

# 《主编死了》

## 图书基本信息

书名：《主编死了》

13位ISBN编号：9787508647726

出版时间：2014-10-1

作者：陈序

页数：260

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《主编死了》

## 内容概要

“我服务的媒体停运了。我创办的媒体衰落了。我热爱的媒体消失了。”

“是我所扮演的角色——‘主编’造成了这一切，如同造就之前一个世纪的繁荣。”

时至今日，媒体业正在面临深刻而艰难的转型，昔日辉煌的著名报刊相继关停，数字化浪潮不可阻挡。

是什么使得传统媒体脱离了赖以生存的土壤？爆发式涌现的自媒体是变异还是回归？未来的媒体又将呈现何种形态？……

答案就在这本书里。

了解媒体主编权力与个人表达权利的关系，方知其正当性边界与有效时限。

了解工业化媒体受惠于垄断，方知其过剩产能的存在基础与瓦解条件。

了解广告模式的周期性特征，方知金融危机为何成为压垮印刷媒体的最后一根稻草。

了解用户体验滞后于技术替代，方知有主编的新媒体还不是新媒体。

了解大众传播的“个体私有化”进程，方知自媒体如何从大机器生产中复兴。

了解主编死了，方知新闻专业主义将成为公民常识，业余者将成为未来的主流。

# 《主编死了》

## 作者简介

陈序  
“赞赏”社交出版创始人。《麻省理工科技评论》（MIT Technology Review）、《麻省理工斯隆管理评论》（MIT Sloan Management Review）中文版首席新媒体战略顾问。服务新闻业22年，现专注移动互联网内容市场和新媒体孵化。  
美国《新闻周刊》（Newsweek）中文刊前执行主编、政经专栏作家。前中国移动12580手机媒体群总编辑。曾任首都互联网协会理事、机构投资者在线（Institutional Investor）中文网编辑顾问。参与创办中国内地多家媒体。  
上海交通大学安泰经济与管理学院EMBA。曾入选北京大学中国经济研究中心第八届《财经》奖学金项目。

## 书籍目录

推荐序一	//XIII
推荐序二	//XIX
推荐序三	//XXIX
引言	//XXXV
第一章 重新定义工业化媒体	
从神话到原始自媒体	//5
官媒体和钦命主编	//8
一代代逆袭，现代主编脱颖而出	//10
重新定义工业化媒体	//15
得到信托的代言人	//18
第二章 站在注意力的金字塔尖	
主编的第一项权力：分配公众注意力	//28
主编的第二项权力：沟通信息不对称	//39
真正的掌权者和匿名电话	//45
第三章 主编决定论的贫困	
身份困境：股东利益最大化和公众利益最大化	//54
“骑墙”的主编和买方贷款	//57
资源困境：工业化媒体资源稀缺而公众利益诉求分歧	//64
注意力资源错配与“夹心层”的胜利	//69
解铃不是系铃人	//72
第四章 新闻是一门生意	
发现	//77
定义	//82
呈现	//83
到达	//87
从垄断到垄断上瘾	//89
受益于垄断的产能过剩	//94
第五章 顶替主编的互联网	
一夜之间	//105
那些替代者教我的事	//109
野渡无人舟自横	//117
作为折中的用户体验	//120
第六章 金融危机的致命一击及主编本位谢幕	
裁员、出售、停印、破产的编年史	//126
最后一根稻草：广告模式的周期性陷阱	//139
取消主编本位	//145
第七章 决定未来的是……	
两种力量、一个动机和四类物种	//154
突然复兴的自媒体	//160
偏好还原和需求自由化	//163
未来未来之时	//167
第八章 最后的主编	
主编的“圣杯”：“真相”和“客观”	//189
一份职业的萎缩与一个生产组织者的自由	//197
从现在起，意见领袖接手	//200
回到业余	//203
致谢	//209

