Imaginarul animalier în presa sportivă contemporană

Dacă analiza dedicată imaginarului botanic de inspirație creștină a pus în evidență specificul cognitiv și expresiv al codificărilor din denumirile botanice populare și științifice, lumea discursivă a presei românești contemporane oferă numeroase ilustrări ale imaginarului animalier. Mai multe cercetări aplicate (Dumistrăcel 2006a, Gruiță 2006, Zafiu 2001) au demonstrat că stilul publicistic actual este dominat de metaforizare, mecanism de semnificare considerat „*principala modalitate prin care apar în presă sensuri noi*" (Stoichițoiu-Ichim 2001: 63).

Configurată în limitele polarității *inovație – clișeu,* metafora gazetărească din perioada actuală evidențiază mutațiile socio-culturale din ultimele două decenii[1] și a făcut obiectul de cercetare al mai multor articole, studii și interpretări având ca element de referință imaginarul colectiv (Cesereanu 2003, Pleșu 2004, Zafiu 2007) sau reflectările stereotipurilor în comunicarea mediatică (Stoichițoiu-Ichim 2006: 357-372).

Considerat ca semn al „stricării" limbii literare, „păcatul" numit clișeu a fost interpretat drept „*o caracteristică negativă a exprimării, conducând la formulări stereotipe, șterse, monotone*" (Guțu Romalo

[1] Comentând asupra acestui aspect, Valeria Guțu Romalo (2005: 245) observă că „*un rol determinant revine ponderii pe care o capătă în societatea modernă actuală mass-media, care sub aspect lingvistic, prin varietatea formelor sale de manifestare, prin larga audiență pe care o are, devine* modelul *principal de exprimare, dislocând exemplul tradițional al cărturarului, al scriitorului, al omului cultivat*".

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

2002: 206). „*Iritante prin recurență*", dar având „*avantajul accesibilității, al maximei comodități, manifestate deopotrivă în producerea și în receptarea textului*" (Zafiu, 2001: 52), clișeele din presa actuală pot, prin uz excesiv, crea „*condiții prielnice pentru apariția unei noi «limbi de lemn»*" (Stoichițoiu-Ichim 2001: 79).

Alți cercetători adoptă o poziție mai puțin categorică de condamnare a clișeelor și consideră că discursul publicistic de azi trebuie înțeles, prin analogie cu *moda*, ca „*un joc între imuabil și efemer, între aventura novatoare și cumințenia tradiționalistă*" (Gruiță 2006: 9). Având ca trăsătură distinctivă „*marea sa receptivitate la inovația lingvistică, bună sau rea*" (*idem*), limba presei ilustrează acțiunea reglatoare a cadrelor socio-lingvistice în care se produc mutațiile, și dacă luăm ca element de reper opoziția *inovație – clișeu*, dinamica raporturilor ce pot favorizează sau împiedică fixarea în uz a unor schimbări de formă sau de sens.

În calitate de stereotip lingvistic, clișeul se apropie de formulele fixe incluse în categoria „*discursului repetat*"[2] în timp ce inovația poate fi legitimată ca produs al activității de comunicare numită „*tehnică liberă*"[3], dar separația are importanță strict metodologică, deoarece, într-un act lingvistic, „*vorbirea este ca un fel de pictură cu colaj simultan, adică, în parte este tehnică actuală și în parte sînt bucăți de vorbire deja existente și duse, ca să zicem așa, de tradiție, în toate aceste expresii, locuțiuni fixe, în proverbe, citate, ș.a.m.d.*" (Coșeriu 1994: 55).

Cele două categorii de constituenți ai actului verbal, faptele de discurs repetat și elementele de tehnică liberă, pun în valoare ideea că

---

[2] „*discursul repetat (...) cuprinde tot ceea ce în vorbirea unei comunități se repetă într-o formă mai mult sau mai puțin identică sub formă de discurs deja făcut sau combinare mai mult sau mai puțin fixă, ca fragment, lung sau scurt a „ceea ce s-a spus deja*" (Coșeriu 2000: 258-259).

[3] „*Tehnica liberă cuprinde elementele constitutive ale limbii și regulile „actuale" cu privire la modificarea și combinarea lor, adică „cuvintele", instrumentele și procedeele lexicale și gramaticale*" (Coșeriu 2000: 258).

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

negocierea comunicativă în care se angajează emițătorul și receptorul conturează contrastul *inovație – clișeu* ca având esență dinamică. La origine, orice clișeu este o creație inovatoare, după cum orice inovație este caracterizată de posibilitatea de a se clișeiza.

