les lettres agissent comme une synecdoque onomastique, qui résume l'identité entière du joueur. La structure produit un effet de condensation symbolique, proche d'une signature ou d'un logo

### **The King (LeBron James)**

Transcription phonétique : /ðə kiŋ/

Définition technique : Le surnom se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « king » signifiant « roi ». Ensemble, ils forment une désignation emphatique qui place LeBron James au sommet hiérarchique du monde du basket.



La formule « The King » s'impose très tôt dans la carrière de LeBron James, dès son passage remarqué au lycée. Les médias américains, anticipant sa domination future, participent à la diffusion massive de cette appellation.

Le surnom repose sur un mécanisme métaphorique, assimilant le joueur à une figure monarchique. Cette image symbolique vise à exprimer la souveraineté, la grandeur et l'hégémonie sur le terrain, transformant l'athlète en autorité indiscutable.

Le terme « king », en anglais, renvoie à un champ lexical de majesté, d'aura et de légitimité suprême. Ce choix lexical consacre LeBron comme figure centrale du basket mondial, tout en instaurant un imaginaire de règne.

Ce surnom est omniprésent dans les productions médiatiques, les produits dérivés, les réseaux sociaux, les interviews et le langage des fans. Il devient un point d'ancrage identitaire, immédiatement associé à une domination totale du jeu.

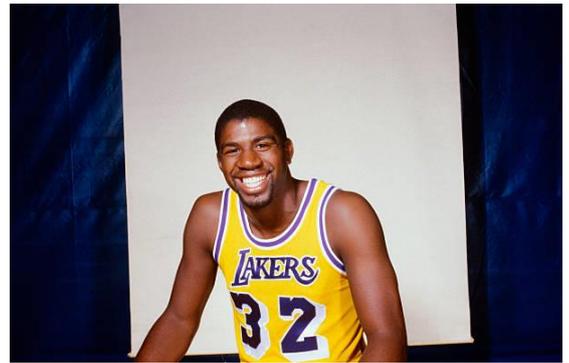
Il permet la construction d'une figure messianique, célébrée non seulement pour ses exploits mais aussi pour son rôle politique et culturel. Le surnom participe à une stratégie discursive de sacralisation moderne.

Le surnom est une métaphore de souveraineté, comparant implicitement le joueur à un monarque. L'article « the » renforce l'unicité du titre, produisant une hyperbole statutaire qui consacre son autorité dans l'imaginaire collectif.

### **Magic (Earvin Johnson)**

Transcription phonétique : /'mædʒɪk/

Le surnom se compose uniquement du nom commun anglais « magic », qui signifie « magie ». Il est attribué au joueur pour qualifier son style de jeu élégant, créatif et imprévisible, souvent perçu comme « surnaturel » par les spectateurs.



Le surnom « Magic » a été attribué à Earvin Johnson à l'âge de 15 ans par un journaliste local, impressionné par ses passes spectaculaires. Dès lors, le surnom s'impose dans tous les contextes médiatiques et finit par supplanter son prénom.

Cette désignation s'appuie sur une métaphore valorisante : elle compare les actions du joueur à un phénomène surnaturel. Ce processus repose sur une opération discursive d'exaltation du talent par le recours à l'univers du merveilleux.

Le lexème « magic » évoque l'enchantement, la grâce, la créativité et la rareté. Il véhicule des valeurs esthétiques fortes, très éloignées du lexique ordinaire du sport, et contribue à inscrire le joueur dans un registre narratif exceptionnel.

Ce surnom est intégré à la culture populaire via la presse, la télévision, les jeux vidéo et les objets dérivés. Il devient un véritable nom de scène, symbolisant une forme d'excellence artistique sur les parquets de la NBA.

Il fonctionne comme un catalyseur discursif, qui transforme chaque apparition en performance iconique. « Magic » n'est pas seulement un surnom : c'est un condensé narratif qui fige un style et fonde une légende.

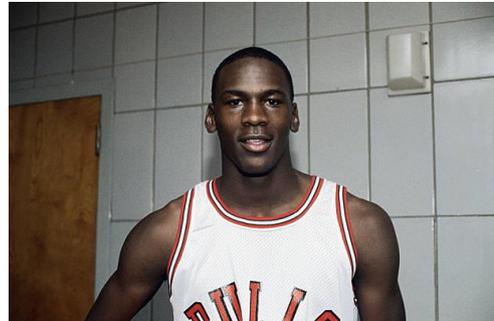
Ce surnom repose sur une métaphore enchantée, comparant les gestes techniques du joueur à des tours de magie. Il produit un effet de féerie discursive, où le joueur semble agir au-delà des lois ordinaires du sport. Le surnom participe aussi à une

mythification de l'athlète, en transformant ses performances en spectacle extraordinaire.

### **Air Jordan (Michael Jordan)**

Transcription phonétique : /εə 'dʒɔːdən/

Le surnom se compose du mot « air », qui renvoie à l'élévation et au saut, et du nom de famille « Jordan ». Ce surnom est aussi devenu une marque déposée par Nike.



Le surnom « Air Jordan » émerge dans les années 1980, lors de l'entrée de Michael Jordan en NBA et en parallèle du lancement de la célèbre ligne de chaussures par Nike. Le terme est à la fois une appellation médiatique et une invention commerciale, forgée à la croisée du marketing et de l'admiration sportive.

Le procédé de formation repose sur une métaphore ascendante. Le mot « air » souligne la capacité du joueur à s'élever au-dessus du terrain, à défier la gravité lors de ses actions spectaculaires. L'expression s'ancre ainsi dans une rhétorique de l'élévation et de la transcendance.

« Air Jordan » renvoie à l'idée de suspension, de légèreté et de domination dans les airs. Il évoque une supériorité physique et symbolique qui dépasse la simple maîtrise technique pour toucher à une forme d'exception visuelle et émotionnelle.

On observe une métaphore aérienne, le joueur étant présenté comme capable de voler. Le mot « Air » produit un effet d'hyperbole verticale, magnifiant la détente et la légèreté du joueur. La fusion du nom propre avec une notion abstraite crée une iconisation marketing et culturelle.

Ce surnom devient rapidement une marque mondiale, omniprésente dans les médias, les produits dérivés, les conversations de fans, et même dans les imaginaires culturels (films, clips, art urbain). Il dépasse son origine sportive pour devenir un signe social et culturel.

L'effet discursif de « Air Jordan » est celui d'une glorification continue : il inscrit Michael Jordan dans une narration mythologique où chaque saut, chaque tir devient

une signature divine. Le surnom est un point d'entrée dans un récit global d'excellence.

### **Zizou (Zinédine Zidane)**

Transcription phonétique : /zizu/

Le surnom « Zizou » s'est imposé dès les premières années de Zinédine Zidane à Bordeaux dans les années 1990. Il trouve son origine dans un usage populaire et affectif, né d'une simplification hypocoristique de son prénom, largement repris ensuite par les commentateurs.



Le procédé de formation est ici celui de l'hypocorisme, un mécanisme fréquent dans les langues romanes pour signifier la proximité et la tendresse. Cette réduction syllabique opère un adoucissement et renforce la connivence avec le joueur.

Ainsi , « Zizou » évoque la simplicité, la chaleur, l'accessibilité. Il porte en lui une dimension affective forte, qui contraste avec le prestige international du joueur. Cette tension participe à l'aura particulière du surnom.

Le surnom est omniprésent dans la presse française et internationale, les chants de supporters, les discussions sur les réseaux sociaux et les productions documentaires. Il fonctionne comme une porte d'entrée intime dans la figure publique de Zidane.

Par ailleurs, « Zizou » participe à la construction d'un héros populaire. Il le rend à la fois monumental et familier, et transforme son image médiatique en icône nationale, fédératrice et transgénérationnelle.

### **Le Shaq (Shaquille O'Neal)**

Transcription phonétique : /lə ʃak/

Le surnom se compose de l'article défini français « le » et d'une apocope (forme abrégée) du prénom «



Shaquille », tronqué en « Shaq ». Cette réduction familière crée un nom propre monosyllabique facilement mémorisable. Ce surnom est devenu une véritable marque identitaire, utilisée dans les médias, la culture populaire et les produits dérivés pour désigner l'immense pivot de la NBA, tant sur le plan physique que symbolique.

Le surnom « Le Shaq » s'impose dès la carrière universitaire de Shaquille O'Neal et devient omniprésent dès son entrée en NBA dans les années 1990. Il s'agit d'une forme contractée et familière de son prénom, rapidement adoptée par les médias et les fans.

Le procédé de formation repose sur une apocope : le prénom « Shaquille » est raccourci pour devenir « Shaq », renforcé par l'article défini « Le » dans la culture francophone, ce qui transforme ce diminutif en marqueur de stature quasi mythologique.

« Le Shaq » évoque ici immédiatement la puissance physique, l'impact visuel et la domination. Ce nom court, percutant et lourd de sonorité, est parfaitement adapté à l'image imposante du joueur.

Ainsi « Le Shaq » repose sur une synecdoque onomastique, où une portion du prénom représente l'ensemble de la personne. Il s'agit aussi d'une marque discursive d'appropriation : en francisant l'article devant un nom américain, l'usage populaire inscrit la figure de Shaquille O'Neal dans une familiarité mondiale. Le surnom fonctionne également comme une ellipse affective et identitaire, concentrant puissance, charisme, humour et domination dans une seule syllabe. L'effet stylistique est celui de l'icônisation par simplicité : "Shaq" devient une figure immédiatement reconnaissable, un monolithe du sport et de la culture.

Utilisé dans les commentaires sportifs, les émissions, les réseaux sociaux, les produits dérivés et les surnoms d'équipe, il est devenu un référent stable dans toutes les sphères du basket professionnel, voire au-delà (publicités, culture populaire, musique).

Ainsi, le surnom contribue à construire une figure de géant accessible, mi-héros mi-showman. Il joue sur la monumentalisation physique et la dimension spectaculaire de sa personnalité.

## L'Artiste (Hatem Ben Arfa)

Transcription phonétique : /laʁ' tist/

Le surnom se compose de l'article défini élidé « l' » et du nom commun « artiste », qui désigne une personne dotée d'un talent créatif exceptionnel, capable de produire une œuvre marquante par la beauté, l'originalité ou l'émotion. Dans le contexte footballistique, ce surnom est attribué à Hatem Ben Arfa pour souligner son style de jeu esthétique, inventif et imprévisible, fondé sur la spontanéité technique et la prise de risque.



Le surnom « L'Artiste » s'est imposé dans les médias français durant les périodes où Hatem Ben Arfa faisait preuve de grande créativité sur le terrain, notamment à l'OGC Nice ou à l'Olympique Lyonnais. Il découle d'un émerveillement face à sa technique singulière.

Ce surnom repose sur une métaphore esthétique, assimilant le joueur à un créateur d'art, et ses gestes techniques à des œuvres visuelles. Il valorise la dimension expressive du football, où l'improvisation devient un langage. Il s'agit également d'une personnification de la créativité sportive, où le joueur est célébré non pas pour son efficacité seule, mais pour sa capacité à émerveiller, surprendre, séduire. Le surnom produit un effet d'élégance poétique, opposant l'artiste au simple exécutant : Ben Arfa incarne ici l'idéal du joueur libre, intuitif, et parfois incompris, à l'image des grands artistes romantiques.

Le lexème « artiste » convoque un imaginaire de finesse, de sensibilité, de liberté créative. Il valorise la beauté du geste, la spontanéité, et parfois l'inconstance, avec une aura d'individualisme. Ce surnom a circulé largement dans la presse, les tribunes, les réseaux sociaux et même les débats entre passionnés, comme un point de cristallisation des discussions sur la notion de « génie incompris » dans le football.

Il contribue à façonner un récit où la performance technique devient une œuvre d'art. Il célèbre une approche esthétique du football, mais aussi la fragilité émotionnelle d'un joueur à part.

## La Foudre (Kylian Mbappé)

Transcription phonétique : /la fudʁ/

Le surnom se compose de l'article défini français « la » et du nom commun « foudre », qui désigne un éclair très rapide et puissant, souvent accompagné de tonnerre. Dans le cadre sportif, ce surnom est attribué à Kylian Mbappé pour symboliser sa vitesse fulgurante, sa capacité à surgir brutalement dans une défense, et son explosivité physique, autant dans ses courses que dans ses frappes.



Le surnom « La Foudre » est apparu dans les médias français dès les débuts de Kylian Mbappé à Monaco, pour souligner sa vitesse de pointe et son explosivité sur le terrain. Il a été ensuite amplifié par les commentaires télévisés et les réseaux sociaux.

Il s'agit d'une métaphore météorologique, dans laquelle l'athlète est assimilé à un phénomène naturel imprévisible, rapide et destructeur. La « foudre » évoque une violence instantanée, une fulgurance qui ne laisse aucune chance à l'adversaire. Le surnom opère également une personnification de la vitesse, où Mbappé devient le vecteur même de la célérité. On y décèle aussi une hyperbole naturelle, exagérant la rapidité du joueur jusqu'à l'ériger en force élémentaire. L'effet stylistique est celui d'une magnification spectaculaire, construisant l'image d'un joueur qui ne se contente pas de jouer vite, mais d'incarner la vitesse elle-même.

« foudre » évoque la fulgurance, l'irruption, et une forme de violence maîtrisée. Ce lexème possède une charge symbolique forte, souvent associée à des divinités ou à des puissances célestes.

Le surnom est largement utilisé dans les commentaires de matchs, les titres de presse, les contenus numériques (mèmes, vidéos YouTube), et il alimente un récit d'excellence précoce. Il est fréquemment mobilisé dans le lexique des supporters et dans les campagnes publicitaires.

Le surnom permet d'instaurer une image d'intouchabilité, d'efficacité immédiate, et de supériorité naturelle. Il façonne un mythe autour d'un corps capable de déchirer l'espace de jeu.

### **Big Ben (Ben Roethlisberger)**

Transcription phonétique : /big ben/

Le surnom se compose de l'adjectif anglais « big » (grand, imposant) et du diminutif du prénom « Ben », forme familière de Benjamin. Il fait référence au quarterback Ben Roethlisberger, joueur emblématique des Pittsburgh Steelers en



NFL, connu pour son gabarit impressionnant, sa puissance physique et sa longévité. Ce surnom joue également sur l'allusion à la célèbre horloge britannique Big Ben, symbole de régularité et de solidité.

