UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO
DIPARTIMENTO DI LINGUE, LETTERATURE, CULTURE E MEDIAZIONI

Do.Ri.F. Università

CY AGORA

Appel à Contribution

Linguistique populaire et vulgarisation des connaissances linguistiques : langue française et technologies du web 2.0

Université de Milan, 12 et 13 mars 2026

Piazza Indro Montanelli, 1 - Mediapolis
Sesto San Giovanni (MI)

Ce deuxième colloque du cycle itinérant « Nouvelles formes et stratégies de vulgarisation et transmission des connaissances », qui fait suite à la journée « La divulgazione e la trasmissione di conoscenze nei nuovi media » (Modena, 26-09-2025), se propose d'examiner les différentes modalités de diffusion et de description de la linguistique et de la langue française liées aux technologies 2.0.

Les relations établies au fil du temps entre la langue française, d'une part, et les technologies qui se sont développées au XXIe siècle et qui ont envahi le quotidien des locuteurs, de l'autre, ont déjà fait l'objet de plusieurs études (Paveau 2006 et 2017 ; Molinari, Paternostro 2023 ; Dufiet, Jullion 2021). S'il est vrai que le lien entre langue et technologie a toujours fasciné les chercheurs (nous citons les études sur la parole et sur l'oral qui ont commencé vers la fin du XIXème siècle (Galazzi 1993 ; Baudry, Dalibard 2024) ou encore les apports de la technologie aux études lexicologiques et discursives (Ponchon, Laborde-Milaa 2011), il n'en reste pas moins que l'introduction du web 2.0 a, en quelque sorte, bouleversé les rapports entre ces deux dimensions, dans la mesure où il a fait surgir de nouveaux besoins et a changé de façon profonde le rôle des individus : ceux-ci ne sont plus de simples usagers ou consommateurs mais peuvent devenir acteurs, voire producteurs de contenus ce qui, en même temps, amène à tracer les contours de nouvelles formes d'agrégation.
Cela implique une certaine évolution par rapport à une tradition marquée par le respect du purisme et de la norme en matière linguistique. Déjà en 2008, Paveau et Rosier interrogeaient la validité du concept de « pureté de la langue » en explorant les représentations spontanées des locuteurs (Paveau, Rosier 2008). Si tout au long de leurs analyses les deux spécialistes soulignent l'attachement des Français au « bon français » que ce soit sur le plan lexical, stylistique, oral ou écrit, elles n'en concluent pas moins à la « crise » du discours puriste, la langue étant « un ensemble de régularités évolutives et profondément adaptable » (Paveau, Rosier 2008, p. 347).
En outre, les recherches en linguistique populaire (*folk linguistics*, *laienlinguistik*), tant aux Etats-Unis qu'en Allemagne et en France (Niedzielski, Preston 2000 ; Achard-Bayle, Paveau 2008 ; Becker et alii 2024) ont bien montré que certaines opinions, attitudes et savoirs circulant dans les discours ordinaires sur la langue ne s'éloignent pas beaucoup des savoirs scientifiques élaborés par les spécialistes, de sorte qu'une distinction nette entre linguistes et non linguistes apparait comme un leurre. Cela est d'autant plus vrai si l'on considère le rôle que les nouvelles technologies et notamment le web 2.0 jouent aujourd'hui dans le quotidien des locuteurs et notamment, la possibilité qu'elles offrent d'avoir accès à un grand nombre d'informations fortement hétérogènes, en dépit de l'effet « bulle de filtres » (Cardon 2010).
En général, les spécialistes situent la naissance des réseaux sociaux autour des années 90 (quelques premières formes rudimentaires étaient déjà présentes dans les années 70) mais leur essor est lié à la diffusion des téléphones portables et c'est autour des années 2000 qu'ils apparaissent dans les formes