În acord cu această constatare, studiul imaginarului animalier vehiculat în presa sportivă a ultimului deceniu[4] va fi axat în special asupra unor categorii onomastice precum poreclele și supranumele atribuite sportivilor și echipelor, analiza având rolul de a examina corelațiile pe care dătătorii de paranume (suporteri, sportivi, gazetari) le stabilesc între abilitățile atleților și echipelor, pe de o parte, și însușirile reale sau imaginare ale animalelor implicate în ecuația de transfer metaforic, pe de altă parte.

Adoptând o cunoscută sintagmă darwiniană, s-ar putea aprecia că amploarea și frecvența metaforizării demonstrează predilecția gazetarilor sportivi pentru reliefarea unui imaginar al *luptei pentru supraviețuire*. Spectacolul confruntării dintre „specii" se sprijină pe o scenografie imagistică simplă, dar sugestivă. Afluxul de imagini numite generic *metafore animaliere* face parte din entropia informațională a gazetelor sportive de zi cu zi. Ca parte a sistemului mai amplu de rețele de semnificare, imaginarul animalier este doar una dintre oglinzile în care omul, „*animalul metaforizant*" (L. Blaga) își contemplă alteritatea. Nu întâmplător, într-o tabletă, intitulată *Zoologie*, Andrei Pleșu (2004: 15) notează că animalitatea „se poartă": „*a identifica pe stradă, la televizor sau pe scena politică specii diferite de animalitate nu mai este (...) o operațiune ofensatoare, ci o modestă operă descriptivă. Iei notă, pur și simplu, de ambianță*".

În presa actuală, metaforizarea animalieră este valorificată pentru a dezvolta efecte expresive antagonice. Conotațiile dominant

[4] Exemplele sunt preluate din edițiile electronice ale unor cotidiene sportive românești, *Gazeta Sporturilor* (www.gsp.ro) și *Prosport* (www.prosport.ro), faptele de limbă ilustrative fiind comparate cu uzul din alte publicații românești, centrale sau regionale (Cotidianul, Evenimentul Zilei, Ziua etc.).

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

meliorative din gazetele sportive contrastează cu semnificațiile peiorativ-pamfletare din textele social-politice. De altfel, politica şi sportul sunt aspecte tematice dominante în paginile ziarelor. Melanjul pestriț de politicieni şi oameni „*de sport*" accentuează stridența unui univers cultural de bazar populat. Nu întâmplător, Ruxandra Cesereanu (2004: 9) observa că metaforele animaliere produse în fabrica de fraze a presei conturează unul din registrele de imaginar dominante în publicistica ultimilor o sută cincizeci de ani: „*Cel de-al patrulea registru este acela de tip bestiariu, prin animalizarea adversarului; unii analişti folosesc, de altfel, termenul de zoopolitică, pentru a taxa spectacolele electorale din mass-media. (...) în cazul celui de-al patrulea registru intervine un element în plus, care teatralizează: ideea de circ, de menajerie ori grădină zoologică, locuită de o faună degradată, abjectă. Este o arcă a lui Noe maculată, dominată de animale şi insecte care stîrnesc repulsie. De oameni-viermi sau şobolani, de păduchi, ploşniţe sau căpuşe. De bovine şi porcine care au fost, cândva, oameni. Pentru a acorda acestui registru o contextualizare adecvată, injuriatorii propun, de asemenea, o spațializare anume: o fermă, junglă, ogradă unde aceste animale mişună, grohăie, se zvârcolesc. Şi sînt arătate cu degetul de către cei rămaşi încă oameni, nemetamorfozați, adică.*"

Schițarea unor configurațiilor imagistice dominante în registrul animalier este motivată de convingerea că un astfel de studiu, departe de a epuiza tema de cercetare aleasă, poate contribui la progresul cercetărilor asupra modelelor cognitive cu motiva empirică.

Materialul lingvistic selectat prin lectura ediției electronice a unor publicații româneşti a fost analizat urmărindu-se trei tipuri de creații lingvistice: 1) numele unor echipe 2) supranumele acestora şi 3) poreclele unor sportivi. În ultima parte a cercetării este evaluată eficiența unor mijloace şi strategii de dezvoltare a expresivității în textul jurnalistic.

Denumirile echipelor sportive sunt, de multe ori, de sorginte metaforică. Denumiri ale unor formații precum *Real Madrid*, *Glasgow Rangers*, *Steaua Bucureşti*, *Farul Constanța*, *Gloria Bistrița* etc., arată că

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

elementul metaforizant impune seme ale nobleţii, numele fiind considerat emblematic pentru mentalitatea echipei respective: *real* [regalitate], *ranger* [protecţie], *stea* [strălucire], *far* [luminozitate], *glorie* [măreţie]. Fenomen universal în lumea sportivă, alegerea unui nume sugestiv pare să se întemeieze pe fundamente etice: sportul înnobilează fiinţa umană, iar onoarea şi spiritul competitiv, ca atribute cavalereşti, pot încununa aspiraţia spre glorie. Cu toate acestea, tradiţia denominativă din lumea sportivă de pe cele două maluri ale Atlanticului este profund diferită. Dacă numele celor mai puternice cluburi de fotbal din Europa[5] nu includ nici o metaforă animalieră, viaţa sportivă din S.U.A. este dominată de o „faună"[6] onomastică foarte diversă. Pe emblemele celor mai cunoscute echipe americane este reprezentată o mare varietate zoologică, ca şi cum locuitorii din Lumea