# 《主编死了》

## 《主编死了》

### 精彩短评

- 1、看到一半的时候留言，写自己经历的时候文字平白无华，写起传播学史什么工业化媒体这些个术语都用上了，如此分裂，我都怀疑是从哪巴拉来的。/看完再补，其实最后四分之一才开始讲主编死了的事，前面都是重复叙述已经发生过的东西。最后部分，有一点启发，但有限。
- 2、又是新闻史，但是也了解到新媒体发展历程对传统媒体冲击，时代巨变，而我想回到纸媒
- 3、不错，看过好久了
- 4、在新媒体讨论这么泛滥的当下，内容比较充实，整体框架不好说，一些想法还是有亮点的。
- 5、观点耳目一新，也可能是我读书太少。。。
- 6、像个主编发展史的长篇论文。所说的也不过是现今言论自由蓬勃发展的媒体时代不再需要主编权利的导向。书名比书的内容精彩。
- 7、没有看完
- 8、读了三分之一放弃，没有吸引力，前半部分都是新闻媒体历史书的感觉。
- 9、来自从业人士的深度思考。媒体行业所遭遇到互联网免费浪潮的挑战、传统方式运作的媒体企业的衰落、以及所谓自媒体在关注度、商业前景各方面的崛起，这一系列事件所引发的后果，恐怕要好几年之后（在互联网世界几乎是几代人的时间了）才能看出后果。
- 10、对未来的判断、对自媒体的推崇大多基于媒体即事实的报道这一错误的意识形态基础上。
- 11、文笔有些艰涩，大约这是作者的行文风格。所以中间几章我看得晕晕的。但是作者对自媒体的兴起，对媒介市场“个体私有化”的分析有几分道理。最近一年许多传统媒体的优秀从业者辞职兴办各种自媒体正成为作者分析的注脚。
- 12、主编死了的标题使得阅读的过程更似一个求解的过程，不仅是互联网这项新技术还有工业化媒体本身的内在逻辑一起谋杀了主编。主编死了即是主编权力的分解，人人都是主编，主编便不复存在。笔者运用一系列的经济学原理解释媒体也让人耳目一新，谁说问人不懂赚钱呢？
- 13、18，何为新媒体？
- 14、作者应该读过很多书，也对所在行业有很多思考，所以有很多东西想写出来告诉读者，但诸如上海街道的历史之类的扯远了的内容不属于我对这样一本书的期待。另外毕竟作者的个人能力是有限的，所以总感觉有些问题并不透彻
- 15、业内看看倒算不错
- 16、传统媒体在互联网时代的没落与转型，新媒体崛起，这些内容对我来说没啥看头，真正让我感兴趣的还是一些关于新闻本质的思考。
- 17、有思考，没有结论，大家一起寻找吧！
- 18、呵呵
- 19、新媒体让主编褪去本不属于他的光环，剥夺本不属于他的权力（分配公众注意力、沟通信息不对称），回归其业余知识分子（意见领袖）的本色——毕竟，“真知灼见”才是他们真正的价值。不过即便如此，他们也必须做出升级，因为现在的读者已经越来越“注重信源、平衡观点、关注时政、实事求是”了。
- 20、从引言的“米哈伊尔·谢尔盖耶维奇·戈尔巴乔夫”即可管窥全书的行文风格。频繁地掉书袋、浓烈的翻译腔也是这本书最终读者有限的缘故吧。干货不多，如果是被标题吸引，其实只要读最后两章即可。
- 21、老实说，这本书的内容远远没有书名更有吸引力。书中一本正经煞有介事的回顾了纸媒发展史，大多数内容都像一个过时的新闻专业教科书般无趣。为附庸风雅引用了各种外国大咖的名人名言，语句逻辑也是模仿学院派般有模有样，但依然无法掩盖病句或者错别字的尴尬。思维和逻辑拼凑感较强，读来生涩而跳跃。唯一有趣的就是作者不断以自己职业生涯而得瑟，一会儿说自己和美国总统一桌吃饭，一会儿说佛洛依德证明了他的判断。打拼在上海洋场，历见纸媒兴衰，可惜经历了这许多，智慧和眼光依然没有见涨。sigh~
- 22、前面有些沉闷，后面是精彩万分。
- 23、真心废话过多
- 24、前面1/3写得好些，后面堆了很多东西，而且有些偏题了。
- 25、对于新媒体的研究，陈序算是走在很前面了。

