

Présentation des contributeurs



Coordinatrices scientifiques

Mélanie Bourdaa est maître de conférences à l'Université Michel de Montaigne Bordeaux 3. Ses travaux de recherche se centrent sur les nouvelles pratiques télévisuelles des fans et les changements des stratégies de production dans un environnement télévisuel en mutation. Elle a écrit des articles sur le *Transmedia Storytelling*, la notion de sérialité et sur les fans de *The L word*, *Fringe* ou encore *Batstar Galactica*. Parmi ses publications récentes citons l'édition de *Fan & Gender studies : la rencontre* (2017) avec Arnaud Alessandrin et d'*Héroïnes. Les figures féminines de la pop culture* (2017) avec Marilyns Vallet, Mathilde Degorce et Célia Haro. Elle a piloté le premier MOOC de l'Université Michel de Montaigne Bordeaux 3 intitulé « Comprendre le *Transmedia Storytelling* ».

Marita Mattioda est professeur associé de langue et traduction – langue française auprès du Département de Langues et Littératures étrangères de l'Université de Turin. Elle enseigne la grammaire contrastive (français, italien) et la traduction en Licence LEA et la traduction et la communication spécialisée en Master 1 et 2. Ses domaines de recherche privilégiés sont la communication professionnelle dans ses aspects lexico-culturels et rhétorico-pragmatiques, les discours des entreprises et la traduction spécialisée. Elle a dirigé le n°9 de la revue *Synergies Italie* sur le *Plurilinguisme en entreprise* et a publié plusieurs articles concernant les stratégies lexicales et discursives de la presse économique (*Euphémismes et atténuation du dire dans la presse économique spécialisée*, 2009), le lexique de l'économie et de l'environnement, la traduction spécialisée (*La voie initiatique de la traduction/localisation*, 2016) et les discours identitaires des organisations.

Auteurs des articles

Teresa Biondi enseigne à l'Université de Turin, elle est l'auteur de plusieurs publications sur le cinéma et les sciences anthropologiques. Elle s'intéresse notamment aux aspects « psycho-socio-anthropologiques » de la communication filmique. Parmi ses publications, nous citons : *La fabbrica delle immagini* (2007) ; *La narrazione al cinema* (2012) ; *Segni di moda nell'immagine filmica* (2012) ; *Il cinema antropomorfo di Luchino Visconti* (2016).

Hélène Breda est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 13 (LabSIC). Ses recherches, qui embrassent à la fois des analyses de

contenu d'œuvres et des études de réception sémio-pragmatiques, portent sur les relations entre médiacultures et appartenances identitaires. Elle prépare actuellement un ouvrage sur la représentation des « communautés professionnelles » dans les séries télévisées.

Françoise Collinet a étudié l'histoire de la langue et de la littérature françaises à l'Université Libre de Bruxelles en Belgique où elle a également suivi des cours de philosophie (diplôme de 1^{er} cycle). Elle enseigne le français à l'Université Jagellonne de Cracovie en Pologne et a consacré sa thèse de doctorat à l'enseignement de la dissertation française en milieu polonophone. Ses intérêts portent actuellement sur la rhétorique et l'argumentation, notamment sur les travaux de Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts-Tyteca.

Maria Rosaria Compagnone est docteur en linguistique et sciences du langage et collabore avec la chaire de langue et littérature française à l'Université Suor Orsola Benincasa de Naples. Son principal champ de recherche concerne l'analyse syntaxique, morpho-syntaxique et textuelle des discours liés aux nouveaux médias de communication. Elle a publié une monographie sur le langage SMS et plusieurs articles dans des ouvrages collectifs.

Andrea Fontana est sociologue de la communication et des médias. Il a été le premier à introduire en Italie les sciences de la narration appliquées aux entreprises (*Corporate Storytelling*). Il enseigne à l'Université de Pavie, où il dirige également le master en sciences de la narration. Il est administrateur délégué du Groupe *Storyfactory* et Président de l'Observatoire Italien du *Storytelling*. Il travaille pour améliorer les « narrations » de plusieurs grandes entreprises et institutions publiques et privées en Italie.

Yaël Gabison a été publicitaire et a dirigé le secteur marketing de grandes entreprises pendant 10 ans. En 2003, elle décide d'arrêter journalisme, marketing, communication pour se consacrer à l'écriture de fictions. Aujourd'hui, elle est Présidente de *Smartside*, un cabinet conseil en leadership international, qu'elle a créé il y a dix ans. Elle a écrit plusieurs livres sur le *storytelling*, notamment : *Boostez vos présentations avec le storytelling* (2012), *Animer des réunions de créativité* (2014), *Devenez le héros de votre vie !* (2016).

Justine Huppe est doctorante à l'Université de Liège. Elle travaille sur le Projet de Recherche « Storyfic », qui vise à évaluer l'influence du *storytelling* et de sa dénonciation sur la littérature française contemporaine. Dans le cadre de sa thèse, elle interroge les manières dont le roman francophone contemporain réfléchit ses propres pouvoirs sur le monde, face à leurs récupérations, revalorisations ou réélaboration (*storytelling*, tournant éthique de la théorie littéraire, approches pragmatiques des œuvres, revalorisations politiques de l'imaginaire et du récit).

Domenico Liggeri enseigne communication des musées d'entreprise à l'Université IULM de Milan. Il est l'auteur de plusieurs livres dont, entre autres : *Cosa resterà...* (2004), *Musica per i nostri occhi. Storie e segreti dei videoclip* (2007), *Quello che non ti aspetti* (2008), *La*

comunicazione di musei e archivi d'impresa. Metodologie dell'informazione e strategie mediatiche (2015). Il est également journaliste professionnel, auteur pour la télévision, critique de cinéma et musical, réalisateur (pour le cinéma, la télévision et le théâtre) et directeur artistique de manifestations culturelles.

Gabriele Qualizza est chercheur postdoctoral à l'Université d'Udine. Il s'intéresse à la communication d'entreprise et au *storytelling* utilisé à des fins de marketing. Il a publié *Oltre lo shopping. I nuovi luoghi del consumo: percorsi, esplorazioni, progetti* (2006), *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione* (2010) et *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media* (2013). Il enseigne à l'Université d'Udine et à l'Université de Trieste et est l'un des collaborateurs de la revue *Tigor. Rivista di scienze della comunicazione* et de l'Observatoire Italien du *Storytelling* de Pavie.