[5] *Real Madrid* (Spania), FC *Barcelona* (Spania), *Juventus* Torino (Italia), *Manchester United* (Anglia), *A.C. Milan* (Italia), *Chelsea* (Anglia), *Internazionale Milano* (Italia), *Bayern Munchen* (Germania), *Arsenal* (Anglia), *Liverpool* (Anglia), *Lyon* (Franţa), *A. S. Roma* (Italia), *Newcastle United* (Anglia), *Schalke 04* (Germania), *Tottenham Hotspur* (Anglia), *Hamburger SV* (Germania), *Manchester City* (Anglia), *Glasgow Rangers* (Scoţia), *West Ham United* (Anglia), *Benfica Lisabona* (Portugalia). Clasamentul a fost realizat ţinându-se cont de veniturile anuale realizate de cluburi în perioada 2006 - 2007. Pentru detalii, vezi

http://en.wikipedia.org/wiki/Deloitte_Football_Money_League#Full_listing

[6] Echipele enumerate apar în calendarul întrecerilor sportive organizate de: 1) Asociaţia Naţională de Baschet (NBA): *Toronto Raptors* (Velociraptorii din Toronto), *Chicago Bulls* (Taurii din Chicago), *Atlanta Hawks* (Uliii din Atlanta); 2) Liga Naţională de Fotbal (NFL): *Baltimore Ravens* (Corbii din Baltimore), *Chicago Bears* (Urşii din Chicago), *Atlanta Falcons* (Şoimii din Atlanta), *Carolina Panthers* (Panterele din Carolina), *Jacksonville Jaguars* (Jaguarii din Jacksonville), *Miami Dolphins* (Delfinii din Miami), *Philadelphia Eagles* (Vulturii din Philadelphia); 3) Marea Ligă de Baseball (MBL): St. Louis Cardinals (Cardinalii din St. Louis), Detroit Tigers (Tigrii din Detroit), Toronto Bluejays (Gaiţele Albastre din Toronto), Baltimore Orioles (Grangurii din Baltimore) şi 4) Liga Naţională de Hochei (NHL): *Florida Panthers* (Panterele din Florida), *Nashville Predators* (Prădătorii din Nashville), *Phoenix Coyotes* (Coioţii din Phoenix), *San Jose Sharks* (Rechinii din San Jose).

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

Nouă ar fi fascinați de puterea ascunsă a vechilor semnificații totemice, dominante pe continentul nord-american înainte de sosirea europenilor. În consecință, în sporturile care necesită viteză, forță și agresivitate (baschet, fotbal american, hochei) câmpul onomasiologic dominant este cel al prădătorilor: velociraptori, urși, pantere, jaguari, coioți. În contrast cu această tendință, în întrecerile bazate pe îndemânare și agerime (baseball-ul, de exemplu), numele echipelor sunt asociate cu denumirile unor zburătoare agile, cu penaj frumos colorat: păsări-cardinal, gaițe albastre, granguri etc.

De altfel, un editor sportiv american, Patrick Hruby, observa că numele echipelor sportive din S.U.A. pot fi fi puse în relație cu cinci clase de surse denominative: 1) coloritul echipamentului; 2) industria, geografia și folclorul local; 3) triburile de amerindieni; 4) agresorii nautici și 5) animalele. Dintre acestea, „animalele se bucură de cea mai multă atenție. *Leii* și *Tigrii* au stăpânit jungla sportivă. În 1992, douăzeci și patru de echipe din cele patru mari ligi sportive profesioniste, aveau denumiri animaliere, creând o încrengătură zoologică stridentă de pești, zburătoare și fiare. *Viespile* (din Charlotte) bâzâiau. *Pinguinii* (din Pittsburg) se clătinau. *Delfinii* (din Miami) înotau cu *Rechinii* (din Sah Jose). Au apărut „împrumuturi" inter-ligi (*Tigrii* și *Bengalezii*), perechi părinte-pui (*Urși*, *Ursulești*) și suficiente păsări pentru a umple un întreg ghid (*Ulii*, *Șoimi*, *Vulturi*, *Coțofene* și *Pițigoi*)" (Hruby 2001: 1).