que nous connaissons aujourd'hui (Facebook, X – ancien Twitter – Instagram pour ne citer que les plus connus). La notion même de *réseau*, bien approfondie par Assens (2018), est loin d'être neutre. Si elle a évolué au fil du temps et est passée d'une acception concrète (le réseau renvoyait aux objets ayant l'apparence d'un filet) à une acception plus théorique en mesure de décrire la structure économique et sociale d'un groupe, il n'en reste pas moins que le réseau permet de réunir un groupe de personnes autour d'un sujet commun : « les membres d'un réseau sont nécessairement fédérés par un dénominateur commun, un actif spécifique, qui peut se révéler d'ordre matériel (seuil d'activation, procédures, normes techniques, interfaces) ou d'ordre immatériel (langage, connaissance, valeurs, rites, culture). Ce facteur rend les membres solidaires ; il permet de pérenniser leurs rapports et il confère à la structure une stabilité » (Assens 2003, p. 53).
Les technologies impliquent donc un changement profond non seulement en termes d'accès aux savoirs, au-delà des limites imposées par certaines logiques algorithmiques, mais aussi en ce qui concerne la disponibilité d'outils numériques permettant d'accomplir les tâches quotidiennes les plus variées et, finalement, la création de nouvelles formes de sociabilité.
Dans ce panorama si hétérogène et profondément modifié, on peut avancer l'hypothèse que ces mutations entrainent des conséquences importantes sur la manière dont les discours sur la linguistique et la langue française sont construits et circulent ainsi que sur les représentations de la norme linguistique.
Les réseaux sociaux ayant donné droit de parole à tout usager, quelles que soient ses compétences, deviennent un espace important, voire incontournable pour la langue française. Les pages qu'on lui consacre, qu'elles prennent un ton sérieux ou comique, qu'elles soient gérées par des spécialistes, par des amateurs ou des profanes (Paveau, Rosier 2008), prolifèrent. Comme il a été souligné plus haut, les usagers jouent un rôle actif à tel point qu'ils deviennent parfois de véritables influenceurs. Il sera donc question de vérifier dans quels sens leurs réactions se développent : est-ce qu'on assiste à des interactions constructives ou bien ce sont plutôt des conflits et/ou des polémiques qui s'instaurent entre eux ?
Il nous semble donc important de porter l'attention tant sur la description de ces produits et l'exploration de leurs enjeux que sur les discussions sur la langue, y compris les réactions des usagers et d'étudier les interactions qui se déploient en ligne.

Les propositions de communication seront articulées autour d'un macro-sujet à partir duquel des axes seront dégagés au fur et à mesure : en d'autres mots, il sera question de réfléchir en général aux formes, aux fonctions et aux relations avec la langue française de ces dispositifs ayant une architecture pluri-sémiotique (Rabatel 2010) ou multimodale (Kress 2009 ; Kress, van Leuven 2001 ; Martinec, Salway 2005 ; Sagnier 2018), qui sort des limites du « scripto-visuel » (Jacobi 1985, 1987) de la page écrite, pour construire une transmédialité parmi les différents réseaux sociaux.

À partir de ce questionnement, deux grands axes sont envisagés. Des propositions de communication reliant les deux axes ou abordant des sujets liés seront aussi prises en compte.

Le premier axe s'intéressera aux formes et aux genres discursifs qui se déploient au cœur de ces dispositifs. Autrement dit, quelles sont les formes discursives privilégiées et par les vulgarisateurs et par les intervenants exprimant leurs réactions à ces discours ? S'il est aisé de supposer qu'elles changent selon le dispositif pris en compte, peut-on aussi prévoir des évolutions et des transformations des discours au fur et à mesure qu'ils se déploient ?
Et quel rôle jouent les vulgarisateurs ? Il sera question d'explorer non seulement les sujets auxquels ils accordent leur(s) préférence(s) mais aussi la façon dont les intervenants s'expriment. Est-ce qu'ils parviennent à être reconnus comme des voix faisant autorité au sujet de la langue ?

Ensuite, un deuxième axe se propose d'approfondir les fonctions remplies par les discours sur la langue française dans les réseaux, qu'elles tiennent à des formes de vulgarisation, d'enseignement,

etc. D'une part, l'on pourra approfondir la relation entre réseaux sociaux et apprentissage du français : quelles sont les plateformes qui se prêtent davantage à l'apprentissage du français ? Quels sont les sujets abordés et comment ? Et comment le public réagit-il ? Et cela qu'il s'agisse du français standard ou des variétés présentes dans l'espace francophone.
De l'autre, l'on examinera des discours, qui trouvent un espace dans ces dispositifs, ayant des objectifs différents, qu'il s'agisse de débats sociolinguistiques (féminisation de la langue par exemple, respect ou dépassement de la norme) ou de politiques linguistiques.
Il s'agira de vérifier si ces nouveaux dispositifs s'avèrent un terrain fertile pour ce genre de débats.

Finalement, les études devront permettre d'explorer les représentations du français que ces réseaux contribuent à construire ou, à l'inverse, à déconstruire. Le français est-il encore perçu comme une langue normée, obéissant à une norme unique, homogène et unifiante ? Quelles sont les variétés du français représentées par les réseaux sociaux ? Comment sont-elles décrites (quels aspects, grammaire, lexique, oral) ? Peut-on envisager une évolution des représentations vers un (ou « des ») français moins normé(s) ? Et encore : est-ce que ces nouveaux dispositifs s'avèrent-ils un terrain fertile pour les débats linguistiques ?

Les études contrastives, ainsi que les études de cas, sont les bienvenues, à condition que l'une des langues en présence soit le français.
La durée prévue pour chaque communication est de 20 minutes + 10 minutes de débat. La langue de communication est le français.
L'inscription aux journées d'étude est gratuite et la participation des jeunes chercheur.e.s est encouragée. À l'occasion des journées d'étude se tiendra aussi l'AG du Do.Ri.F.