Le surnom « Big Ben » apparaît très tôt dans la carrière de Ben Roethlisberger, en référence à la fois à son gabarit imposant et à son prénom. Il joue également sur le double sens avec l'horloge emblématique de Londres, bien connue du public américain.

Le procédé de formation repose sur un jeu de mots et une métonymie humoristique. Il associe le prénom « Ben » à une figure monumentale, renforçant l'idée d'un joueur massif et fiable comme une horloge.

Le surnom repose sur une métaphore métonymique, combinant une description physique directe (taille, corpulence) à une allusion culturelle codée (l'horloge). Il fonctionne aussi comme une antonomase référentielle, où un monument emblématique est utilisé pour désigner une personne par analogie de stature et de constance. L'effet stylistique réside dans une double valorisation : à la fois brute (le « big » comme force) et symbolique (la régularité et la stabilité évoquées par l'horloge). Le surnom établit une image de force tranquille, fiable, résiliente, au centre du jeu, inébranlable comme une tour.

Il est employé massivement dans les retransmissions NFL, dans les discussions de fans, les réseaux sociaux et les produits officiels des Pittsburgh Steelers. Il s'inscrit dans une culture footballistique américaine marquée par l'héroïsation des quarterbacks.

Le surnom érige Ben Roethlisberger en repère quasi institutionnel. Il cristallise la figure du meneur solide, fiable, et symbolise la longévité dans une ligue connue pour sa rudesse.

### **King Kong (Romelu Lukaku)**

Transcription phonétique : /kɪŋ kɒŋ/

Le surnom se compose du nom « King » (roi) et du nom propre « Kong », référence au gorille géant fictif popularisé par le cinéma hollywoodien. Utilisé pour désigner Romelu Lukaku, ce surnom



souligne sa puissance physique, son impact athlétique et sa capacité à dominer ses adversaires. Il renvoie à une représentation spectaculaire du joueur en tant que force brute et présence écrasante sur le terrain.

Par ailleurs, « King Kong » repose sur une métaphore bestiale et cinématographique, qui compare le joueur à une créature légendaire, colossale et redoutée. C'est également une antonomase mythique, où un personnage fictif devient le signe d'un profil athlétique hors norme. Le surnom joue sur une hyperbole animale, exagérant volontairement la puissance pour la magnifier. L'effet stylistique est ambivalent : il peut fonctionner comme valorisation d'une domination naturelle, mais aussi comme projection d'une image sauvage, parfois caricaturale. Dans le cas de Lukaku, ce surnom, bien que marquant, a été l'objet de controverses pour ses potentielles connotations raciales dans certains contextes médiatiques — ce qui le rend complexe à interpréter sans nuance.

« King Kong » attribué à Romelu Lukaku à la fois par ses détracteurs et ses admirateurs, en référence à sa puissance physique écrasante. Son emploi fluctue selon les contextes, avec parfois une coloration stigmatisante ou caricaturale.

« King Kong » évoque l'excès, la domination brute, la bestialité mais aussi une forme de solitude majestueuse. Le surnom est à double tranchant, entre célébration viriliste et essentialisation.

On le retrouve dans les réseaux sociaux, certains articles de presse, ainsi que dans des expressions de supporters – notamment en Italie ou en Angleterre. Il peut être revendiqué positivement par le joueur ou dénoncé pour ses sous-entendus raciaux.

En conséquent ce surnom produit un effet de monstruosité glorieuse. Il transforme le corps du joueur en force indomptable, mais au risque de réduire la complexité de son profil.

### **The Flash (Usain Bolt)**

Transcription phonétique : /ðə flæʃ/

Le surnom se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « flash », qui signifie « éclair » ou « lueur soudaine ». Il fait référence à la vitesse extrême de Usain Bolt, recordman du monde du 100 et 200 mètres. Il s'inspire aussi du personnage de bande dessinée « The Flash », super-héros connu pour sa capacité à courir plus vite que la lumière. Le surnom associe donc une qualité athlétique réelle à une référence fictive surhumaine.



Le surnom « The Flash » est popularisé à partir des Jeux Olympiques de Pékin en 2008, où Usain Bolt pulvérise les records du 100 mètre. Il évoque immédiatement le personnage de bande dessinée connu pour sa vitesse surnaturelle.

Le procédé de formation repose sur une analogie culturelle et une référence intertextuelle à l'univers des super-héros. Il s'agit d'un surnom comparatif, qui attribue au sprinteur des qualités proches de celles d'un personnage fictif.

Ce surnom repose sur une métaphore de la vitesse fulgurante, dans laquelle le coureur est assimilé à un phénomène lumineux ou un être fictif doté de capacités hors normes. Il fonctionne également comme une allusion intertextuelle, tirée de la culture populaire (comics), ce qui introduit une dimension mythifiée dans la représentation de l'athlète. L'effet stylistique est une hyperbole héroïque : Usain Bolt n'est pas seulement rapide, il devient l'incarnation même de la vitesse, un symbole universel d'explosion instantanée. Le surnom contribue ainsi à forger une identité médiatique légendaire, entre réalité sportive et fiction populaire.

Le surnom est utilisé dans tous les médias, dans les campagnes publicitaires mondiales, dans le discours des fans, et sur les réseaux sociaux. Il participe à l'aura d'invincibilité du coureur jamaïcain.

« The Flash » positionne Bolt non seulement comme athlète, mais comme figure mythique. Il s'agit d'un processus de spectacularisation qui fait de la performance un moment fictionnel.

### **The Answer (Allen Iverson)**

Transcription phonétique : /ðə 'ænsəɪ/

Le surnom se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « answer », signifiant « la réponse ». Il a été choisi par Allen Iverson lui-même au début de sa carrière, comme affirmation symbolique : il



se présentait comme « la réponse » aux problèmes de son équipe, mais aussi à ceux d'une ligue en quête de renouvellement et d'authenticité. Ce surnom est rapidement devenu emblématique de sa personnalité et de son style.

Le surnom « The Answer » a été choisi par Allen Iverson lui-même au début de sa carrière professionnelle en NBA. Il est censé représenter l'idée qu'il serait « la réponse » à tous les problèmes de son équipe et, plus largement, à une certaine attente dans le monde du basket.

Ce surnom repose sur un procédé énonciatif revendicatif, où le joueur se positionne lui-même comme une solution ou un détonateur. Il s'agit d'un acte de nomination volontaire, en rupture avec la tradition des surnoms imposés par l'extérieur.

Le lexème « answer » évoque la résolution, la pertinence, l'autorité. Il comporte une dimension quasi messianique : celui qui vient répondre à un manque, incarner une forme de vérité dans un système. « The Answer » repose sur une métaphore conceptuelle, dans laquelle le joueur est assimilé à une solution, un remède, une vérité révélée. Il s'agit aussi d'une personnification d'un concept abstrait : la « réponse » devient une identité humaine, dotée de volonté, de style et de rébellion.

Le surnom fonctionne comme une déclaration d'intention, à la fois prophétique et revendicative. L'effet stylistique est celui d'un positionnement identitaire fort, affirmant que la présence d'Iverson dépasse le sport : elle répond à une attente sociale, culturelle, générationnelle. C'est un surnom à haute charge symbolique, qui incarne l'idée d'une solution incarnée, d'un changement venu du bitume.

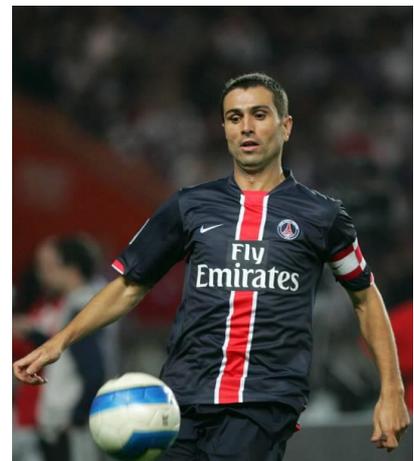
Il est utilisé massivement dans les médias, la culture hip-hop, les slogans de fans, les campagnes publicitaires de Reebok, et les narrations sur la contre-culture NBA des années 2000. Il participe à un récit d'émancipation et de résilience.

En outre, « The Answer » affirme une posture de défi, d'autonomie et de lucidité critique vis-à-vis des structures traditionnelles du sport professionnel. Le surnom devient un emblème d'insoumission brillante.

### **L'Aigle des Açores (Pauleta)**

Le surnom se compose de l'article défini « l' » , du nom commun « aigle » et du complément déterminatif « des Açores ». Il associe un animal noble à l'origine géographique du joueur portugais.

Le surnom « L'Aigle des Açores » a été forgé par la presse sportive portugaise et française pour désigner



Pedro Miguel Pauleta, originaire de l'archipel des Açores. Il traduit à la fois son attachement régional et son efficacité redoutable dans les airs.

Le procédé repose sur une métaphore animale et géographique, qui associe le joueur à un rapace majestueux, tout en soulignant ses racines insulaires. C'est une manière de relier ancrage territorial et qualités techniques.

Le mot « aigle » évoque l'altitude, la précision, l'instinct, et la force aérienne. Il crée un halo de noblesse autour du joueur, souvent perçu comme discret mais déterminant.

Le surnom est couramment utilisé dans les médias portugais, les retransmissions de matchs du PSG, ainsi que dans les biographies sportives. Il est souvent accompagné d'images visuelles de vol, de plan large, renforçant la dimension poétique du nom.

Le surnom participe à une héroïsation calme et élégante, en valorisant la fidélité régionale et l'efficacité silencieuse. Il contribue à forger une image alternative au héros tapageur.

### **The Wall (Manuel Neuer)**

Transcription phonétique : /ðə wɔ:l/

Le surnom se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « wall », signifiant « mur ». Il est utilisé pour désigner la capacité exceptionnelle du gardien à bloquer les tirs adverses, souvent de manière quasi impénétrable.



Le surnom « The Wall » est attribué à Manuel Neuer à partir de ses performances exceptionnelles avec le Bayern Munich et l'équipe nationale allemande, en particulier lors de la Coupe du monde 2014. Il traduit sa capacité à rendre les buts hermétiques à toute tentative adverse.

Le surnom repose sur une métaphore architecturale, comparant le gardien à un mur infranchissable. Il s'agit d'une image courante dans le football, mais portée ici à un degré d'intensité symbolique supérieur.

« wall » désigne une barrière, un obstacle fixe et protecteur. Le terme évoque la solidité, la constance et la résistance. Il place Neuer dans une position passive active, réactive mais indélogeable.

On le retrouve dans les commentaires des matchs, les mêmes viraux, les réseaux sociaux, et les émissions spécialisées. Il est intégré dans la culture populaire comme un emblème de rigueur défensive et de dépassement technique.

En plus, « The Wall » fait de Neuer une figure stoïque et froide, une force immobile qui rassure les siens et décourage les adversaires. Il incarne la rationalité allemande dans sa version la plus spectaculaire.

Il s'agit d'une métaphore défensive : le gardien est comparé à un mur, symbole d'invincibilité et d'obstacle infranchissable. Le surnom repose également sur une personnification de l'inertie résistante, valorisant la solidité et la constance du joueur. L'effet global est une exagération contrôlée de sa performance, présentée comme un rempart absolu.

### **Le Général (Didier Deschamps)**

Le surnom se compose de l'article défini « le » et du nom commun « général », désignant un haut grade militaire. Il est utilisé pour qualifier la posture stratégique, autoritaire et rassembleuse de Deschamps, d'abord comme joueur puis comme sélectionneur.



Le surnom « Le Général » s'est popularisé dès la fin des années 1990, en particulier lors de la Coupe du monde 1998, que Didier Deschamps remporte en tant que capitaine de l'équipe de France. Il désigne à la fois son rôle organisationnel sur le terrain et son autorité morale dans le vestiaire.

Le procédé repose sur une métaphore militaire, qui transpose la fonction de meneur de jeu à celle d'un chef d'armée. Le surnom valorise la capacité à diriger, anticiper, structurer le jeu et incarner une ligne de conduite.

Le terme « général » convoque un imaginaire de commandement, de discipline, de rigueur et de responsabilité stratégique. Il inscrit Deschamps dans une lignée d'hommes de devoir et de tactique, en rupture avec l'exubérance.

Le surnom est réactivé lors de sa reconversion en entraîneur, notamment en 2018 lors du deuxième sacre mondial. Il est employé par les journalistes, les commentateurs sportifs et les supporters, comme un symbole de cohérence tactique et de leadership.

« Le Général » institue une figure de stabilité et de victoire silencieuse. Il permet d'écrire une continuité entre le joueur et le sélectionneur, entre l'action et la réflexion.

### **Capitaine Courage (Carles Puyol)**

Le surnom se compose du nom commun « capitaine », qui renvoie au statut de meneur d'équipe, et du nom abstrait « courage », désignant une qualité morale valorisée dans le sport de haut niveau. Il qualifie un joueur connu pour sa bravoure, son engagement physique total et son exemplarité dans l'effort.

Le surnom « Capitaine Courage » est attribué à Carles Puyol pour souligner son abnégation, sa force de caractère et son exemplarité en tant que capitaine du FC Barcelone et de l'équipe d'Espagne. Il s'est imposé dans les années 2000.

Ce surnom repose sur une apposition valorisante, combinant une fonction (capitaine) et une vertu (courage). Il s'agit d'une structure énonciative double qui associe responsabilité et héroïsme dans un format journalistique efficace.

Le lexème « courage » évoque l'endurance, la loyauté, le dévouement. Il place le joueur du côté de l'effort et de la droiture morale, à rebours des figures spectaculaires centrées sur la technique ou le style.



Ce surnom est largement diffusé dans la presse sportive espagnole et européenne, chez les commentateurs et les fans. Il est renforcé par des images d'engagement physique et de résilience en match.

« Capitaine Courage » fonctionne comme une figure d'éthique sportive. Il permet de construire un récit de dévouement total à l'équipe, de sacrifice personnel et de gestion de la pression collective.

Le surnom repose sur une apposition méliorative, qui unit fonction et vertu. On y trouve une métonymie éthique, où la qualité morale (le courage) représente la personne entière. L'ensemble produit un effet de figuration héroïque, ancrant Puyol dans un imaginaire du sacrifice et du dévouement collectif

### **The Beast (Adebayo Akinfenwa)**

Transcription phonétique : /ðə bi:st/

Le surnom se compose de l'article défini anglais « the » et du mot « beast », qui signifie « bête ». Il désigne un joueur au physique impressionnant et à la puissance reconnue.



Le surnom « The Beast » accompagne Adebayo Akinfenwa tout au long de sa carrière, en raison de son gabarit exceptionnel et de son approche physique du football. Il est revendiqué par le joueur lui-même et largement amplifié par les réseaux sociaux.