Popularitatea de care se bucură sporturile de echipă printre americani și televizarea, la scară mondială, a unor competiții sportive internaționale au influențat, deocamdată marginal, perspectiva asupra denumirilor date echipelor sportive românești. Cei mai receptivi la influențe s-au dovedit jucătorii amatori, după cum o dovedesc numele unor echipe de baschet din Divizia de Onoare: *Vulturii Baia Mare*, *Fazanii București*, *Rechinii Timișoara*, *Scorpionii Timișoara*, *Ursulețiii Timișoara* etc. Astfel de denumiri imită numele echipelor americane de baschet și se „confruntă", pe terenul limbii române, cu mai pretențioasele, dar caraghioasele xenisme englezești: Napoca *Dolphins*, *Dark Wolves* Arad, *Sharks* Arad, *Tigers* Arad etc.

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

Punerea în circulație a unei embleme este o modalitate de accentuare a identității sportive la fel de importantă ca și denumirea. Semnul iconic devine complementar numelui și determină apariția unui supranume[7] care, de regulă, apare prin transpunerea lingvistică a imaginii de pe blazon. În calitate de semne cu motivare cultural-iconică, supranumele se impun în conștiința iubitorilor de sport și fac parte din vocabularul oricărui gazetar sportiv. Astfel, jucătorii echipei de fotbal FC Liverpool sunt supranumiți *cormoranii*, pentru că pasărea respectivă figurează pe blazonul echipei, FC Dinamo București este echipa *câinilor roșii*, *rechinii* sunt sportivii de la clubul Farul Constanța, *lupii* nu mai umblă prin pădure, ci fac parte din echipa Petrolul Ploiești, iar cei mai cunoscuți *lilieci* joacă fotbal în Spania, la FC Valencia. În cazul în care mai multe echipe au același supranume, diferențierea se realizează după naționalitate, după locul de proveniență sau după culorile echipamentului sportiv. Pentru a fi deosebiți de *lupii* portughezi din echipa națională de rugby, fotbaliștii români care joacă la formația «Petrolul» Ploiești sunt supranumiți *lupii galbeni*[8], *leii din Bănie*[9] (fotbaliștii de la clubul «Universitatea» Craiova) nu se confundă cu *leii*

[7] Pentru oservații asupra deosebirilor dintre porecle și supranume, vezi Oancă (1996: 10-18). Autorul amintit consideră că poreclele „*sunt acele nume complementare care au caracter motivat și afectiv și ilustrează particularități fizice, psihice, lingvistice, geografice (etc.) (de obicei defecte) sau întâmplări memorabile din viața purtătorului lor, având la bază, de cele mai multe ori, o metaforă creată mai ales din și pentru amuzament*" (1996: 12), în timp ce supranumele „*este numele complementar atribuit unei persoane care, prin preluarea lui de către colateralii acesteia sau descendenți funcționează ca nume de familie neoficializat (...). În categoria supranumelor mai intră numele etnice, numele date după titluri, ranguri sau profesiuni, după starea socială, originea locală etc., într-un cuvânt apelative denominative*" (*idem*).

[8] „ (...) „*lupii galbeni*" dau piept cu „cavalerii" bănățeni conduși de Gheorghe Hagi", *Cotidianul*, 7.12.2005, autor: Florin Dobre; www.cotidianul.ro.

[9] „*Leii*" din Bănie au început deja să viseze la Craiova Maxima", *Gândul*, 30.07.2007, autor: Ionuț Pîrvulescu; www.gandul.info. Supranumele de *lei* este motivat de blazonul echipei.

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

din formația Sporting Lisabona, iar membrii echipei naționale de rugby, supranumiți „*urșii din Carpați*" se bucură de o faimă mai mare decât a *urșilor portocalii*[10] din echipa de fotbal Ceahlăul Piatra Neamț. Prin extensie, supranumele atribuit echipei este utilizat și pentru a face referire la suporteri. Întrebuințate, aproape exclusiv, la plural, metaforicele embleme animaliere reflectă valoarea și prestigiul de care se bucură echipele. Necunoașterea acestor clișee sau raportarea accidentală la semnificația denotativă transformă știrile sportive în surse involuntare de umor: „«***Cocoșii***» *și* «***Pumele***» *dau startul Cupei Mondiale la Rugby*" (www.antena3.ro/sport/), „*Marius Nae și Florin Maxim au semnat cu* «***rechinii***»"[11], „*Forlan este dorit cu insistență de* «***lilieci***»"[12] etc.

Alteori, potențialul de ambiguitate este valorificat expresiv și persuasiv pentru a da naștere unor efecte umoristice, generate prin valențele discursului repetat, fie de tip cult, literar („*Câinii păcăliți de vulpe*"[13] - subtitlu care evocă numele unei cunoscute povești scrise de Ion Creangă, *Ursul păcălit de vulpe*), fie de tip popular, paremiologic („«***Câinii***» *latră, înfrîngerile trec*"[14] - sintagmă inspirată de proverbul *Câinii latră, caravana trece*).