Format des propositions
Les propositions de communication (500 mots maximum + 5 mots-clés et une courte bibliographie) doivent être envoyées aux adresses suivantes : chiara.preite@unimi.it et claudia.cagninelli@unimi.it avant le 30 novembre 2025. Elles devront indiquer clairement la problématique de recherche, la méthodologie, le cadre théorique de référence ainsi que le(s) corpus de travail.

Conférence plénière
Marie-Anne Paveau - Université Sorbonne Paris Nord
Avec la participation de la blogueuse Fabienne Brunin (@francais_facile_avec_fabienne)

Comité d'organisation - Université des Études de Milan
Claudia Cagninelli
Chiara Molinari
Chiara Preite
Giuliano Rossi

Comité scientifique
Claudia Cagninelli – Université des Études de Milan
Julien Longhi – CY Cergy Paris Université
Silvia Modena – Université de Modène et Reggio d'Émilie
Chiara Molinari – Université des Études de Milan
Rose Moreau Raguenes – CY Cergy Paris Université
Chiara Preite – Université des Études de Milan
Giuliano Rossi – Université des Études de Milan
Micaela Rossi – Université de Gênes
Alida Maria Silletti – Université de Bari « Aldo Moro »

Stefano Vicari – Université de Gênes
Gloria Zanella – Université de Modène et Reggio d'Émilie

Calendrier
Diffusion de l'appel à communications : septembre 2025
Date limite d'envoi des résumés : 30 novembre 2025
Notification aux auteur-e-s : 20 décembre 2025
Colloque : 12 et 13 mars 2026

Références bibliographiques :

Achard-Bayle G., Paveau M.-A. (éds.) (2008), *Pratiques*, n° 139-140: « Linguistique populaire ? ».
Assens C. (2003), « Le réseau d'entreprises : vers une synthèse des connaissances », *Management International*, vol 7, n° 4, pp. 49-59.
Assens C. (2018), « Histoire des réseaux sociaux de l'ère du troc à l'économie collaborative », *Questions de management*, 3, n° 22, pp. 13-21.
Baudry J., Dalibard J. (éds.) (2024), *A bras-le-corps. Savants et instruments au Collège de France au XIXe siècle*, Paris, Editions du Collège de France.
Becker L., Herling S., Wochele H. (dir.) (2024), *Manuel de linguistique populaire*, Berlin/Boston, De Gruyter.
Bouquillion Ph., Matthews J. T. (2010), *Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication,* Grenoble, PUG.
Cardon D. (2010), *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Paris, Seuil.
Dufiet J.-P., Jullion M.-Ch. (éds.) (2021), *Les nouveaux langages au tournant du XXIe siècle*, Milano, LED, Edizioni Universitarie di Lettere Economia Diritto.
Gautier A., Siouffi, G. (2016), « Les mèmes langagiers : propagation, figement et déformation », *Travaux de linguistique*, 73, pp. 7-25.
Galazzi E. (1993), « Machines qui apprennent à parler, machines qui parlent : un rêve technologique d'autrefois », *Etudes de Linguistique Appliquée*, n° 90, pp. 73-84.
Jacobi D. (1985), « Sémiotique du discours de vulgarisation scientifique », *De Saussure aux média*, *Semen*, n° 2, pp. 89-104.
Jacobi D. (1987), *Textes et images de la vulgarisation scientifique*, Berne, Peter Lang.
Kress G. (2009), *Multimodality. A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*, London, Routledge.
Kress G., van Leuven T. (2001), *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*, London, Hachette UK.
Martinec R., Salway A. (2005), « A system of text-image relations in new (and old) media », *Visual Communication*, 4 (3), pp. 339-374.
Molinari C., Paternostro R. (éds.) (2023), *Le français au prisme de sa diversité*, Milano, LED, Edizioni Universitarie di Lettere Economia Diritto.
Niedzielski N. A., Preston D. R. (2003), *Folk Linguistics*, Berlin, Mouton de Gruyter.
Paveau M.-A. (2006), *Prédiscours. Sens, mémoire, cognition*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle.
Paveau M.-A. (2017), *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann.
Paveau M.-A., Rosier L. (2008), *La langue française. Passions et polémiques*, Paris, Vuibert.
Ponchon T., Laborde-Milaa I. (2011), *Sciences du langage et nouvelles technologies*, Limoges, Lambert-Lucas.
Rabatel A. (éd.) (2010), *Les reformulations pluri-sémiotiques en contexte de formation*, Besançon, Presses universitaires de Franche-Comté.
Sagnier C. (2018), *Des images et des mots… au XXIe siècle. Nouvelles perspectives sur la multimodalité, la communication visuelle et les multilittératies*, Berne, Peter Lang.

Vicari Stefano (éds.), 2021, *Autorité et Web 2.0 : approches discursives*, *Argumentation et Analyse du Discours*, 26. https://journals.openedition.org/aad/4929
Wagener, A. (2020), « Mèmes, gifs et communication cognitivo-affective sur Internet », *Communication*, 37, http://journals.openedition.org/communication/11061