Il s'agit d'une métaphore zoomorphique, qui rapproche le joueur d'un animal puissant, indomptable, tout en cultivant une image de force intimidante et d'invincibilité corporelle.

Le lexème « beast » est polysémique : il peut désigner une créature effrayante ou fascinante, mais aussi une personne dotée d'une puissance hors du commun. Il induit une perception du corps comme machine de destruction joyeuse.

Le surnom est omniprésent dans les médias alternatifs, les interviews virales, les jeux vidéo (notamment FIFA), les marques de vêtements, et les contenus humoristiques autour du football britannique.

Sur le plan discursif, « The Beast » joue sur la célébration de la différence physique, voire sur la fierté d'un hors-norme assumé. Il transforme une particularité morphologique en emblème identitaire.

### **Spida (Donovan Mitchell)**

Transcription phonétique : /'spaidə/

Le surnom se compose d'une variation orthographique du mot anglais « spider » (araignée), prononcé de manière identique. Il fait référence à l'agilité, la rapidité et la capacité à se faufiler de



Donovan Mitchell sur le terrain, évoquant le comportement d'une araignée.

Le surnom « Spida » a été donné à Donovan Mitchell par un entraîneur local lors de son adolescence, en raison de sa rapidité et de sa capacité à "tisser" des actions complexes comme une araignée. Il est rapidement repris par les médias dès son entrée en NBA.

La construction du surnom repose sur une déformation lexicale volontaire de « spider », associée à une graphie stylisée typique du langage jeune et urbain. Cette création nominale unique agit comme une signature linguistique individualisée.

« Spida » évoque l'agilité, la vitesse, la coordination, mais aussi l'idée de stratégie et de piège. Le surnom valorise un style de jeu tactique et instinctif, ancré dans l'imprévisibilité et la vivacité.

On le retrouve dans les commentaires NBA, sur les réseaux sociaux, les produits de merchandising et même dans les surnoms donnés par les coéquipiers. Il contribue à créer une marque personnelle autour de l'athlète. « Spida » symbolise l'intelligence de

jeu et la capacité à désorienter l'adversaire. Le surnom participe à la construction d'un ethos de joueur rusé, spectaculaire et jeune.

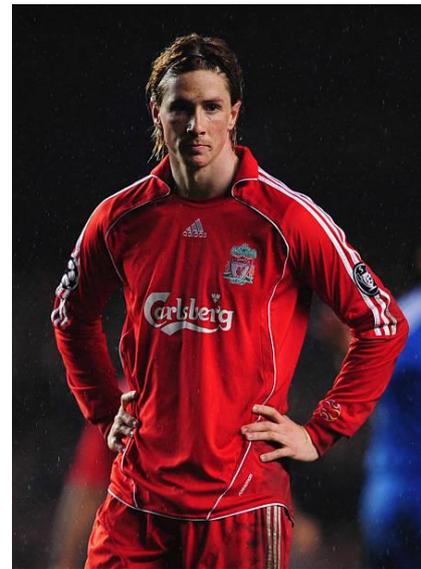
Il s'agit d'une métaphore animale stylisée, qui compare implicitement le joueur à une araignée pour suggérer sa souplesse, son agilité défensive et ses mouvements imprévisibles. L'orthographe déformée (« Spida ») ajoute un effet de personnalisation ludique, proche du style des pseudonymes de super-héros.

### **El Niño (Fernando Torres)**

Transcription phonétique : /el 'niño/ (espagnol)

Le surnom se compose de l'article défini espagnol « el » et du nom commun « niño », signifiant « l'enfant ». Il fait référence à la jeunesse du joueur au moment de ses débuts professionnels.

Le surnom « El Niño » est attribué à Fernando Torres très jeune, lorsqu'il débute avec l'Atlético Madrid à seulement 17 ans. Le terme espagnol signifie « l'enfant », en référence à sa jeunesse et à son visage juvénile.



Ce surnom repose sur une métonymie temporelle : on désigne le joueur par son âge au moment de son émergence. Il devient un élément identitaire marquant, même après sa maturité footballistique.

« El Niño » convoque une image d'innocence, de fraîcheur, de promesse. Il établit une tension narrative entre l'apparente fragilité du nom et la puissance réelle du joueur sur le terrain.

Il est utilisé dans la presse espagnole et internationale, dans les tribunes, les chansons de supporters, ainsi que dans les produits commerciaux. Il a perduré malgré l'évolution de carrière du joueur.

Ce surnom permet une narration continue du « prodige devenu homme ». Il installe une forme de fidélité médiatique à l'image d'un début fulgurant, toujours rattaché à l'enfance du mythe.

## **El Tigre (Radamel Falcao)**

Transcription phonétique : /el 'tiyre/ (espagnol)

Le surnom se compose de l'article défini espagnol « el » et du nom commun « tigre », qui signifie « tigre ». Il est utilisé pour désigner Falcao comme un attaquant féroce, rapide et décisif, incarnant les qualités de cet animal prédateur.

« El Tigre » est le surnom de Radamel Falcao depuis ses débuts professionnels. Il lui a été donné en Colombie pour symboliser sa combativité, sa force mentale et sa capacité à surgir dans la surface comme un félin.

Le surnom repose sur une métaphore animale, associant le joueur à un tigre, emblème universel de puissance, de souplesse et d'agressivité maîtrisée. Ce transfert symbolique d'un prédateur au joueur est courant dans les discours sportifs.

Le mot « tigre » suggère la rapidité, l'efficacité, la brutalité contrôlée et la beauté du geste prédateur. Il confère au joueur une aura de férocité élégante.

Il est très répandu dans la presse latino-américaine, les commentaires européens, les réseaux sociaux, ainsi que dans les produits dérivés autour de Falcao. Il est parfois utilisé comme nom de scène dans des campagnes publicitaires.

En outre « El Tigre » impose une image forte, héroïque, presque totémique. Il devient un symbole national colombien, unificateur et guerrier.



## **Le Pharaon (Mohamed Salah)**

Le surnom se compose de l'article défini « le » et du nom commun « pharaon », qui renvoie aux souverains de l'Égypte antique. Il sert à identifier Mohamed Salah comme figure de grandeur nationale et d'autorité historique dans le football égyptien et international.



Le surnom « Le Pharaon » a émergé dans les médias européens dès les premières performances majeures de Mohamed Salah en Italie, puis en Angleterre. Il fait référence à ses origines égyptiennes et à sa stature quasi souveraine dans le football.

Ce surnom repose sur une métaphore historique : le joueur est comparé à un dirigeant ancestral, incarnation de puissance, de sagesse et de rayonnement. L'usage du titre « pharaon » confère à Salah une dimension monarchique et mythique, ancrée dans l'identité culturelle égyptienne. Il crée un effet de glorification symbolique, qui dépasse le cadre sportif. Il s'agit d'une métaphore culturelle qui connecte le joueur à une figure historique prestigieuse. Le surnom opère une élévation discursive par référence à une autorité ancienne et sacrée.

Le terme « pharaon » évoque le pouvoir, la légitimité divine, la grandeur et la pérennité. Il construit une image de domination ancrée dans l'histoire et le sacré.

On retrouve ce surnom dans les titres de presse, les affiches de matchs, les commentaires télévisés et les campagnes internationales. Il est particulièrement valorisé dans le monde arabe comme symbole d'excellence régionale.

« Le Pharaon » permet de conjuguer identité nationale et reconnaissance globale. Il fait de Salah une figure d'unité, à la fois moderne et ancestrale.

## **The Notorious (Conor McGregor)**

Transcription phonétique :

/ðə nə'to:riəs/(anglais)

Le surnom se compose de l'article défini anglais « the » et de l'adjectif « notorious », signifiant « célèbre pour de mauvaises raisons » ou « tristement célèbre ». McGregor l'adopte comme emblème personnel, jouant sur l'ambiguïté entre gloire et provocation.



Le surnom « The Notorious » a été choisi délibérément par Conor McGregor, en référence à son attitude provocante, à ses sorties médiatiques sulfureuses et à la star du rap Notorious B.I.G. Il constitue une marque de fabrique.

Le procédé repose sur une autodésignation provocatrice. Il s'inscrit dans une logique de construction identitaire volontaire, centrée sur la confrontation et le spectacle.

« notorious » signifie « célèbre pour de mauvaises raisons », mais dans un contexte valorisant cette notoriété subversive. Il exprime un mélange de scandale et de charisme.

Il est omniprésent dans les médias MMA, les réseaux sociaux, les produits dérivés, les face-à-face télévisés et les slogans commerciaux. Il sert de point d'ancrage à la communication de McGregor.

« The Notorious » incarne la transgression maîtrisée, la fabrique du personnage public et la stratégie de polarisation médiatique. Il est l'exosquelette d'une mise en scène identitaire.

Le surnom repose sur une antiphrase assumée : ce qui pourrait être un blâme devient une revendication de singularité. Il s'agit aussi d'une antonomase inversée, où un adjectif devient nom propre. Le tout produit un effet de provocation identitaire, renforçant une image de combattant hors norme, spectaculaire et transgressif.

## **El Fenómeno (Ronaldo Luís Nazário de Lima)**

/elfe'nomeno/ (prononciation espagnole)

Le surnom se compose de l'article défini espagnol « el » et du nom commun « fenómeno », qui signifie « phénomène ». Il désigne le joueur comme un être hors norme, aux qualités techniques, physiques et mentales exceptionnelles, difficile à expliquer par des critères habituels.



Le surnom « El Fenómeno » a été attribué à Ronaldo dès son explosion sur la scène internationale dans les années 1990, en particulier après ses performances au FC Barcelone et en Coupe du monde. Ce surnom, forgé par la presse espagnole, souligne l'effet de sidération qu'il provoquait sur les terrains.

Il repose sur une métaphore hyperbolique : le joueur n'est plus un simple athlète, mais un phénomène, un événement qui dépasse l'ordinaire. Le surnom s'appuie sur une rhétorique de l'exception.

Le mot « fenómeno » suggère l'anomalie, la rareté, l'événement inexplicable. Il inscrit le joueur dans une catégorie à part, presque surnaturelle, dont les capacités semblent inaccessibles à l'analyse rationnelle.

Le surnom a été largement diffusé dans les médias sud-américains et européens, dans les discussions de fans, dans les commentaires sportifs et les documentaires. Il est resté associé à Ronaldo même après sa carrière, comme titre légendaire.

« El Fenómeno » fonctionne comme une forme de déification profane. Il efface les limites humaines pour faire du joueur une énigme vivante, un miracle du football moderne.

## **The Ox (Alex Oxlade-Chamberlain)**

Transcription phonétique : /ðə ɒks/

Le surnom se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « ox », signifiant « bœuf » en anglais. Il repose sur un jeu de mots phonétique avec le début du nom de famille « Oxlade » et désigne la puissance physique et l'endurance du joueur.

Il repose sur une double motivation : d'un côté une ellipse nominale, de l'autre une métaphore animale implicite qui connecte nom propre et caractéristique physique, dans une économie discursive très efficace.

Le lexème « ox » renvoie à l'endurance, la solidité, la force brute. Il confère au joueur une image de puissance tranquille, de travailleur infatigable, capable d'efforts soutenus dans l'ombre.

Le surnom est utilisé dans les discussions de fans, dans les résumés de matchs, sur les réseaux sociaux et dans certains chants de supporters. Il est associé à l'idée d'un joueur utilitaire mais décisif.

« The Ox » inscrit Oxlade-Chamberlain dans une figure d'efficacité discrète. Il valorise la fiabilité et la générosité dans l'effort, à rebours des surnoms plus flamboyants.

Ce surnom repose sur une métonymie animale, l'animal symbolisant les qualités attribuées au joueur : robustesse, force tranquille et constance. Il contient aussi une paronomase implicite, fondée sur la ressemblance sonore entre « Ox » et « Oxlade », qui crée un effet d'identification à la fois ludique et valorisant. Le surnom « The Ox » est une contraction phonétique du nom de famille « Oxlade » mais il est également renforcé par le jeu de mots avec « ox », le bœuf en anglais, animal réputé pour sa force et sa robustesse.



## **2.2 Conclusion partielle**

L'étude des surnoms sportifs montre qu'ils ne se limitent pas à désigner un athlète : ils deviennent de véritables outils de construction symbolique et sociale. Chaque surnom fonctionne comme une forme condensée de discours, cristallisant un imaginaire collectif autour d'une figure sportive.

Les procédés de formations les plus fréquents sont métaphoriques (The King, La Foudre, Le Pharaon), traduisant une volonté d'élévation symbolique. D'autres procédés relèvent de l'affectif, comme les hypocorismes ou apocopes (Zizou, Le Shaq), ou de logiques médiatiques et ludiques : jeux de mots (Big Ben, The Ox) et sigles (CR7).

Sur le plan sémantique, ces surnoms mobilisent des lexiques valorisants (majesté, puissance, vitesse, grâce). Ils participent à la mise en récit des athlètes comme figures héroïques ou mythifiées. Initialement issus des fans ou des journalistes, ces surnoms investissent progressivement la culture populaire et médiatique, devenant des identifiants transmédiatiques à part entière.

Selon Kerbrat-Orecchioni (L'énonciation, 1980), le surnom fonctionne comme un acte de subjectivité discrète : « nommer, c'est dire quelque chose du nommé et du locuteur ». Dire Zizou plutôt que Zinédine Zidane marque une posture de familiarité. Le surnom opère aussi comme signe d'appartenance communautaire : il circule, se répète, se partage.

En somme, les surnoms sportifs sont bien plus que des appellations : ils agissent comme des nœuds narratifs et identitaires dans une mythologie contemporaine du sport. À travers eux, le langage ne nomme pas simplement — il consacre, interprète et transmet.

## 2.3 Analyse des sobriquets

### Le Président (Laurent Blanc)

Le sobriquet se compose de l'article défini « le » et du nom commun « président ». Il attribue une fonction politique symbolique au joueur, en référence à son calme, son autorité et son style posé.

Le sobriquet « Le Président » est attribué à Laurent Blanc durant sa carrière de joueur, et s'est maintenu ensuite comme entraîneur. Il trouve son origine dans son attitude calme, son autorité naturelle sur le terrain et son aisance verbale dans les médias, qui rappellent l'éloquence et la stature d'un homme d'État.



Ce sobriquet repose sur une métaphore politique, plaçant le joueur dans un registre institutionnel et hiérarchique. Il suggère que Blanc n'était pas seulement un joueur de haut niveau, mais également une figure de commandement dans l'équipe.