O a doua categorie de supranume se dezvoltă în raport cu denumirile unor animale emblematice pentru biodiversitatea unei anumite regiuni. *Tigrii*[15] coreeni din Asia, *elefanții*[16] africani din Coasta

---

[10] „ (...) „*urșii" portocalii* ai lui Gheorghe „Pinalti" Stefan au luat spășiți calea spre poalele Pietricicăi", *Gândul*, 8.08.2006, autor: Gabriela Doboș; www.gandul.info.

[11] *Telegraf de Constanța*, 10.08.2006, autor: Ionuț Coman; www.telegrafonline.ro.

[12] *Prosport*, 28.05.2007, autor: Vlad Economu; www. prosport.ro

[13] *Cotidianul*, 14.04.2006, autor: Florin Dobre; www.cotidianul.ro.

[14] *Cotidianul*, 26 iulie 2005, autor Ciprian Pîslaru; www.cotidianul.ro

[15] „Kim Pyung Seok, noul antrenor al „*tigrilor*" vrea să debuteze în forță", *Ziua*, nr. 1217, 25.06.1998; www.ziua.ro.

[16] „De asemenea, mamele celor 23 de „*elefanți*" care alcătuiesc lotul Coastei de Fildeș au ținut să își manifeste susținerea în mod activ", *Cotidianul*, 17.06.2006, autor: Alexandra Bădicioiu; www.cotidianul.ro.

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

de Fildeş, *leii neîmblânziți*[17] din Camerun, *pumele*[18] argentiniene, *cangurii*[19] australieni etc. sunt doar câteva dintre emblemele metaforice animaliere care, în presa sportivă, capătă statut de etnonime, dat fiind că aceste supranume se întrebuințează atunci când națiunile respective participă la marile competiții sportive pe echipe (fotbal, rugby, baschet etc.).

Un tip mai rar de metaforizare se manifestă prin apariția supranumelor care, în mod obișnuit, sunt nume de animale mitice. Fără a fi simboluri culturale specifice unor popoare, ci, mai degrabă, clișee rezultate din convenții jurnalistice, metaforele de acest tip au o circulație restrânsă. De pildă, sensul figurat al cuvântului *cerber* 'paznic neânduplecat' este folosit, prin extindere semantică, pentru a lăuda eficiența unui portar sau apărător[20], înțelesul termenului *centaur* 'ființă imaginară, jumătate om, jumătate cal' a fost reconfigurat metaforic pentru a-i include și pe motocicliști[21] iar *dragonii*[22] nu mai sunt monștri,

---

[17] „*leii neîmblânziți*" au utilizat un echipament neregulamentar cu ocazia Cupei Africii pe Națiuni (CAN) – ediția 2004, desfășurată în Tunisia", *Evenimentul*, 19.04. 2004; www.evenimentul.ro.

[18] „Bombă la Mondialele de rugby: *pumele* argentiniene au învins *cocoșul galic* !", *Gazeta Sporturilor*, 8.09.2007; www.gsp.ro.

[19] „Australia caută primul gol la Mondiale cu antrenorul care acum patru ani a robotizat fotbalul coreean", Cotidianul, 9 mai 2006, autor Daniel Spătaru, articolul „*Cangurii* mecanici"; www.cotidianul.ro.

[20] „Luminița Huțupan demonstrează în defensivă că este cel mai valoros „*cerber*" de până acum al competiției", cotidianul Ziua, 13 decembrie 2005, autor Tiberiu Rist, articolul „La un pas de semifinalele Mondialelor"; www.ziua.ro

[21] „Mai sunt doar două zile până la reînceperea sezonului competițional al Campionatului Mondial de motociclism viteză, *centaurii* revenind pe pistă după o pauză de cinci săptămâni", Ziua, 20 august 1999, autor THL; www.ziua.ro.

[22] „Dar un meci rămâne doar un meci și nu durează decât 90 de minute, iar apoi toți pleacă acasă", a adăugat antrenorul care a câștigat, cu Porto, Cupa UEFA (2003), Liga Campionilor (2004) și două titluri de campion al Portugaliei (2003, 2004), în doi ani de excepție pentru „*dragoni*", Prosport, 28 decembrie 2006, articolul „Murinho speră să fie bine primit la Porto"; www.prosport.ro.

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

ci fotbalişti la FC Porto.

Rolul de marcă identitară al paranumelor metaforice demonstrează că, în competiţiile sportive, specificul cultural este esenţial în promovarea unui ansamblu mai larg de valori împărtăşite de susţinătorii diverselor echipe. Dezvoltarea tehnologiilor moderne de informare în masă a condus la răspândirea acestui tip de modele onomasiologice, care, în mod paradoxal, devin reprezentative şi sunt larg acceptate tocmai pentru că reflectă particularul, culoarea locală, individualitatea culturală a unor comunităţi. În plan individual, acestui proces de expansiune a supranumelor sportive îi corespunde apariţia poreclelor.

