

# 特集関連図書

タイトル / 内容紹介 / 著者(編者) / 発行者 / 発行年 / 広告図書館請求記号の順

## 共感ブランド 場と物語がつくる顧客参加の仕組み

著者は長年、コミュニティとブランド価値向上の関係について研究を展開。本書では「参加型プラットフォームによるコミュニティがブランド価値を高める」という仮説に基づき実証研究を行う。口コミによる価値共創の実現については、従来の「不安型口コミ」ではなく「共感型口コミ」に着目。

金森 剛 著 / 白桃書房 / 2014 / 230-KAN



## 次世代共創マーケティング

SNS サイトは、情報伝達者から、ゆるい参加者まで、不特定多数の人々をつなげる。本書は、そこから新しい価値を生み出すための「共創のプラットフォームづくり」について、考え方を整理し、実際のエンゲージメント事例を挙げながら、実践的ノウハウをまとめる。

池田 紀行、山崎 晴生 著 / SBクリエイティブ / 2014 / 275 -SAI



## オタク的想像力のリミット 〈歴史・空間・交流〉から問う

「オタク」という言葉は一般化したが、いまだ深い議論には至らない。本書では「歴史」「空間」「交流」という3つの視点から、日米の社会学者たちがオタク文化を総合的に論じる。その特異性と経済効果ではなく、コミュニケーション文化としての意義を考察。

宮台 真司 監修、辻 泉、岡部 大介、伊藤 瑞子 編 / 筑摩書房 / 2014 / 451.4-MIY



## 集合知とは何か

近年、専門家による知識よりも、ネットを介して他人同士が知恵を出し合う「集合知」の信頼が高まっている。本書は、この理論的根拠について、これまでの実験を紹介しながら検証し、さらに「知識とは何か」を問う。21世紀は、個々人の多様な「主観知」がネットを介して交流し、ゆるやかな社会的秩序を形成してゆくのでは、と締めくくる。

西垣 通 著 / 中央公論新社 / 2013 / 007-NIS



## インターネットが普及したら、ぼくたちが原始人に戻っちゃったわけ

さまざまなネットサイトが立ち上がったものの、結局人々は原始時代に立ち返ったかのように「小さな村」を幾つも作り始めた。本書はそのような仮説をもとにした対談をまとめたもの。メディア・広告の未来について推察し、生き抜くカギは「編集力」だとする。

小林 弘人、柳瀬 博一 著 / 晶文社 / 2015 / 331-KOB



## ソーシャルな資本主義 つながりの経営戦略

ネットワークの発達で、これまで「切れて」いた人々がつながり、社会や経済はどう変化するのか。著者は、「ソーシャル」とは信頼に基づいて情報を開示し合う関係性であり、その制約の中に入るには、企業も個人も信頼される存在になることが重要だと説く。

國領 二郎 著 / 日本経済新聞出版社 / 2013 / 543-KOK



## 明日のプランニング 伝わらない時代の「伝わる」方法

もはや情報の流通量は把握できないほどになり、個々の情報は、「世界の砂の一粒程度」という時代。本書は、そのような絶望的な状況であっても、「情報を必要な人に伝えて喜んでもらう」というゴールのイメージを描く大切さを強調。友人などを介した「ファンベース」の伝播方法に、解決策を見いだす。

佐藤 尚之 著 / 講談社 / 2015 / 113-SAT



## インターネット心理学のフロンティア 個人・集団・社会

インターネットが社会にどんな変化をもたらすのか。それについて、社会心理学者たちが、「個人」「対人関係」「集団」「社会」の4つの切り口から議論を深める。各章は、研究レビューを行う理論編と、編著者が行った実験を紹介する実践編から構成される。

三浦 麻子、森尾 博昭、川浦 康至 編著 / 誠信書房 / 2009 / 451.5-MIU



## ネットコミュニティの設計と力 つながる私たちの時代

ネット上に多数存在するコミュニティ・サービスの成否を分けるのは何か。本書は、コミュニティの運営者や人類進化論、社会政策論の研究者や専門家たちによる多彩な視点を通して、ネットコミュニティの本質を問い、将来を推察する。

近藤 淳也 監修 / KADOKAWA / 2015 / 451.4-KON



## 「自分メディア」はこう作る！ 大人気ブログの超戦略的運営記

人気ブログの著者が、その運営の裏側も含めて、10年に及ぶ歩みをまとめた書。著者が日記をブログで公開し、人気を得て、電子版を含む書籍の出版化に至るまでがつづられる。誰もが情報を発信できる時代において、「自分メディア」をどう確立するか、などのヒントが記される。

ちぎりん 著 / 文藝春秋 / 2014 / 382-CHI



## ソーシャル時代のブランドコミュニティ戦略 つながる、発信する、共に創るためのプラットフォーム構築法

ソーシャル・メディアは、企業や顧客のみならず、生活者や社会的コミュニティとの継続的な関係構築を可能にした。それは、ブランド戦略においても、新事業や価値を生むシステムを生み出す効果をもたらす。本書はその共創のプラットフォーム構築について、論理的かつ実務的に解説する。

小西 圭介 著 / ダイヤモンド社 / 2013 / 223-KON



## 鈴木さんにも分かるネットの未来

今や当たり前のように普及しているネットだが、あまり理解せずに利用する人も多い。そのため、情報格差や詐欺などの問題も発生。ネット世界でのパイオニアとして名高い著者が、ネットの世界で起こっていることや、リアルな世界との関係、そして未来について、誰にでもわかりやすく解説。

川上 量生 著 / 岩波書店 / 2015 / 382-KAW