Le terme « président » évoque l'autorité, la légitimité, la représentation d'un collectif. Appliqué à un joueur, il active un lexique de respectabilité, d'élégance et de stratégie, bien au-delà du champ strictement sportif.

Ce sobriquet est omniprésent dans la presse française, les interviews, les documentaires et les discussions d'anciens joueurs. Il a traversé les époques et continue d'être utilisé rétrospectivement comme une clé de lecture de sa posture publique.

Ce sobriquet repose sur une métaphore institutionnelle : le joueur est comparé à un chef d'État. L'effet est une valorisation statutaire, qui évoque le contrôle, le leadership et l'élégance. Il contient aussi une forme d'ironie respectueuse dans certains contextes médiatiques.

## **Le Grizzli (Sébastien Chabal)**

Transcription phonétique : /lə ɡʁiz.li/

Le sobriquet se compose de l'article défini français « le » et du nom commun « grizzli », désignant un grand ours sauvage d'Amérique du Nord. Il est attribué à Sébastien Chabal en raison de son apparence physique impressionnante (barbe fournie, chevelure épaisse), sa puissance brute et son style de jeu



rugueux. Le surnom s'inscrit dans une tradition de comparaison animalière visant à incarner la force redoutée et la résistance.

Le sobriquet « Le Grizzli » a été attribué à Sébastien Chabal dans les années 2000, notamment en France, en raison de son apparence physique impressionnante, de sa barbe fournie et de son style de jeu percutant. Il s'est imposé d'abord chez les supporters, puis dans les médias.

Il repose sur une métaphore animale très visuelle. Le grizzli, grand prédateur massif et redouté, est convoqué pour souligner la puissance physique et l'impact visuel du rugbyman sur le terrain.

Le mot « grizzli » active un champ sémantique de sauvagerie, de force brute, d'intimidation naturelle. Il transforme le joueur en créature de la nature indomptable, rendant presque anecdotique son prénom ou son poste.

Ce sobriquet est utilisé dans les stades, les commentaires télévisés, les campagnes de communication et les produits dérivés. Il est devenu emblématique de la « marque Chabal », participant à sa popularité au-delà du rugby.

Ce sobriquet repose sur une métaphore animale bestiale, qui assimile le joueur à un grizzli, emblème de puissance, de sauvagerie maîtrisée et de respect instinctif. Il fonctionne également comme une synecdoque iconique, où l'apparence (corpulence, pilosité) devient le signe de l'identité entière du joueur. Le sobriquet produit un effet de dramatisation corporelle : Chabal n'est plus seulement un athlète, mais une figure totémique, une incarnation de la nature indomptée dans l'univers réglementé du

rugby. L'image du grizzli introduit une dimension à la fois primitiviste et mythique, amplifiée par les médias et reprise dans l'imaginaire collectif.

### **Ratatouille (Lucas Digne)**

Transcription phonétique : /ʁata'tuj/

Le sobriquet se compose d'un nom commun français, « ratatouille », qui désigne un plat populaire du sud de la France, mais qui, dans ce contexte,



renvoie directement au film d'animation éponyme de Pixar. Ce surnom est attribué à Lucas Digne en raison de sa ressemblance physique, souvent soulignée de manière humoristique sur les réseaux sociaux, avec le personnage principal du film : Rémy, le petit rat cuisinier. Il s'agit donc d'un surnom à la fois visuel, affectif et culturel.

L'origine du surnom ne provient ni du jeu ni du palmarès du joueur, mais d'une construction collective issue des réseaux sociaux et de la culture internet, où l'apparence physique du joueur a été comparée, souvent de manière moqueuse mais sans malveillance directe, au personnage du dessin animé. L'association est ensuite amplifiée dans les espaces de discussion sportive, jusqu'à devenir un marqueur identitaire secondaire, voire affectueux.

Ce surnom repose principalement sur une métaphore visuelle humoristique, fondée sur la ressemblance perçue entre l'athlète et une figure fictionnelle. On y décèle également une synecdoque culturelle, où un mot (le titre d'un film) est utilisé pour désigner un individu entier. Il y a aussi un effet de parodie implicite : le surnom détourne une référence enfantine pour commenter le monde professionnel du football, dans un contraste volontaire.

Le mot « ratatouille » lui-même évoque dans le lexique commun une réalité culinaire simple, populaire et métissée. Son emploi dans un cadre sportif produit un décalage lexical, entre la fonction noble du joueur professionnel et le registre familial, presque trivial, du surnom. Ce glissement produit un effet d'humour qui n'est pas dévalorisant mais désacralisant.

## **Gronaldo (Jean-Claude Darcheville)**

Transcription phonétique : /gʁɔ.nal.do/

Le sobriquet « Gronaldo » se compose du préfixe familier « gro- », issu de l'adjectif « gros », et du nom propre « Ronaldo », en référence directe à l'attaquant brésilien Ronaldo Nazário. Ce mot-valise est formé dans un registre ironique, pour désigner Jean-Claude Darcheville



par une combinaison de surpoids perçu et d'efficacité offensive, à l'image du célèbre attaquant brésilien en fin de carrière.

Ce sobriquet circule dans les médias et surtout dans les tribunes et forums des années 2000, période durant laquelle Darcheville est souvent commenté pour son physique massif, perçu comme atypique pour un attaquant de haut niveau. Le surnom est à la fois moqueur et paradoxalement valorisant : il souligne un écart par rapport aux normes corporelles dominantes du football professionnel tout en rappelant que cela n'empêche pas l'efficacité redoutable du joueur devant le but.

« Gronaldo » repose sur une métaphore corporelle ironique : il assimile le corps du joueur à un stéréotype de corpulence excessive, tout en l'associant à un modèle footballistique de référence. Il s'agit également d'une antonomase déformée : « Ronaldo » devient une catégorie symbolique du buteur puissant mais en surpoids, tandis que « gro- » agit comme une préfixation péjorative atténuée par l'humour. Ce type de construction relève aussi d'une figure de travestissement identitaire, où le surnom crée une version caricaturale mais affective du joueur.

Le terme « gro- » introduit un registre familier, parfois stigmatisant, associé à une perception visuelle dominante. Toutefois, sa combinaison avec « Ronaldo » neutralise en partie l'effet péjoratif en créant un contre-discours humoristique, qui réaffirme la valeur sportive malgré l'écart aux standards esthétiques. Le surnom devient ainsi le lieu d'un éloge paradoxal, où l'on célèbre ce qui aurait pu être une faiblesse comme un trait distinctif.

## L'Ange Vert (Dominique Rocheteau)

Transcription phonétique : /lɑ̃ʒ vɛʁ/

Le surnom se compose de l'article défini éliidé « l' », du nom commun « ange » et de l'adjectif de couleur « vert ». Il combine une image céleste (« ange ») à la couleur emblématique de son club, l'AS Saint-Étienne (« vert »). Ce surnom désigne un joueur à la fois gracieux dans son style de jeu et profondément lié à l'identité visuelle et affective de son équipe.

Le sobriquet « L'Ange Vert » est attribué à Dominique Rocheteau dans les années 1970 lorsqu'il joue à l'AS Saint-Étienne. Il est forgé par la presse en référence à son style fluide, ses cheveux longs et son aura quasi mystique, tout en rappelant la couleur verte du club.

Il repose sur une double métaphore : une référence céleste (l'ange) et une association chromatique (le vert), qui ensemble suggèrent à la fois grâce, pureté et identité clubiste forte.

« Ange » évoque l'élévation, la douceur, la légèreté, tandis que « vert » ancre cette légèreté dans un ancrage visuel précis. L'expression donne ainsi au joueur une dimension aérienne mais localisée.

Ce sobriquet est emblématique de l'âge d'or des Verts de Saint-Étienne et reste associé à une époque de gloire du football français. Il est constamment mobilisé dans les récits nostalgiques et les archives sportives.

Le surnom repose d'abord sur une métaphore céleste, en assimilant le joueur à un ange : figure de légèreté, d'élégance et de pureté. Le qualificatif « vert » opère une synecdoque chromatique, dans laquelle la couleur symbolise à elle seule l'équipe et l'univers stéphanois. Cette association crée une allégorie du football poétique, où l'esthétique du joueur et sa fidélité au club sont fusionnées dans une expression mémorable et valorisante. L'effet produit est à la fois visuel, émotionnel et symbolique



## **The Lioness (Amanda Nunes)**

Transcription phonétique : /ðə 'laɪənəs/

Le surnom se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « lioness », qui signifie « lionne ». Il désigne Amanda Nunes à travers une figure animale féminisée, symbole de force, de férocité et de leadership naturel, en lien avec son style de combat et sa domination dans les arts martiaux mixtes (MMA).



Le sobriquet « The Lioness » est associé à Amanda Nunes dès ses premiers succès en UFC, et devient emblématique à partir de ses victoires dans deux catégories de poids, notamment contre Ronda Rousey et Cris Cyborg. Ce surnom naît dans un contexte où la combattante cherche à affirmer à la fois sa force, sa nationalité brésilienne (le lion figure dans certains récits folkloriques locaux), et sa combativité sur le plan symbolique. Il est repris avec enthousiasme par les commentateurs et les fans, puis intégré aux campagnes de promotion de l'organisation.

Le procédé de formation repose sur une métaphore animale, classique dans les sports de combat, mais ici sexualisée : le lion est traditionnellement associé à la virilité dominante, tandis que « lioness » désigne la lionne, figure féminine du clan, à la fois protectrice, prédatrice et souveraine. Ce choix renverse les stéréotypes de genre en associant féminité et férocité. Nunes ne se contente pas d'accepter ce surnom : elle l'incarne, l'affiche sur ses réseaux, dans ses entrées et dans sa gestuelle corporelle, construisant une posture de puissance assumée.

Le terme « lioness » convoque un champ sémantique riche en connotations de courage, d'agressivité protectrice et de domination. Contrairement à des surnoms masculins guerriers, cette désignation associe noblesse, instinct et responsabilité territoriale. Elle introduit une forme de majesté animale, soulignant que Nunes règne sur la cage comme une lionne sur la savane : non par brutalité gratuite, mais par ordre naturel. Cette coloration sémantique contribue à la légitimation de sa suprématie dans un univers historiquement masculinisé.

Son usage se généralise dans les médias sportifs, dans les vignettes promotionnelles de l'UFC, sur les comptes sociaux officiels, mais aussi dans les discours des fans et des journalistes spécialisés. Il est fréquemment imprimé sur ses vêtements, accompagné d'iconographies félines. La constance de son emploi contribue à stabiliser l'identité publique de Nunes comme une combattante au sommet de la hiérarchie féminine mondiale, tout en consolidant un imaginaire dans lequel la lionne n'est pas un simple animal, mais un archétype symbolique de reconfiguration du pouvoir.

Ce sobriquet repose sur une métaphore animale forte, où la lionne incarne à la fois la puissance, la ténacité et l'instinct protecteur. Le choix du féminin (« lioness ») est essentiel : il affirme la puissance féminine sans transposition masculine, ce qui constitue une valorisation identitaire de genre. Il s'agit également d'une personnification emblématique, qui érige la combattante en archétype de la reine de la savane, dominante et respectée. L'effet stylistique associe la combattivité à une noblesse instinctive et crée un imaginaire de grandeur sauvage, ancré dans la force naturelle plutôt que dans l'artifice.

### **The Baby-Faced Assassin (Ole Gunnar Solskjær)**

Transcription phonétique: /ðə 'beɪbi feɪst ə'sæsɪn/

Le sobriquet se compose de l'article défini anglais « the », du groupe nominal composé « baby-faced » (littéralement « à visage de bébé ») et du nom commun « assassin ». Il associe une apparence juvénile à une redoutable efficacité offensive, construisant ainsi un contraste saisissant entre l'image et la fonction. Ce surnom qualifie Solskjær en tant que joueur discret, calme, mais terriblement efficace face au but.



Le sobriquet « The Baby-Faced Assassin » est attribué à Ole Gunnar Solskjær dès la fin des années 1990, lors de son passage remarqué à Manchester United, notamment après ses performances décisives en tant que supersub. Cette appellation naît de la

surprise visuelle provoquée par le contraste entre son visage juvénile et son efficacité redoutable devant le but, souvent en situation décisive. Le surnom est repris par les commentateurs britanniques et fait rapidement florès dans la presse anglophone.

Le procédé de formation repose sur une antithèse iconique : d'un côté l'apparence enfantine (« baby-faced »), de l'autre une image meurtrière métaphorique (« assassin »). Ce contraste vise à souligner l'écart entre l'apparence inoffensive et la dangerosité réelle. Il s'agit d'un trope à la fois ludique et efficace, qui transforme le joueur en figure paradoxale, capable de déjouer les attentes. Ce procédé renforce l'effet de surprise qui caractérisait son jeu.

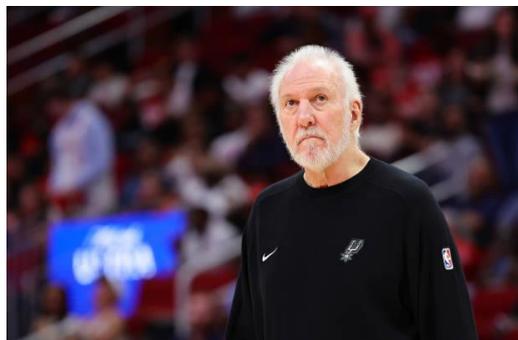
L'association des termes construit une figure d'ambiguïté redoutable. « Baby-faced » suggère la douceur, l'innocence, voire l'angélisme ; « assassin », en revanche, renvoie à la froideur, à la précision létale, et à la clandestinité. Ensemble, ils forment une entité redoutablement efficace dissimulée sous des traits trompeurs. Cette tension lexicale nourrit une narration récurrente dans les portraits médiatiques de Solskjær.

Le sobriquet s'est diffusé dans les médias sportifs britanniques et internationaux, dans les titres de presse, les présentations de matchs, les jeux vidéo et les commentaires en direct. Il a survécu à sa carrière de joueur, et réémerge même dans les commentaires autour de sa posture d'entraîneur, où l'on continue de lui attribuer cette efficacité en apparence discrète mais redoutable.

### **The Professor (Gregg Popovich)**

Transcription phonétique : /ðə prə'fɛsəɪ/

Le sobriquet se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « professor », qui désigne un enseignant d'université ou une autorité intellectuelle. Il est attribué à Gregg Popovich pour souligner son style



méthodique, sa capacité d'analyse stratégique, son autorité calme et son rôle formateur auprès des joueurs. Ce surnom positionne l'entraîneur comme figure savante et pédagogue du basket-ball.