Presa sportivă joacă un rol central în impunerea poreclelor date sportivilor, ştiut fiind că, de multe ori, jurnaliştii sunt cei care născocesc poreclele. De exemplu, în lumea boxului, agresivitatea, forţa şi vitalitatea sunt trăsături care determină analogia cu ferocitatea unor animale de talie mare sau medie. Din acest punct de vedere, mulţi boxeri au porecle sugestive: *Pitbull-ul*[23], *Pantera*[24], *Leopardul*[25] etc. Aceleaşi trăsături au favorizat răspândirea unor porecle asemănătoare şi printre fotbalişti (jucători şi antrenori): *Fiara*[26], *Dulăul*[27], *Pantera*

[23] „În sfârşit, *Pitbullul* a „muşcat"", *Crai nou*, nr. 4462, 18.06.2007, autor: Cristian Marcu; www.crainou.ro.

[24] „Sorin "*Pantera*" Tănăsie a cucerit titlul european", *Prosport*, 30.09.2007, autor: Alexandru Enciu; www. prosport.ro

[25] „Mister 'KO' atacă '*Leopardul*'", *Cotidianul*, 17.05.2006, autor: Mirela Băsescu; www.cotidianul.ro.

[26] „'*Fiara*' Lăcătuş a format însă prefixul 666, iar demonii în alb şi roşu au început să-i chinuie pe oamenii lui Uhrin", *Gazeta Sporturilor*, 2.09.2007, autor: Valentin Şchiopu; www.gsp.ro.

[27] „Poreclit "*Dulăul*", mijlocaşul Cristian Todea (...)", *Gazeta Sporturilor*, 27.06.2007, autor: Dan Brie; „Viorel Hizo a gesticulat nervos mai tot timpul (...). La faza din minutul 47, "*Dulăul*" n-a mai suportat", *Gazeta Sporturilor*, 11.08.2007, autor: Eduard Apostol; www.gsp.ro.

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

(*neagră*)[28] etc. Alteori, agilitatea și viteza de reacție sunt caracteristicile pe care se bazează faima și porecla unui sportiv: *Cobra*[29], *Pisica*[30], *Veverița*[31] etc. Acestor porecle li se adaugă asocierile glumețe inspirate de înfățișarea sau de personalitatea sportivilor (*Corbul*[32], *Cocoșul*[33], *Curcanul*[34] etc.) precum și de personajele popularizate prin anumite produse media (filme, benzi desenate și desene animate): *Omul Păianjen*[35], *Pantera Roz*[36]. Prezența unor astfel de porecle în textul jurnalistic dovedește pătrunderea oralității în limba scrisă și impunerea colocvialității ca registru dominant în presa sportivă.

Una din trăsăturile stilistice ale publicisticii sportive este „*retorica ornării*" (Zafiu 2001: 123). De cele mai multe ori, mijloacele de

---

[28] „Două minute mai târziu, *Pantera* Semedo a prins aripi pe banda dreaptă", *Gazeta Sporturilor*, 27.06.2007, autor: Valentin Șchiopu; www.gsp.ro.

[29] „Adrian Ilie va fi noul manager general la Steaua", *Prosport*, 30.05.2007, autor: Dorinel Artene, articolul „'*Cobra*' se întoarce !"; www.prosport.ro.

[30] „Bogdan Lobonț, a plecat în vacanță la Firenze (...). "*Pisica*" va reveni în țară săptămâna viitoare", *Gazeta Sporturilor*, 8.06.2007; www.gsp.ro.

[31] „Eu sunt bine pregătită", a declarat cea cunoscută sub numele de ring '*Veverița*'", *Prosport*, 19.03.2007; www.prosport.ro.

[32] „'*Corbul*', cum i se mai zice dinamovistului, e un tip mai tăcut, retras", *Gazeta Sporturilor*, 27.05.2007, autor necunoscut, articolul „În pat cu Dănciulescu"; www.gsp.ro.

[33] „Este poreclit "*Cocoșul*" datorită frizurii sale rebele. Este Ștefan Radu", *Gazeta Sporturilor*, 13.07.2007, autor: Eduard Apostol; www.gsp.ro.

[34] „(...) antrenorul Florin Cioroianu va sta cu sabia deasupra capului la partida cu CFR Cluj (...). "*Curcanul*" ar putea fi dat afară", *Gazeta Sporturilor*, 10.08.2007, autor: Marius Chițu; www.gsp.ro.

