

Special Issue on Social Reading and the Role of Data in Improving Reading Experiences

Call for Papers

Aim and Scope [English]

An authentic change of paradigm characterised nowadays book production models, communication and fruition; the complex effects of this change are difficult to understand in the different areas involving book production, management, selling and reading.

In the publishing sector, in particular, the industrial requirements on one side and readers' behaviours on the other are inevitably redefined. This represents a significant shift where the reading practice gets a new meaning and especially in narrative in the balance of the two cultural systems the book belongs to: the artistic and the commercial.

The reading practice is changing and the changing factors are many, heterogeneous, and in constant shift, because of the transformation of both the object, the book, in its new configuration as a e-book and the perceptive and cognitive structure of readers, who are immersed in an information system made of various models of organisation and communication of textuality.

Social reading is part of this transforming context and it represents not only the evolution of reading but most importantly an opportunity for the publishing sector. Inside social reading platforms there are a lot of digital footprints, data (users-generated content), until now hugely unexplored, with relevant information for better understanding today reading dynamics.

This special issue aims to explore both the social reading as a phenomenon and the analysis, visualisation, re-use and possible spectacularisation of generated data.

Topics [English]

- phenomenology of reading
- analysis of reading models and practices: group reading, social reading
- representation of audience in social networks: data visualisation, gaming
- augmented reading
- distant reading
- social reading platform settings
- big data for publishing sector
- method and tools for evaluation and measurement: sentiment analysis, text mining, network analysis
- reading practice promotion through social reading

Aim and Scope [Italiano]

I modelli di produzione, comunicazione, ricezione del libro sono caratterizzati da un autentico mutamento di paradigma che sta producendo effetti complessi e difficili da interpretare nei diversi ambienti in cui il libro viene prodotto, gestito, commercializzato, letto.

In ambito editoriale, in particolare, le esigenze aziendali da un lato e i comportamenti dei lettori dall'altro vengono inevitabilmente ridefiniti. Si tratta di un passaggio significativo in cui assume un senso nuovo anche il significato che viene attribuito alla pratica della lettura e dunque, nel campo specifico della lettura letteraria, al peso dei due sistemi culturali che la letteratura abbraccia: quello di prodotto artistico e quello di prodotto di consumo.

La lettura sta cambiando, i fattori di mutamento sono numerosi, eterogenei, e in continuo movimento, perché a trasformarsi sono sia l'oggetto della lettura, il libro, nella sua riconfigurazione nella modalità dell'e-book, sia le strutture percettive e cognitive dei lettori, immersi in un ambiente informativo in cui si situano, e concorrono, modelli diversi di organizzazione e comunicazione della testualità.

Il social reading si inserisce in questo contesto di trasformazione e rappresenta oltre che una evoluzione della pratica di lettura condivisa anche un'opportunità per il settore editoriale. Nelle piattaforme di social reading sono depositate una quantità molto ampia di tracce digitali; dati (user-generated content), fino ad ora largamente inesplorati, che contengono certamente informazioni di grande utilità per comprendere meglio le dinamiche che caratterizzano la lettura oggi.

Lo special issue si pone l'obiettivo di esplorare sia il social reading come fenomeno che l'analisi, la visualizzazione, il riuso e la possibile spettacolarizzazione dei dati generati.

Topics [Italiano]

- fenomenologia della lettura
- analisi di modelli e pratiche di lettura: lettura condivisa, gruppi di lettura, social reading
- rappresentazione e comunicazione della lettura in ambienti social: data visualization, gaming
- lettura aumentata
- distant reading
- configurazione delle piattaforme di social reading
- big data per il settore editoriale
- metodi e strumenti di misurazione e valutazione: sentiment analysis, text mining, network analysis
- promozione della lettura attraverso il social reading

Guest Editors

Gianni Corino – University of Plymouth (G.Corino@plymouth.ac.uk)

Chiara Faggiolani – Università di Roma La Sapienza (chiara.faggiolani@uniroma1.it)

Lorenzo Verna – Tykli (v.lorenzo@gmail.com)

Maurizio Vivarelli – Università degli Studi di Torino (maurizio.vivarelli@unito.it)

Special Issue Scientific Committee

- Luca Ferrieri
- Gino Roncaglia
- Giovanni Solimine
- Francesca Tomasi
- Michael Phillips

Expected Dates Schedule (Important Dates)

Submission Deadline: 30 May, 2018

Deadline for review by referees: June 22, 2018

Final Version Due: July 15, 2018

Expected Publishing Date: September, 2018

Paper Selection Policy

Manuscripts should be written in English or Italian.

Manuscripts in Italian should include an English translation of the abstract and of the title as well. Authors should prepare their manuscript according to the Guide for Authors available from the online submission page at <http://www.digitcult.com/index.php/dc/information/authors>. Length of the manuscripts: 20,000 – 40,000 characters, figure captions and references included. Manuscripts are processed by journal editors through a double-blind peer review process. In the revision phase, reviewers, editors, and scientific committee will propose modifications of the manuscript to eliminate redundancies and eventually cover aspects that have not been considered in the first phase. There will be a thorough language check for papers written not in native language. Manuscripts that have been accepted will be published at no expenses for the Contributors.