Le sobriquet « The Professor » est attribué à Gregg Popovich en reconnaissance de son approche intellectuelle et tactique du basketball, notamment durant son règne à la tête des San Antonio Spurs. Il émerge progressivement dans les années 2000, alors que ses choix collectifs et ses discours critiques sur le sport-spectacle le distinguent de ses pairs. Ce surnom traduit la perception d'un homme au savoir méthodique, à l'autorité non spectaculaire mais profondément structurante.

Ce sobriquet repose sur une métaphore pédagogique, où le terrain de jeu devient une salle de classe, et l'entraîneur, un maître de savoir. Il fonctionne aussi comme une personnification du savoir tactique : Popovich incarne ici l'intelligence collective, la rigueur, la transmission. Le surnom valorise moins le charisme que la maîtrise, l'intellect, l'élévation rationnelle du sport. L'effet stylistique est épistémique et respectueux : il désigne une autorité tranquille, fondée sur la connaissance plutôt que sur l'exubérance.

Le terme « professor » convoque un champ sémantique d'érudition, de transmission et de discipline intellectuelle. Contrairement aux surnoms belliqueux ou animaliers du sport, celui-ci valorise la pensée, la patience, la construction. Il dote Popovich d'un ethos d'ingénieur du jeu, en rupture avec les figures plus théâtrales d'entraîneurs guerriers. L'intelligence devient ici l'attribut fondamental de la légitimité.

Le sobriquet circule abondamment dans les médias américains, notamment dans les articles d'analyse, les documentaires NBA, les discussions d'experts et même dans les productions de fans qui détournent son image avec des attributs académiques (lunettes, tableau noir). Il est intégré dans un récit collectif autour du « système Spurs » comme modèle de discipline, d'altruisme et de stratégie.

## **The Magician (Paul Scholes)**

Transcription phonétique : /ðə mə' dʒɪʃən/

Le sobriquet se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « magician », qui signifie « magicien ». Il est utilisé pour désigner Paul Scholes en raison de sa vision du jeu exceptionnelle, sa qualité de passe hors norme, et sa capacité à créer des actions inattendues et précises. Le sobriquet attribue à ses performances une dimension presque surnaturelle.



Ce sobriquet construit un imaginaire de la création invisible, où l'intelligence de jeu devient un tour de magie. On retrouve aussi une personnification du don technique, qui transforme une maîtrise rationnelle en puissance poétique. L'effet stylistique est élevé, admiratif, presque mystique, en accord avec l'image de Scholes comme joueur sous-estimé mais révérendé par ses pairs.

Le sobriquet « The Magician » attribué à Paul Scholes s'est imposé dans les médias anglais dès le début des années 2000, notamment au sein de la presse spécialisée et des discours d'anciens coéquipiers. Il renvoie à la manière subtile et imprévisible dont Scholes manipulait le ballon, souvent à distance, avec une précision déconcertante. Ce surnom n'a pas été revendiqué par le joueur lui-même, mais s'est imposé par consensus élogieux, soulignant sa singularité technique au sein du football britannique.

Le procédé de formation repose sur une métaphore enchantée, qui assimile le joueur à un magicien, c'est-à-dire à un individu capable de produire l'émerveillement par des moyens insaisissables. Il ne s'agit pas simplement de saluer l'efficacité, mais de souligner l'explicabilité du geste, la capacité à faire apparaître des solutions là où les autres ne voient rien. Cette figure relève d'une rhétorique de l'exception esthétique.

Le mot « magician » évoque la manipulation habile, le pouvoir occulte, la rareté et l'illusion. Dans le contexte footballistique, il désigne une forme de créativité supérieure, une maestria qui échappe aux lois ordinaires du jeu. Le lexème met en

avant l'instantanéité et l'irrationnel, éléments constitutifs de l'aura du joueur discret mais génial.

Ce sobriquet est fréquemment employé dans les commentaires de matchs, les hommages de joueurs (notamment par Xavi ou Zidane), les documentaires, et les réseaux sociaux nostalgiques. Il cristallise une image de technicien hors norme, respecté bien au-delà de son pays, et figure tutélaire d'un football où la discrétion cohabite avec l'enchantement.

### **The Mountain (Hafþór Júlíus Björnsson)**

Transcription phonétique : /ðə 'maʊntən/

Le sobriquet se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « mountain », signifiant « montagne ». Il est attribué à Hafþór Júlíus Björnsson en raison de sa stature physique hors norme, de sa force exceptionnelle et de sa présence imposante, aussi bien dans le sport (Strongman) que dans son rôle de Gregor Clegane dans la série *Game of Thrones*.



Il s'agit d'une métaphore monumentale, dans laquelle l'homme est assimilé à une montagne, symbole d'immensité, d'inébranlabilité et de force brute. Le sobriquet crée une personnification géologique, transformant une réalité naturelle inerte (la montagne) en être de chair et de puissance. C'est également une hyperbole physique : le surnom magnifie son gabarit jusqu'à l'inscrire dans une échelle non humaine. Cette construction discursive confère à Björnsson une dimension mythique, quasi surnaturelle, faisant de lui une force de la nature incarnée.

Le surnom « The Mountain » est d'abord apparu dans le registre fictionnel, puisque Hafþór Júlíus Björnsson incarne Gregor Clegane, dit « The Mountain », dans la série *Game of Thrones*. Le passage de ce sobriquet à la sphère sportive, notamment dans les compétitions de force athlétique, s'est fait par contamination médiatique. Le

nom fictif devient réalité symbolique : le personnage alimente l'image de l'homme, et inversement.

Le procédé de formation repose sur une métaphore géologique, qui associe le corps du compétiteur à une entité naturelle inamovible, massive, indomptable. Cette métaphore repose sur une double amplification : celle de la taille réelle de l'individu (2,06 m, plus de 150 kg), et celle du rôle fictionnel, qui l'a élevé au rang d'icône de brutalité et d'endurance physique.

Le mot « mountain » suggère la verticalité, la monumentalité, la constance, mais aussi une forme d'indifférence à la faiblesse. Il évoque un corps au-delà des normes humaines, inébranlable, hostile ou vénérable selon la perspective. Cette hyperbole lexicale fait de Björnsson non seulement un colosse, mais un élément du paysage mythifié.

Ce sobriquet est massivement diffusé dans les compétitions de Strongman, les événements médiatiques liés à HBO, les réseaux sociaux et le merchandising. Il est intégré dans une stratégie de branding personnel où fiction et performance physique fusionnent. Il fait partie intégrante de son identité médiatique, bien au-delà du simple sport.

## **Il Muro di Berlino (Giorgio Chiellini)**

Transcription phonétique : /il 'mu:ro di ber'li:no/

Le surnom se compose de l'article défini italien « il », du nom commun « muro » signifiant « mur », et du complément du nom « di Berlino », c'est-à-dire « de Berlin ».

Il fait directement référence au mur de Berlin, structure massive et infranchissable, ici utilisée de manière figurée pour désigner la solidité défensive exceptionnelle de Giorgio Chiellini.

Le sobriquet « Il Muro di Berlino » (Le Mur de Berlin) attribué à Giorgio Chiellini prend son essor lors de ses grandes performances défensives avec la Juventus et la Squadra Azzurra. Il apparaît dans les médias italiens au début des années 2010, notamment lors de matchs où sa solidité défensive semble infranchissable.



L'expression, à la fois historique et imagée, constitue un hommage indirect à son rôle de barrière insurmontable.

Le procédé de formation repose sur une métaphore géopolitique, rare dans le champ sportif, qui transpose un événement historique dans l'univers du football. Le surnom compare le défenseur à une fortification célèbre, suggérant l'impénétrabilité, la séparation et la dissuasion. Il y a ici une volonté de solennisation, mais aussi une pointe d'humour référentiel.

Le lexème « muro » renvoie à l'idée de blocage, de stabilité, d'obstacle absolu. L'adjonction « di Berlino » ajoute une dimension mémorielle forte, associée à la Guerre froide, à la division et à la résistance. Le surnom produit une image visuelle puissante et politique, qui singularise Chiellini dans l'imaginaire collectif.

Il est utilisé par les commentateurs italiens, dans les titres de presse, les tribunes de supporters et certains montages vidéo. Son usage est ponctuel mais marquant, souvent activé lors de performances défensives exceptionnelles, pour souligner une forme de résistance héroïque et d'autorité silencieuse.

### **El Maestro (Diego Simeone)**

Transcription phonétique : /el ma'estro/

Le sobriquet se compose de l'article défini espagnol « el » et du nom commun « maestro », qui signifie « maître » ou « professeur ».

Dans le contexte sportif, il désigne un tacticien respecté, un meneur de jeu ou d'hommes, reconnu pour son intelligence stratégique, sa rigueur et sa capacité à transmettre des principes de jeu. Attribué à Diego Simeone, ce surnom célèbre son autorité intellectuelle et émotionnelle en tant qu'entraîneur de l'Atlético Madrid.



Le sobriquet « El Maestro » attribué à Diego Simeone trouve ses racines dans la culture sud-américaine du football, où le terme désigne les entraîneurs respectés, parfois vénérés pour leur autorité tactique. Ce titre émerge clairement après les succès

de l'Atlético Madrid en Liga et en Coupe d'Europe, où le style de jeu rigoureux et la discipline imposée par Simeone suscitent à la fois admiration et crainte.

Le procédé de formation repose sur une métaphore pédagogique et hiérarchique, dans laquelle l'entraîneur est assimilé à un maître d'école ou à un chef d'orchestre. Cette figure combine la rigueur, la pédagogie et le contrôle du collectif. En Amérique latine, « maestro » possède une connotation de respect intergénérationnel, presque sacerdotale dans certains contextes.

Le mot « maestro » évoque la maîtrise technique, l'expérience, l'autorité tranquille mais indiscutable. Il indique une capacité à organiser, à transmettre, à incarner une philosophie. Dans le cas de Simeone, cette philosophie repose sur la verticalité, la combativité, l'économie d'effort et le sacrifice collectif.

Le sobriquet est largement diffusé dans la presse espagnole et argentine, les tribunes de supporters, les émissions spécialisées, et même dans la bouche des joueurs eux-mêmes. Il structure une narration stable autour de Simeone, faite de fidélité, de guerre de tranchées et d'ascétisme tactique.

Ce sobriquet repose sur une métaphore pédagogique, assimilant l'entraîneur à un « maître » d'école ou de pensée, soulignant son rôle de guide et de transmetteur de savoir tactique. Il fonctionne également comme une métonymie du savoir appliqué, où l'autorité technique du coach devient son identité entière. Enfin, il produit un effet de noblesse discrète, valorisant moins le charisme que la maîtrise et la constance. Le surnom établit Simeone comme une figure de référence, à la fois respectée pour ses idées et crainte pour sa discipline.

## **The Iron Lady – Katinka Hosszú (natation)**

Transcription phonétique : /ðə 'aɪ.ən 'leɪdi/

Le surnom se compose de l'article défini anglais « the », de l'adjectif « iron » (fer) et du nom commun « lady » (dame). Il signifie littéralement « la Dame de Fer » et désigne une athlète à la fois inflexible, résistante et d'une endurance exceptionnelle. Attribué à Katinka Hosszú, il met en avant sa capacité à enchaîner les courses, son mental de compétitrice, et sa domination dans les compétitions de natation.



Le procédé repose sur une métaphore politique et minéralogique, par analogie avec Margaret Thatcher, à laquelle on attribuait le même surnom. Dans le cas de Hosszú, « Iron » évoque la résistance physique, la fermeté mentale, et la capacité à ne jamais rompre. Il s'agit d'un processus de transfert symbolique entre autorité politique et endurance sportive.

Ce sobriquet repose sur une métaphore métallurgique, où le « fer » symbolise la solidité, l'invulnérabilité et l'endurance. Il contient également une antithèse implicite : l'élégance contenue dans le mot « lady » contraste avec la dureté de « iron », soulignant ainsi l'union de grâce et de force. Le surnom peut également être interprété comme une référence historique détournée, rappelant Margaret Thatcher (aussi surnommée « The Iron Lady »), ce qui ajoute une dimension de leadership et d'autorité. L'effet global est celui d'une élévation statutaire, transformant l'athlète en symbole de ténacité, de contrôle et de respect. Le sobriquet « The Iron Lady » est attribué à Katinka Hosszú à partir des Jeux Olympiques de Londres en 2012, puis renforcé après ses performances exceptionnelles aux Mondiaux de 2013. Il met en avant sa capacité à enchaîner les épreuves avec une constance impressionnante, souvent en un laps de temps réduit. Le surnom s'impose d'abord chez les commentateurs anglo-saxons avant d'être repris à l'échelle internationale. Le terme «

lady » y ajoute une touche de distinction, de dignité, voire de noblesse. Ensemble, ils forment une synthèse entre élégance féminine et robustesse inhumaine. Cette tension fait naître une image d'athlète invincible, mais toujours sous contrôle.

Le sobriquet circule dans les médias télévisés, les commentaires de compétitions internationales, les réseaux sociaux et dans le merchandising personnel de la nageuse. Il devient un label, voire une marque déposée, associée à une méthodologie d'entraînement rigoureuse et à une posture de domination assumée.

### **The Blade Jumper – Markus Rehm**

Transcription phonétique : /ðə bleɪd 'dʒʌmpəɪ/

Ce sobriquet se compose de l'article défini anglais « the », du nom commun « blade » (lame) et du nom commun « jumper » (sauteur). Il désigne un athlète paralympique amputé réalisant des performances remarquables en saut en longueur grâce à une lame de course en fibre de carbone. Le sobriquet intègre à la fois la spécificité de son équipement et sa spécialité sportive.



Le sobriquet « The Blade Jumper » est attribué à Markus Rehm à partir des Jeux paralympiques de Londres en 2012, où il remporte la médaille d'or au saut en longueur. Le surnom émerge des médias internationaux, fascinés par ses performances malgré une amputation, et s'impose comme désignation iconique de sa singularité biomécanique. Il cristallise à la fois son identité d'athlète et sa condition technique, dans un univers sportif en quête de récits puissants.

Le lexème « blade » évoque la précision, la découpe, la vitesse, tandis que « jumper » suggère l'élévation, la légèreté, le dépassement. L'ensemble construit une image de bond surnaturel, de puissance canalisée par la technologie. Le surnom transcende le handicap pour instaurer une mythologie du dépassement, où la prothèse devient prolongement héroïque du corps.