[35] „Informația angajării lui Walter Zenga la Dinamo a fost postată și pe site-ul personal al tehnicianului, dar și pe cel oficial al lui Inter Milano, formația la care cel poreclit "*Omul Păianjen*" a cunoscut gloria.", *Gazeta Sporturilor*, 6.09.2007, autor: Ioana Mihalcea; www.gsp.ro.

[36] „Portarul Daniel Tudor s-a înțeles cu UTA pentru încă doi ani. (...) a explicat portarul, poreclit "*Pantera Roz*".", *Gazeta Sporturilor*, 5.06.2007, autor: Radu Romanescu; www.gsp.ro.

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

semnificare sunt orientate de o componentă imagistică dominantă, adică de un nucleu în jurul căruia se organizează o rețea de nuanțări adiacente. De pildă, un titlu precum „*Măgarul din turma lui Becali*”[37] pune în lumină atitudinea ironică a jurnalistului față de comportamentul unuia dintre conducătorii clubului FC Steaua Bucureşti. Dezvoltată prin prisma imaginarului animalier, semnificația conotativă de tip peiorativ îşi are originea într-una din poreclele atribuite lui Gigi Becali (*Oierul*). În consecință, înțelegerea textului se sprijină pe scenariu cognitiv de factură analogică: *oierul* este patronul, *turma* este echipa, iar *măgarul* este, în viziunea jurnalistului, fostul manager general al clubului, Mihai Stoica, care se face vinovat de violență comportamentală. În alte texte, analogia determină *convergența* între corelațiile metaforice: „În fotbalul românesc se pregătește o mişcare-surpriză, care nu vine nici dinspre *turma* lui Becali, nici de la *canisa* performantă a lui Borcea.”[38]. Alegerea termenului *turmă* pentru a denumi echipa patronată de „*oier*” este relaționată cu analogia metaforică *canisă – echipă*, corelația semantică implicită [*câini (roşii) - canisă*] fiind motivată de supranumele jucătorilor din formația FC Dinamo Bucureşti. Există, însă, şi texte în care şablonul imagistic apare ca efect al clişeizării: „*Inutili la începuturile istoriei acestui sport, deveniți „cavalerii în negru” mai târziu, arbitrii au ajuns nişte* ***cameleoni*** *fără de care nu se poate disputa nici un meci.*”[39]. Uzura la care a fost supus sfera de sensuri figurate ale cuvântului *cameleon* a generat apariția clişeului semantic şi o mică familie lexicală răspândită, cu precădere, în publicistică - *a (se) cameleoniza*, *cameleonizare*, *cameleonism*, *cameleonist*, *cameleonic* - aspect ce demonstrează importanța funcțional-expresivă a derivării, proces formativ perceput, probabil, ca mijloc de evitare a clişeizării.

În unele cazuri, comoditatea de a folosi clişeul metaforic

[37] *Cotidianul*, 27.07.2006, autor: Roxana Maha; www.cotidianul.ro.

[38] *Cotidianul*, 22.06.2007, autor: Ovidiu Drăgan; www. cotidianul.ro.

[39] *Cotidianul*, 30.06.2006, autor: Viorel Dobran; www.cotidianul.ro.

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

animalier reflectă fragilitatea gândirii manifestată prin enunțuri de un original umor involuntar: „*Într-o lume a fotbalului plină de* ***șacali*** *și* ***hiene****, maestrul Emerich Ienei a fost întotdeauna un exemplu. Din toate punctele de vedere.*”[40]. Fireşte că intenția laudativă a autorului este onorabilă, însă convergențele semantice din enunț îl recomandă pe „*maestrul Emerich Ienei*” ca exponent al șacalilor și hienelor, nicidecum un exemplu opus celui înfierat prin șabloanele imagistice animaliere.

Proximitatea onomasiologică și psihosocială dintre politică și sport le oferă jurnaliştilor posibilitatea de a valorifica potențialul conotativ al semnificației prin *schimbare metaforică*. Un subtitlu de tipul „***Bursucul*** *e în opoziție*”[41] atrage atenția tocmai prin trecerea de la jargonul sportiv (*Bursucul* – porecla antrenorului Dan Petrescu) la vocabula politică (*a fi în opoziție*). Un alt titlu, „***Guzganul*** *roș-albastru*”[42] își are originea expresivă într-un pamflet de succes: „*Este* ***un guzgan rozaliu****, alb în cap de câtă brânză de furat a-nfulecat. Răspunde la un nume de ființă umană, Viorel, numele de familie fiind cunoscut ca substantiv comun: hrebenciucul*”[43]. Devenită rapid poreclă a personajului menționat, sintagma *guzgan rozaliu* a fost prelucrată „cromatic” pentru a evidenția preferințele fotbalistice ale politicianului „gratulat” cu identitatea metaforică de *guzgan*: „*Atât PSD-istul Hrebenciuc cât și PRM-istul Dragomir merg pe mâna Stelei*”[44].