## 《主编死了》

- 26、读到50%弃了。。堆砌数据梳理历史仍然觉得论据很无力，而且文字太硬了不好看 \_ .....
- 27、2015-12-26 在读，2015-12-28读过
- 28、当我们谈论新媒体时我们在谈论什么
- 29、主编在哪？看到最末钛媒体和虎嗅的字样，好像也不奇怪。
- 30、大约半年前，作者陈序来部门讲座，我就坐在他的左后方。说实话，当时我并不知道他曾是《新闻周刊》的总编，只是抱着关于互联网与传统媒体，还能说出些什么新东西的心态听着。陈序没有给出很明确的解决方案，但直接用他几十年的媒体经验与学问碾压式的给我们这群所谓的互联网新媒体生力军上了一课。末了，他提到了自己这本尚未正式出版的新书，于是我关注了。
- 31、看第二遍，理清了书的脉络，也才明白其实内容并没有标题那样“惊悚”，还是挺中肯的。不同于学术研究，因为作者是业内人，丰富的经历和近距离的观察让这本虽然也有不少理论的书读来很愉悦。另外，书中脚注提到的那些书，找来看看似乎还不错，有发现宝的感觉。
- 32、陈序钟爱麦克卢汉，字里行间无一不体现麦翁的伟大。关于，社会，关于整个世界空间的联系，时间历时性的延续，探讨经济政治文化对于传媒业深刻的影响，世事变迁动态观之，从油墨到比特传播变迁，媒介在变世界在变但还有不变。
- 33、坐公交车看的，有点囫圇吞枣。里面的案例非常好，但可能稍微有点理论化了，广告出身的人不是很能理解和消化
- 34、标题党，卖弄，事后诸葛亮。
- 35、值得思考
- 36、不知道为什么看完之后觉得很难过 承认自己不理性这不是我想要的结果 / k 75
- 37、诸如“工业化媒体”之类的老概念新造词降低了阅读的流畅性，增大了理解的难度。借用作者在书里引用的克莱·舍基的话送给这本书本身，“新工具提供的机会越多，任何人可以从之前社会形态推断未来的可能性也就越小。”
- 想预测新闻的未来，哪那么容易呢。所以陈序也没有结论。
- 38、浪费哥的时间。
- 39、媒体人的深度思考，值得一看！
- 40、论据无力。每一章第一页“名人名言”，正文开始以“自己的经历”作为切入点，正文主体部分分论点太过随意，具体论据中外新闻史堆砌，加上具体新闻业务案例，再加上自己的经历，还有莫名其妙的“幽默”（？），基本无总结。整个一个大写的乱。看的好累。你到底想说什么？
- 41、作者知道的太多了，行文反而冗杂繁琐，很多引述和例子把主干逻辑模糊掉了，感觉就是包袱太多了，太爱谈古论今拽文采了，观点其实很简单，所以本书更像是一本晦涩的讲述媒体史的散文，可以跳读
- 42、好像我没有看完，有可能看不太懂吧
- 43、没序言里说的那么好，真难找到新媒体真知灼见的书
- 44、人们总要通过某种方法过滤互联网上过多的新闻。提供代替受众选择的服务，节省他们的时间和机会成本。过去，这是主编们赖以谋生的职业。从现在起，意见领袖接手。
- 45、互联网革了主编的命 于是世上出现了千千万万的主编
- 46、有不少新的冲击
- 47、失望。。。
- 48、‘新闻“真相”不是层层剥开的洋葱，新闻“真相”是不断变化的认知。’这句话犹如一声惊雷，久久在脑海中回响。
- 49、太硬 不像是一个资深主编写出来的 复制粘贴堆砌的感觉...
- 50、无甚惊喜。浪费米币。

# 《主编死了》

精彩书评



# 《主编死了》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)