Ce sobriquet circule dans la presse sportive spécialisée, les documentaires, les sites olympiques et paralympiques, ainsi que dans les commentaires des compétitions. Il est également utilisé dans les revendications d'intégration de Rehm aux compétitions valides, où il devient une figure de débat sur l'équité et la norme.

Il s'agit d'une métonymie fonctionnelle : la « lame » (blade) n'est pas seulement un accessoire, mais devient l'élément identifiant central du sportif. Le terme « jumper » valorise son rôle actif et sa discipline. L'ensemble forme une métaphore technologique : l'identité du sportif se construit comme une hybridation entre l'humain et la machine. Le surnom opère également une valorisation épique indirecte, car il magnifie la singularité biomécanique de Markus Rehm sans le réduire à son handicap. Enfin, le rythme binaire du syntagme (blade/jumper) évoque un surnom de super-héros, produisant un effet d'héroïsation moderne.

### **La Fiera – (Claudio Lopez)**

Transcription phonétique : /la 'fjɛra/ (espagnol d'Argentine)

Le sobriquet se compose de l'article défini espagnol « la » et du nom commun « fiera », qui signifie « bête sauvage », « fauve » ou encore « prédateur ». Il est attribué à l'attaquant argentin Claudio López pour désigner son style de jeu explosif,

sa vitesse, son agressivité offensive et sa capacité à frapper vite et fort. Le sobriquet confère à l'athlète une identité animale, sauvage et indomptable.

Le sobriquet « La Fiera » (la bête féroce) est attribué à Claudio López au cours de sa carrière en Espagne, en particulier lors de son passage au Valence CF à la fin des années 1990. Il naît dans les tribunes puis se diffuse dans la presse sportive



hispanophone, en référence à son style explosif, à sa course tranchante et à sa capacité à faire basculer les matchs sur une accélération.

Le mot « fiero » suggère une force brute, une intensité primitive, une énergie indomptable. Il contient à la fois un éloge de la sauvagerie sportive et une forme de marginalité : l'animal n'est pas dompté, il est exalté dans sa forme libre et offensive. Cette désignation renforce le lien entre vitesse, explosivité et danger.

Le sobriquet est repris dans les chants de supporters, les interviews, les portraits de presse, et parfois dans les jeux vidéo sportifs. Il renforce la représentation d'un joueur imprévisible, intense, charismatique et instinctif, à l'opposé des figures cérébrales du jeu positionnel.

« La Fiera » repose sur une métaphore animale brutale : le joueur est assimilé à un fauve, une créature vive et féroce qui incarne l'instinct de chasse sur le terrain. Ce sobriquet fonctionne également comme une personnification bestiale, où le comportement du joueur sur le terrain est décrit par des traits comportementaux prêtés aux prédateurs (agilité, explosivité, instinct). L'effet produit est un éloge de l'impulsivité contrôlée, valorisant l'agressivité au service de l'efficacité. Par sa brièveté et sa force évocatrice, le surnom crée une image marquante, presque totemique, de Claudio López dans l'imaginaire footballistique.

### **El Loco (Marcelo Bielsa)**

Transcription phonétique : /el 'loko/ (espagnol)

Le sobriquet se compose de l'article défini espagnol « el » et de l'adjectif substantivé « loco », signifiant « fou ». Ce sobriquet est attribué à l'entraîneur argentin Marcelo Bielsa en référence à son comportement atypique, à

ses méthodes radicales, à son exigence extrême et à sa vision du football perçue



comme obsessionnelle. Le terme, initialement péjoratif, devient ici une marque d'admiration teintée d'étrangeté.

Le sobriquet « El Loco » (« le fou ») accompagne Marcelo Bielsa depuis ses premières expériences d'entraîneur en Argentine, notamment à Newell's Old Boys. Il est d'abord utilisé de manière ambivalente : à la fois moqueuse et admirative. Très vite, ce surnom devient un marqueur identitaire revendiqué par Bielsa lui-même, qui l'assume comme un indice de radicalité dans ses méthodes de travail.

« El Loco » repose sur une métaphore psychologique provocatrice : l'entraîneur est assimilé à une figure de folie, non pas au sens clinique, mais comme un être qui dépasse les normes rationnelles et comportementales attendues. Il s'agit aussi d'une antonomase comportementale : la qualité (la folie) devient le nom. Le sobriquet joue sur un oxymore implicite, car derrière la folie supposée se cache une logique rigoureuse, une pensée méthodique et un savoir profond. L'effet stylistique est celui d'une transgression géniale, où la marginalité devient source de respect, voire de culte. « El Loco » incarne l'écart absolu entre le conventionnel et le visionnaire.

« loco » désigne la folie, mais aussi la passion extrême, la liberté, la rupture. Ce terme, dans le contexte sud-américain, peut être investi positivement : c'est le signe d'un engagement total, d'une obsession noble. Il crée une tension entre irrationalité supposée et logique profonde, signature paradoxale de Bielsa.

Il est utilisé systématiquement dans les médias hispanophones, les récits de fans, les articles de presse internationale, mais aussi dans la bouche des joueurs qui évoquent leur expérience sous sa direction. Il devient un point de cristallisation affective, de fascination, de respect, voire de culte.

## The Claw (Kawhi Leonard)

Transcription phonétique : /ðə kloː/

Le sobriquet se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « claw », signifiant « griffe ». Il est attribué à Kawhi Leonard pour souligner la taille exceptionnelle de ses mains et sa capacité remarquable à intercepter, bloquer ou voler des ballons. Le sobriquet met en valeur une qualité physique unique qui influence directement sa performance défensive.



Le sobriquet « The Claw » est associé à Kawhi Leonard depuis ses premières saisons NBA, notamment en raison de sa morphologie exceptionnelle — une envergure de bras et des mains démesurées — qui le rend redoutable en défense. Le surnom naît dans les médias américains et se diffuse rapidement via les réseaux sociaux et les commentaires spécialisés.

Le mot « claw » évoque la saisie brutale, la capture, la pression. Dans le cas de Leonard, il s'agit d'une manière d'exprimer une puissance défensive invisible mais irrésistible, presque mécanique. Le lexique animalier est ici réinterprété dans une logique de contrôle chirurgical, sans agressivité ostentatoire.

Le sobriquet est utilisé dans les vidéos officielles NBA, dans les slogans publicitaires, les produits dérivés, et dans les commentaires techniques. Il contribue à la construction d'une identité paradoxale : un joueur discret, peu expressif, mais dominateur par le geste et la présence physique.

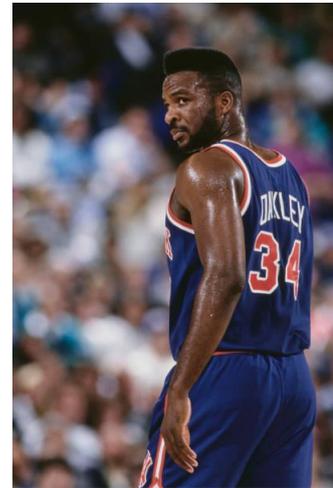
« The Claw » repose sur une métaphore animale focalisée sur un détail anatomique : la main du joueur devient une griffe, image qui évoque à la fois puissance, prédation et précision. Il s'agit aussi d'une métonymie corporelle, où une partie du corps (les mains) représente l'ensemble du joueur et de ses compétences défensives. Le sobriquet produit un effet de terreur calme : peu expressif verbalement, Leonard est ici

représenté par une force silencieuse mais implacable. L'image de la griffe suggère un joueur qui attrape sans relâcher, symbolisant ainsi le contrôle et l'anticipation

### **The Enforcer (Charles Oakley)**

Transcription phonétique : /ðə ɪn 'fɔːsəɪ/

Le sobriquet se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « enforcer », qui désigne littéralement celui qui fait respecter les règles ou impose l'ordre, souvent par la force. Dans le contexte du basketball et plus largement du sport nord-américain, il qualifie un joueur physiquement dominant, souvent chargé de protéger ses coéquipiers et d'intimider l'adversaire. Ce sobriquet reflète à la fois un rôle tactique et une identité comportementale.



« The Enforcer » repose sur une métaphore institutionnelle, où le joueur est comparé à une autorité quasi policière au sein du jeu. Il s'agit également d'une personnification du pouvoir physique, faisant d'Oakley une figure d'exécution et de contrôle, parfois violente mais toujours légitime dans le cadre du jeu. Le surnom agit comme une métonymie fonctionnelle, où le rôle défensif et dissuasif devient l'identité entière du joueur. L'effet stylistique est celui d'une crédibilisation brute : il impose le respect par sa simple évocation, et inscrit Oakley dans une mémoire collective du basket comme joueur loyal, rugueux et incontournable. Cette figure est particulièrement valorisée dans le basket des années 1990, centré sur la rudesse.

Le sobriquet « The Enforcer » est attribué à Charles Oakley durant ses années avec les New York Knicks dans les années 1990. Il désigne son rôle spécifique dans le jeu : un joueur chargé d'imposer le respect physique, de protéger les stars de l'équipe et de dissuader les adversaires par la menace implicite d'un contact brutal.

Le terme « enforcer » évoque l'autorité sans nuance, la fermeté, la loyauté musclée. Il place Oakley dans un rôle presque paramilitaire, garant de l'ordre interne du vestiaire comme de l'intimidation sur le parquet. Cette désignation introduit une éthique de la protection virile et du respect gagné par l'impact.

Il est omniprésent dans les archives NBA, les commentaires d'époque, les récits de joueurs comme Jordan ou Ewing, ainsi que dans les contenus de fans sur YouTube. Il est aujourd'hui invoqué comme référence nostalgique d'un basket plus physique et codifié par la hiérarchie implicite.

### **The Freak (Giannis Antetokounmpo)**

Transcription phonétique: /ðə fri:k/

Le sobriquet se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « freak », qui désigne à l'origine une personne ou une chose considérée comme physiquement ou fonctionnellement hors norme. Dans le contexte sportif, le terme qualifie un athlète doté de caractéristiques physiques ou motrices exceptionnelles et inhabituelles. Attribué à Giannis Antetokounmpo, ce surnom célèbre sa morphologie singulière (grande taille, envergure, explosivité) combinée à une agilité rare pour son gabarit.



« The Freak » repose sur une métaphore de l'anomalie spectaculaire : il transforme la différence physique en une force supérieure, hors des normes naturelles. Il s'agit également d'une hyperbole identitaire, exagérant volontairement l'écart entre le corps de l'athlète et les standards habituels. Le surnom convoque aussi une figure de l'étrangeté fascinante, où l'inconcevable devient admirable. L'effet stylistique repose sur un mélange de fascination et de déférence, inscrivant Antetokounmpo dans un imaginaire du dépassement biologique, où le corps semble inventer de nouvelles lois athlétiques.

Le sobriquet « The Freak », souvent accompagné de l'adjectif « Greek » pour former « The Greek Freak », est attribué à Giannis Antetokounmpo dès ses débuts en NBA, en raison de ses capacités physiques hors du commun et de son origine grecque. Le surnom naît dans les médias nord-américains, fascinés par un joueur longiligne, rapide, agile et puissant à la fois. Il devient rapidement une marque identitaire.

Le mot « freak » est ambivalent : historiquement connoté péjorativement, il devient ici un éloge de l'exception. Il évoque l'étrangeté, l'émerveillement, voire l'inquiétude face à une force qui dépasse les normes. Associé à une nationalité, il inscrit Antetokounmpo dans une filiation spécifique : celle de l'altérité performative, étrangère mais fascinante.

Le surnom est omniprésent dans la culture NBA, dans les maillots, les vidéos officielles, les produits dérivés et les chants de supporters. Il est également réapproprié par Giannis lui-même, qui l'intègre à sa communication, le faisant évoluer vers un emblème personnel de fierté et de singularité.

### **The Cobra (Carlos Condit)**

Transcription phonétique : /ðə 'kɒbɪ.ə/ (anglais)

Le sobriquet se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « cobra », désignant un serpent venimeux connu pour sa précision, sa vitesse d'attaque et sa posture menaçante. Attribué à Carlos Condit, combattant de MMA (arts martiaux mixtes), ce surnom fait référence à son style de combat fluide, rapide, imprévisible et létal, tant en striking qu'en contre-attaque.



Ce sobriquet repose sur une métaphore animale ciblée : le combattant est assimilé à un cobra, emblème de danger discret, de rapidité fatale et d'élégance létale. Il s'agit également d'une personnification du venin stratégique, car le surnom évoque la capacité à frapper sans prévenir, avec économie de mouvement et efficacité

redoutable. On peut aussi y lire une synecdoque comportementale : une attitude (calme, contrôle, précision) devient identité. L'effet stylistique est celui d'une mise en tension symbolique, où la maîtrise et le danger coexistent sous une forme raffinée. Le sobriquet « The Cobra » est attribué à Carlos Condit pour désigner son style de combat : rapide, précis, foudroyant. Il s'impose dans l'UFC au fil de ses combats spectaculaires, où il se distingue par des frappes imprévisibles et des contres létaux. Il s'agit d'une désignation à la fois biomimétique et symbolique, qui s'ancre dans l'imaginaire martial du combat.

Le lexème « cobra » évoque la vitesse, la précision, la menace silencieuse. Il suggère un comportement stratégique, un corps tendu, toujours prêt à l'attaque. Contrairement à des surnoms plus spectaculaires, celui-ci joue sur la retenue et la létalité discrète, construisant un ethos de combattant élégant mais redoutable.

Ce surnom est utilisé dans les présentations officielles, les vidéos promotionnelles UFC, les réseaux sociaux et les forums de fans. Il devient une signature visuelle et sonore, associée à son style fluide et mortel. Il est aussi mobilisé dans les descriptions techniques d'analystes sportifs.

## **Il Gladiatore (Daniele De Rossi)**

Transcription phonétique : /il gla.dja'to:.re/

Le sobriquet se compose de l'article défini italien « il » et du nom commun « gladiatore », signifiant « gladiateur ». Ce terme renvoie à un combattant de l'Antiquité romaine, symbole de



de courage, de résistance et de sacrifice. Appliqué à Daniele De Rossi, ce surnom désigne son style de jeu combatif, sa loyauté envers l'AS Roma, et sa posture de joueur prêt à se battre jusqu'au bout pour son équipe.