Un mecanism similar determină expresivitatea titlului „*Behăituri vămuite ieftin*”. Ludicul iese în evidență numai dacă cititorul face legătura între verbul *a vămui* (’a lua vamă’), termen specializat semantic pentru a denumi un anumit tip de reglementare administrativă și „*Vamă*”, porecla malițioasă atribuită fostului președinte al clubului FC Rapid București: „*Dinu Gheorghe a fost amendat doar cu 700 euro*

[40] autor N. M. Tut, http://www.fcsteaua.ro/index/section/articles/article/2077.
[41] *Cotidianul*, 22.06.2007, autor: Ovidiu Drăgan; www. cotidianul.ro.
[42] *Cotidianul*, 6.04.2006, autor: Ovidiu Drăgan; www.cotidianul.ro.
[43] *Adevărul*, 21.03.2005, autor: Cristian Tudor Popescu; www.adevarulonline.ro.
[44] *Cotidianul*, 6.04.2006, autor: Ovidiu Drăgan; www.cotidianul.ro.

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

pentru dirijarea corului de „behehe" de la Rapid" [45]. Pasionații de fotbal vor fi înțeles imediat ce *războinic al luminii* a fost ținta „behăiturilor", chiar înainte de a fi terminat lectura articolului.

O altă modalitate dominantă de valorificare a resurselor expresive ale registrului imagistic animalier este *interferența* cu alte câmpuri onomasiologice, bine reprezentate în presa sportivă românească: *confruntarea armată*, *vânătoarea*, *reprezentația scenică*, etc. Co-prezența, în plan sintagmatic, a termenilor aparținând unor câmpuri neînrudite, conferă scrierilor sportive caracter de mozaic. Ca manifestare textuală a opțiunilor gazetarului, interferența câmpului animalier cu alte câmpuri lexicale pune în lumină fantezia jurnalistului animat de dorința de a relata întâmplările într-o manieră cât mai sugestivă. Într-un fragment precum „*Același Stancu a fost invitat spre poarta adversă, a acceptat pe loc și a predat geometrie cu un trasor la păianjen*"[46], interferența dintre câmpuri determină specificul expresiv și persuasiv al textului. Introdus prin intermediul *semanticii politeții* (*a fost invitat* spre poartă, *a acceptat* pe loc), jocul de fotbal devine o simbolică *lecție* (*a predat geometrie*) de atac (*trasor*) asupra porții adverse (*păianjen*). Imaginea pe care cititorul și-o formează despre partidă este dramatizată: atacantul pare un profesor ce acceptă politicos invitația de ține o lecție, dar se manifestă ca un soldat bine antrenat care le dă adversarilor o lovitură fulgerătoare şi letală. În contextul amintit, semnificația figurată, dar specializată, în limbajul sportiv, a termenului *păianjen*, 'colțul de sus al porții de la unele jocuri sportive', asigură convergența metaforică a ansamblului şi conturează imaginea definitorie a textului sportiv: atacantul este un țintaş iscusit care ochește și nimerește minusculul păianjen. Acest tip de imagine este recurent în presa sportivă actuală, după cum o dovedește o relatarea unui alt meci de fotbal: „*Predescu* "*torpilează*" *de pe dreapta o minge spre centrul*

[45] *Cotidianul*, 1.06.2006, autor: V.D.; www.cotidianul.ro

[46] *Gazeta Sporturilor*, 18.08.2007, autor: Alexandru Răduca; www.gsp.ro.

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)

careului, "*Zaha*" *trece ca nevăzut pe lângă Goian şi Baciu, iar bistriţeanul catapultează mingea la păianjen*."[47].

Într-un alt text, termenul *păianjen* devine nucleul de realizare a caracterizării unui fost mare jucător: „*Bălan era tipul jucătorului harnic, tenace, un mic* ***păianjen*** *care se agăţa de orice minge ca de propria casă*"[48]. Sinonimia stilistică *jucător - păianjen* determină concretizarea unei valori semantice conotative care se deosebeşte de sensul specializat al cuvântului în discuţie şi scoate în evidenţă una din cele mai facile modalităţi prin care jurnalistul încearcă să-i impună cititorului o viziune fabulatorie asupra realităţii. Cu alte cuvinte, metaforele animaliere sunt manifestări lingvistice ale subiectivităţii jurnalistului şi „*transformă textul în fabulă*" (Zafiu 2001: 57). Se întăreşte, astfel, constatarea că, în interiorul stilului publicistic, presa sportivă are o individualitate bine conturată sub aspect imagistic.

[47] *Prosport*, 14.04.2007, autor: Cristian Cucolaş; www.prosport.ro.
[48] *Prosport*, 28.09.2007, autor: Florin Caramavrov; www.prosport.ro.

BDD-B4-09 © 2013 Editura Junimea
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:02:08 UTC)