Le sobriquet « Il Gladiatore » est associé à Daniele De Rossi en Italie, particulièrement dans le contexte de ses performances avec l'AS Roma et la Squadra

Azzurra. Il renvoie à sa combativité, sa loyauté au club, et son style de jeu rugueux mais noble. Il s'impose dans la presse sportive italienne et les tribunes comme image d'un joueur ancien, fidèle et sacrificiel.

Le mot « gladiatore » convoque l'honneur, le sang, la fierté, l'endurance. Il ne s'agit pas ici de briller, mais de survivre avec dignité. Ce lexème établit un pont entre passé et présent, entre spectacle antique et football moderne. Il renforce la dimension sacrificielle du poste de milieu défensif.

Ce surnom est repris dans les stades, les documentaires, les graffitis urbains à Rome, les discussions entre tifosi, et les hommages institutionnels. Il est étroitement lié à l'image de De Rossi en tant que soldat du club, figure de la loyauté absolue, au-delà des résultats.

Il s'agit d'une métaphore historique héroïque, où le joueur est comparé à une figure antique de la lutte et de l'honneur. Cette comparaison introduit une dimension épique dans la perception du joueur : le terrain devient une arène, l'adversaire un rival à affronter avec bravoure. Le surnom fonctionne aussi comme une personnification de la verticalité morale : il incarne l'engagement, la fidélité et le respect du maillot. Enfin, il contient une hyperbole valorisante, en magnifiant l'intensité du style de De Rossi jusqu'à le rapprocher de la figure mythifiée du guerrier romain

### **The Machine (Vasiliy Lomachenko)**

Transcription phonétique : /ðə mə'ʃi:n/

Le sobriquet se compose de l'article défini anglais « the » et du nom commun « machine », qui désigne un dispositif mécanique fonctionnant avec précision, constance et efficacité. Appliqué à Vasiliy



Lomachenko, boxeur ukrainien réputé pour sa maîtrise technique et sa régularité implacable, le sobriquet souligne un style de combat méthodique, calculé, et dénué d'erreur humaine apparente.

Le sobriquet « The Machine » est associé à Vasiliy Lomachenko dans les cercles anglophones, en raison de son style de boxe extrêmement technique, répétitif, inlassable. Il reflète une impression d'automatisme, de précision mathématique dans ses mouvements et sa lecture du ring. Il s'impose dans les années 2010 au fil de ses victoires dans plusieurs catégories.

Ce surnom repose sur une métaphore mécaniste, assimilant le boxeur à une entité non humaine, infaillible et programmée pour la performance optimale. Il évoque une déshumanisation valorisante, où l'absence d'émotion apparente devient synonyme de concentration extrême et de domination technique. Il s'agit également d'une hyperbole fonctionnelle, qui exagère la régularité et la précision du boxeur pour le placer hors du registre de la vulnérabilité. L'effet stylistique consiste à créer une figure de froide perfection, redoutée et admirée, proche d'une machine de guerre silencieuse.

Le mot « machine » évoque la régularité, l'endurance, l'absence d'émotion apparente. Ce lexique suggère une forme d'autonomie du corps, comme s'il agissait indépendamment de l'intention, par pur réflexe technique. Cela confère à Lomachenko une image d'efficacité froide et surhumaine.

Le surnom circule dans la presse spécialisée, les reportages sportifs, les chaînes YouTube de boxe et les débats techniques entre connaisseurs. Il est fréquemment opposé à des surnoms plus flamboyants, renforçant l'idée que Lomachenko est un perfectionniste au service de la géométrie du combat.

## El Pibe de Oro (Diego Maradona)

Transcription phonétique : /el 'piβe ðe 'oro/

Le sobriquet se compose de l'article défini espagnol « el », du nom commun familier « pibe » (terme argentin signifiant « gamin » ou « gosse ») et du complément « de oro » (« en or »). Littéralement, il signifie « le gamin en or ». Ce sobriquet associe l'enfance populaire à une valeur noble, désignant Maradona comme un prodige issu du peuple, à la fois humble par ses origines et exceptionnel par son talent.



Le sobriquet « El Pibe de Oro » (« le gamin en or ») est attribué à Diego Maradona dès sa jeunesse, dans les années 1970 en Argentine. Il s'agit d'un sobriquet affectif et laudatif, qui conjugue la tendresse du diminutif « pibe » à la valeur inestimable de « oro ». Il est d'abord prononcé par les commentateurs, puis repris comme une évidence nationale et mondiale.

Ainsi, ce surnom repose sur une métaphore sociale précieuse : le joueur est décrit comme un enfant aux qualités extraordinaires, rare comme l'or. Il contient également un oxymore symbolique, qui juxtapose la simplicité du mot « pibe » (figure de l'enfant des quartiers populaires) à la richesse du mot « oro » (métal précieux). Cette tension crée une figure mythifiée du héros du peuple, dont l'origine modeste contraste avec l'aura mondiale. Le surnom agit aussi comme une synecdoque biographique : l'enfance devient le centre identitaire de toute une trajectoire. L'effet stylistique est profondément affectif, ancré dans la nostalgie, la loyauté et la fascination.

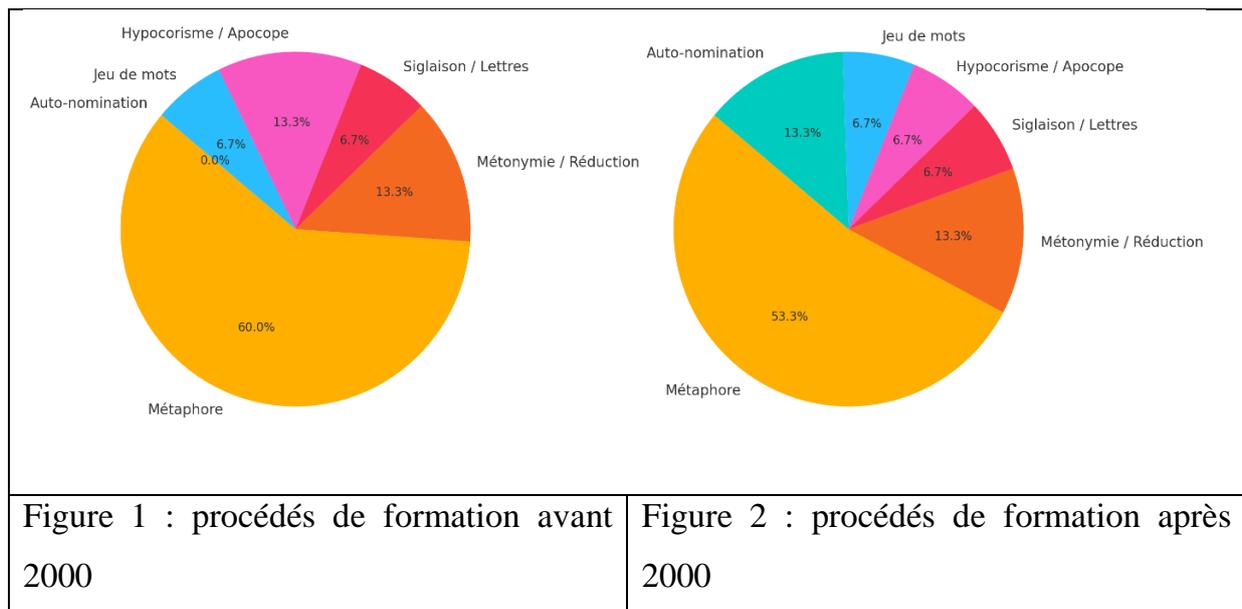
Il repose sur une apposition valorisante qui transforme le joueur en icône : « pibe » désigne un garçon populaire, issu des quartiers pauvres, tandis que « oro » renvoie à la rareté et à l'éclat. Cette alliance entre modestie d'origine et gloire sublime construit une figure mythique immédiatement accessible.

L'association « pibe » et « oro » exprime un oxymore affectif : l'enfance et la divinité, la rue et l'excellence. Ce lexème condense l'ascension sociale, le génie précoce, la beauté spontanée. Il crée une image éminemment argentine, inscrite dans le lien charnel entre football, peuple et miracle.

Ce sobriquet est universellement connu, utilisé dans les stades, les biographies, les chants de supporters, les arts graphiques et les hommages posthumes. Il dépasse Maradona pour désigner une figure de l'enfance éternelle, du talent qui ne triche pas, et de la souffrance glorieuse.

## 2.5 Analyse comparative

Après notre analyse, nous avons conçu deux graphiques pour illustrer et discuter les résultats de notre analyse



La figure 1 « Avant 2000 » montre clairement une prépondérance du procédé métaphorique (environ 60% des cas). Cela reflète une tendance des décennies 1980–1990 à valoriser les surnoms qui évoquent des images fortes, souvent animales, royales ou naturelles, comme dans « Magic », « King Kong », « El Fenómeno », ou « The King ».

Ces métaphores visaient à sacraliser les sportifs, à les inscrire dans une mythologie ou une imagerie spectaculaire, en phase avec la montée en puissance médiatique du sport globalisé.

Les autres procédés sont marginalement représentés :

Quelques hypocorismes ou apocopes (ex. Zizou, Le Shaq), qui humanisent les figures sportives tout en les rendant accessibles.

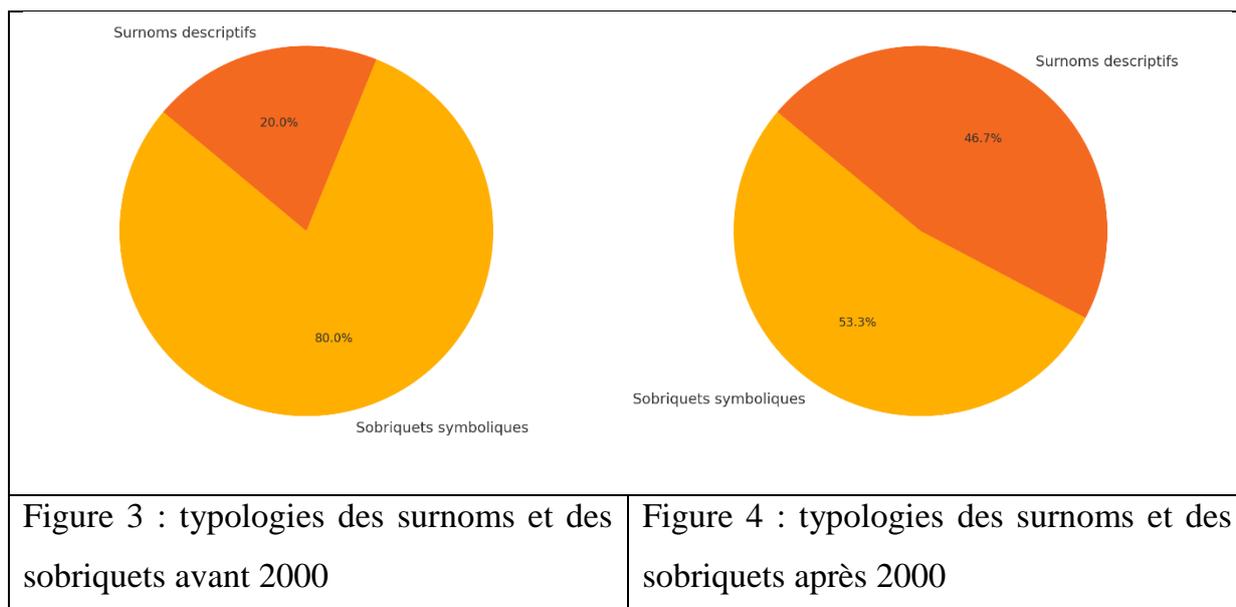
Peu de siglaison ou jeu de mots, ce qui montre que l'aspect branding est encore peu développé à cette époque.

La figure 2, « Après 2000 », témoigne d'une plus grande diversité des procédés de formation, même si la métaphore reste majoritaire (environ 45%, soit une baisse relative). Cette évolution illustre l'impact des nouvelles technologies, du marketing personnel et des réseaux sociaux dans la fabrique des surnoms.

On observe :

- Une progression des auto-nominations (The Notorious, The Answer) : les athlètes s'auto-instituent via une stratégie d'image contrôlée.
- Une utilisation plus fine des jeux de mots et siglaisons (Spida, CR7) adaptée à l'univers numérique, où l'impact visuel et la mémorisation rapide sont essentiels.
- Les métaphores post-2000 se rapprochent parfois de figures issues de la culture pop ou des super-héros (The Flash, The Beast), marquant l'influence des médias hybrides.
- Avant 2000 : surnoms plus « universels », souvent attribués par la presse ; valorisation de l'héroïsme traditionnel, avec une dominance métaphorique claire.
- Après 2000 : surnoms plus personnalisés et multimédiatisés, ancrés dans le branding personnel et les logiques virales.

En résumé, le passage au XXIe siècle reflète une mutation du surnom sportif, passant de l'hommage symbolique collectif à une construction identitaire stratégique.



La figure 3 montre une claire domination des sobriquets symboliques : environ 80 % des désignations relèvent d'un imaginaire valorisant, construit par les médias ou les fans pour ériger des figures sportives en icônes.

Exemples notables :

- The magician (Scholes) : magnification d'un style.
- The cobra : métaphore d'agilité

Ce constat est cohérent avec une époque où les surnoms étaient majoritairement attribués par l'extérieur (journalistes, fans, commentateurs), souvent à visée mythifiante. Le sport servait de matrice héroïque, et le langage accompagnait cette sacralisation.

Les sobriquets avant 2000 s'inscrivent donc dans une rhétorique collective de la légende, plus que dans la stratégie individuelle d'image.

La figure 4 illustre un rééquilibrage progressif : les sobriquets symboliques ne représentent plus que 53 %, contre 47 % de surnoms descriptifs.

Cette évolution s'explique par :

- La montée de l'auto-nomination (The Answer, The Notorious), où les athlètes eux-mêmes choisissent des surnoms fonctionnels et commerciaux.
- La communication directe sur les réseaux sociaux, favorisant des noms courts, visuels et porteurs d'une image de marque (CR7, Spida).
- L'usage plus fréquent de diminutifs, sigles ou jeux de mots sonores plutôt que d'images symboliques complexes.

Ce phénomène marque une transition de la nomination collective à une logique de personnalisation narrative : les surnoms deviennent des instruments de stratégie identitaire et médiatique plus que des hommages publics.

Analyse comparative :

**Figure 5 : Fonctions dominantes et surnom et dispositif de légitimation**

<b>Époque</b>	<b>Fonction dominante du surnom</b>	<b>Dispositif de légitimation</b>
<b>Avant 2000</b>	Légende collective / héros mythifié	Médias, supporters, tradition orale
<b>Après 2000</b>	Marque personnelle / identité performative	Réseaux sociaux, marketing, soi-même

En résumé, le surnom sportif se démythifie partiellement après 2000, sans perdre totalement sa valeur symbolique : il devient un outil d'autodéfinition autant qu'un support d'admiration publique.

## 2.4 Conclusion partielle

L'étude des sobriquets sportifs met en lumière la richesse des mécanismes linguistiques et discursifs qui président à la nomination des figures athlétiques. Loin de relever du folklore ou de la simple anecdote lexicale, ces désignations condensées participent activement à la fabrique identitaire, à la scénarisation médiatique et à l'appropriation collective de l'image des sportifs. Elles incarnent des actes de langage performatifs qui, par leur usage répété, instituent des figures dans l'espace public, leur conférant une valeur symbolique bien au-delà de la désignation initiale.

Du point de vue linguistique, les sobriquets apparaissent comme des formes hautement marquées, qui mobilisent des procédés de réduction (troncation, siglaison, ellipse), mais surtout de figuration (métaphore, métonymie, hyperbole). Cette concentration sémantique en fait des objets à la fois expressifs et mnémotechniques. Comme le souligne Kerbrat-Orecchioni, nommer n'est jamais neutre : toute désignation engage une subjectivité énonciative et positionne le locuteur vis-à-vis du

référent. Ainsi, les sobriquets construisent un ethos discursif, en condensant dans un nom court un ensemble de traits, de valeurs ou de récits.

La circulation des sobriquets dans les différents espaces discursifs (médias, réseaux sociaux, tribunes, entretiens) confirme leur fonction de médiation entre la performance individuelle et la représentation collective. Comme le montrent les travaux de Maingueneau sur les discours d'accompagnement, ces noms propres stylisés s'inscrivent dans un processus d'intégration interdiscursive, où le langage produit du sens au sein de dispositifs narratifs, visuels et symboliques. Le sobriquet devient alors un condensateur idéologique, apte à véhiculer des valeurs collectives (héroïsme, sacrifice, loyauté, puissance) et à incarner des figures archétypales dans l'imaginaire sportif.

Les sobriquets participent également à une logique de co-construction identitaire. Le locuteur qui emploie un tel surnom se positionne dans une communauté discursive et adhère à un mode d'évaluation spécifique. Cette interaction est, comme l'a formulé Berrendonner, un « contrat d'interprétation » implicite, qui suppose un partage de valeurs et de référents. En ce sens, les sobriquets remplissent une fonction phatique, assurant la cohésion du groupe par la répétition d'un signe commun, tout en différenciant la figure désignée de la masse des autres compétiteurs.

En somme, le sobriquet sportif, loin d'être une étiquette anodine, constitue une véritable unité discursive à haute densité symbolique. Il mérite d'être étudié non seulement comme objet linguistique, mais comme trace de l'imaginaire collectif, symptôme d'une culture du récit sportif, et miroir des attentes projetées sur les figures publiques contemporaines.

Enfin, l'analyse des sobriquets révèle les tensions idéologiques à l'œuvre dans les mécanismes de nomination : la spectacularisation du corps, la construction de figures genrées, l'assignation ethnique ou nationale, ou encore la glorification de l'endurance, de la virilité ou du génie solitaire. Ces éléments, bien que souvent implicites, structurent les récits dominants du sport contemporain. À travers le prisme de ces désignations, l'analyse linguistique accède à une lecture critique des formes discursives de la performance et de leur naturalisation médiatique.

# Conclusion générale

Ce travail de recherche a permis d'explorer, dans une perspective croisée à la fois linguistique, discursive, pragmatique et sociolinguistique, la place essentielle qu'occupent les surnoms et sobriquets dans l'univers du sport contemporain. Loin de constituer de simples ornements langagiers ou des étiquettes anecdotiques, ces désignations secondaires remplissent une pluralité de fonctions sémio-pragmatiques, révélant la richesse d'un phénomène à la fois lexical, culturel et idéologique.

Les surnoms et sobriquets analysés dans notre corpus — près d'une cinquantaine de formes nominales — se présentent comme des marqueurs identitaires dotés d'une forte charge symbolique. Leur étude a permis de mettre en évidence des procédés de formation variés (hypocoristiques, métaphores animalières ou guerrières, sigles, intertextualité, emprunts, etc.) mais également des effets stylistiques marqués, mobilisant des figures comme l'antonomase, la synecdoque ou l'hyperbole. Ces constructions langagières ne sont pas arbitraires : elles s'ancrent dans des configurations discursives précises, qu'il s'agisse des médias sportifs, des réseaux sociaux, des commentaires de supporters ou encore des discours des sportifs eux-mêmes.

À travers l'analyse qualitative des données, nous avons montré que ces appellations ne sont pas neutres : elles participent activement à la construction de l'image publique du sportif. Le surnom agit comme un acte de langage performatif : il ne se contente pas de désigner, il catégorise, valorise, héroïse ou au contraire déprécie, caricature, stigmatise. Il façonne ainsi des représentations collectives durables, influençant potentiellement la manière dont les sportifs eux-mêmes se comportent ou se mettent en scène. L'usage répété d'un sobriquet dans les discours médiatiques peut ainsi transformer une perception individuelle en une vérité sociale partagée. Ce phénomène n'est pas sans conséquences : il peut influencer sur la carrière d'un athlète,

sur son rapport à soi et aux autres, et sur la manière dont il est reçu dans différents contextes culturels.

Par ailleurs, cette recherche a souligné le rôle central du contexte d'énonciation et des rapports de pouvoir dans la genèse et la diffusion de ces surnoms. Que l'attribution émane des journalistes, des supporters ou des sportifs eux-mêmes, elle reflète des enjeux idéologiques, économiques et identitaires. Le surnom devient un outil stratégique dans une logique de branding, de storytelling et de distinction. Il fonctionne comme un vecteur d'affiliation symbolique — au club, à une nation, à une communauté de valeurs — mais aussi comme un levier de marchandisation de l'image de l'athlète, en résonance avec les dynamiques contemporaines de personnalisation et de médiatisation du sport. Le langage n'est plus seulement un moyen de communication, mais une arme discursive, un outil de hiérarchisation sociale et un dispositif de valorisation marchande.

Cette étude met en lumière l'intérêt d'une approche interdisciplinaire, où l'onomastique sportive croise l'analyse du discours, la sémantique sociale, la pragmatique et même la communication marketing. Les surnoms apparaissent ainsi comme des objets linguistiques denses, à forte valeur interprétative, situés au croisement d'enjeux linguistiques, médiatiques, sociaux et économiques. Ils constituent une forme de discours socialement agissante, contribuant à la mise en récit du sport, à la fabrique des héros contemporains, et à la performativité identitaire dans l'espace public. Par leur récurrence, leur force d'évocation, leur réception sociale, ils deviennent des éléments constitutifs du discours sportif contemporain.

En définitive, ce mémoire appelle à une réévaluation scientifique du surnom sportif non plus comme curiosité lexicale, mais comme indice discursif structurant, révélateur de tensions symboliques, d'imaginaires collectifs et de dynamiques culturelles. Il ouvre également des perspectives pour des recherches futures, notamment dans les champs de l'analyse contrastive des langues (ex. français/anglais/arabe), de l'étude des pratiques numériques (hashtags, mèmes,

surnoms viraux), ou de la linguistique computationnelle appliquée aux corpus sportifs. Il serait également pertinent d'élargir l'analyse à d'autres formes de désignations secondaires (pseudonymes, hashtags de surnoms, noms de joueurs dans les jeux vidéo) afin de mieux comprendre la plasticité des représentations dans le sport mondialisé. Enfin, une étude ethnographique sur la réception des surnoms dans les milieux supporters ou scolaires pourrait compléter ce travail en croisant données discursives et pratiques sociales.

Ainsi, ce mémoire pose les bases d'une réflexion élargie sur la performativité langagière dans le champ sportif et la manière dont les désignations participent de la construction des figures d'autorité, des mythes médiatiques et des communautés d'interprétation contemporaines.

# Table de matières

liste des figures .....	
Introduction générale .....	5
Chapitre I : cadre théorique.....	9
Introduction :.....	9
1. Le nom propre.....	9
1.2 Caractéristiques grammaticales .....	10
1.3.1 Anthroponymes.....	11
1.3.2 Toponymes.....	11
1.3.3 Ergonymes .....	12
1.3.4 Théonymes.....	12
1.3.5 Cosmonymes.....	13
1.3.6 Chrononymes .....	13
1.4 Le pseudonyme .....	14
1.4.2 Types de pseudonymes : .....	14
1.4.2.1 Pseudonyme littéraire.....	14
1.4.2.2 Pseudonyme artistique .....	15
1.4.2.3 Pseudonyme professionnel.....	15
1.4.2.4 Pseudonyme numérique .....	15
2. Le sobriquet .....	15
2.2 Types de sobriquets : .....	16
2.2.1 Les sobriquets descriptifs.....	16
2.2.2 Les sobriquets élogieux.....	16
2.2.3 Les sobriquets satiriques .....	17
2.2.4 Les sobriquets géographiques .....	17
2.2.5 Les sobriquets animaliers ou mythologiques .....	17
2.2.6 Les sobriquets techniques ou performatifs.....	18

2.2.7 Les sobriquets musicaux ou scéniques.....	18
2.3 Le phénomène des sobriquets dans le sport et de leur usage médiatique .....	18
2.4 Enjeux linguistiques du sobriquet et perception de la performance .....	20
3. Le surnom .....	21
3.1 Caractéristiques du surnom.....	21
3.2 Types de surnoms : .....	22
3.2.1 Surnoms descriptifs.....	22
3.2.2 Surnoms affectifs .....	23
3.2.3 Surnoms moqueurs ou péjoratifs.....	23
3.2.4 Surnoms valorisants .....	24
3.2.5 Surnoms géographiques ou ethniques.....	25
3.2.6 Surnoms professionnels .....	25
3.3 Le phénomène des surnoms dans le sport et de leurs usages médiatiques.....	25
3.4 Fonction discursive et médiatique des surnoms dans la construction de .....	27
l'image sportive .....	27
3.5 Enjeux linguistiques du surnom dans le sport contemporain.....	27
4. Surnoms et sobriquets : une distinction essentielle.....	28
5. La dimension culturelle et symbolique des surnoms et des sobriquets.....	29
6. Effets des sobriquets sur la perception de la performance .....	30
8. Valeur et risques identitaires des surnoms et sobriquets.....	32
9. Surnoms, sobriquets et assignation identitaire dans les médias .....	32
10. Disciplines théoriques :.....	33
Conclusion : .....	39
Chapitre II : Approche méthodologique et analytique .....	41
Méthodologie de la recherche :.....	41
Constitution du corpus :.....	41
Justification du corpus : .....	41
2. Approche analytique :.....	42
2.1 Analyse des surnoms.....	42

2.2 Conclusion partielle .....	65
2.3 Analyse des sobriquets.....	67
2.4 Conclusion partielle .....	97
2.5 Analyse comparative.....	94
Conclusion générale.....	99
Table des matières .....	101
Bibliographie .....	105

# Bibliographie

## **Ouvrages et articles scientifiques :**

- Émile Benveniste, *Problèmes de linguistique générale II*, 1974.
- Jean-Claude Bouvier, *Les noms propres*, Edisud, 1980.
- Albert Dauzat, *Les noms propres*, PUF, 1946.
- Jean-François Chiantaretto, *Le pseudonyme, fiction de soi*, PUF, 2002.
- Barthes, R. (1970). *Mythologies*. Paris : Éditions du Seuil.
- Bourdieu, P. (1982). *Ce que parler veut dire : l'économie des échanges linguistiques*. Paris : Fayard.
- Bonnet, V. (2019). *Presse, sportifs, lecteurs : du schème explicatif à l'assignation identitaire*. *Revue Communication & Sport*, 5(2), 114–132.
- Ehrenberg, A. (1991). *Le culte de la performance*. Paris : Calmann-Lévy.
- Fribourg, J. (1989). *Fêtes et identité*. Paris : L'Harmattan.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York : Harper and Row.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2002). *Les interactions verbales*. Tome 1. Paris : Armand Colin.
- Laclau, E. (2005). *La raison populiste*. Paris : Éditions du Seuil.
- Riegel, M., Pellat, J.-C., & Rioul, R. (2018). *Grammaire méthodique du français (7<sup>e</sup> éd.)*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge : Cambridge University Press.

## **Mémoires et travaux universitaires :**

- Haddad, M. O. (2019). *Sur-dénomination des lieux à Tizi-Ouzou : analyse sociolinguistique des surnoms de lieu et de leurs usages*. Mémoire de Master, Université de Tizi-Ouzou.

- Khaldi, M., & Bourdache, A. (2018). Esquisse d'une description linguistique des procédés auto-nominatifs dans les écosystèmes numériques : cas de Facebook. Université de Béjaïa.
- Mémoire de Master II (s.d.). Étude sémiologique du mode d'expression langagière sur les tables scolaires : Cas du collège Rebbah Lakhder, Sour El-Ghozlane.

### **Dictionnaires :**

- Le Petit Robert de la langue française (édition la plus récente). Paris : Dictionnaires Le Robert.
- Le Trésor de la Langue Française informatisé (TLFi). CNRTL – <https://www.cnrtl.fr/definition>
- Dictionnaire de linguistique (2004), sous la direction de Georges Mounin. Paris : PUF.
- Dictionnaire historique, 2016
- Oxford English Dictionary (OED) – <https://www.oed.com> (pour les surnoms anglophones)
- Dictionnaire des figures de style (2011), Michel Jarrety. Paris : Belin.

### **Sitographie :**

- L'Équipe – [lequipe.fr](http://lequipe.fr)
- Eurosport – [eurosport.com](http://eurosport.com)
- ESPN – [espn.com](http://espn.com)
- Sky Sports – [skysports.com](http://skysports.com)
- YouTube – [youtube.com](http://youtube.com) (interviews d'athlètes et reportages sportifs)
- Instagram – [instagram.com](http://instagram.com) (comptes officiels de sportifs)
- Twitter / X – [twitter.com](http://twitter.com) (hashtags, surnoms utilisés par les fans et les journalistes)
- FIFA.com – [fifa.com](http://fifa.com) (profils officiels de joueurs et surnoms reconnus)

- Transfermarkt – [transfermarkt.com](https://www.transfermarkt.com) (profils de joueurs avec surnoms mentionnés)