

<<為什麼搜尋將被淘汰>>

图书基本信息

书名：<<為什麼搜尋將被淘汰>>

13位ISBN编号：9789861577821

10位ISBN编号：9861577823

出版时间：2012-1-20

出版时间：美商麥格羅希爾國際股

作者：史蒂芬．羅森鮑姆

页数：320

译者：黃貝玲

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：<http://www.tushu007.com>

<<為什麼搜尋將被淘汰>>

前言

前言在我把這本書交給出版社之前，進行最後一次校閱時，我頓時有一層覺察。

這本書正是一份「策展」的結果。

它是一個編輯流程的結果，但卻又不像我過去曾經經歷過的任何事。

在與我過去不曾遇過，或不熟悉的這許許多多極為聰明且思想極為豐富的人們接觸時，我發現他們每個人都思考過策展（curation）這個概念，並圍繞著這個概念形塑自己的工作願景。

傑夫·帕爾弗（Jeff Pulver）這位自九歲起便能預見未來的連續創業家，視他規劃的研討會是一種策展行為。

他挑選日期、地點、講師，甚至包括他希望看到的出席者。

他將他熟習且信任的人，以及那些在他稱之為「現在」（now）網路（經由推特最佳化的即時資料）上，從事重要且能振奮人心之事的新的聲音，揉合在一起。

傑夫是策展領域裡的一位卓越人士，你可以透過這本書深入了解他的構想。

艾絲特·戴森（Esther Dyson）不但是一名創造者，也是一名策展人（curator）。

她在健康照護、科技、隱私、國際關係及創新等領域的成就，讓她成為當今最多產的连接者。

艾絲特匯聚、分享知識的決定，是不可思議的。

身為具開創性的個人電腦論壇（PC Forum）研討會創辦人，她早在網際網路成為大眾實用工具之前，便有能力讓世界上才智最非凡的一群人齊聚一處。

她分享的內容，甚至包括她熱愛的每日晨泳。

無論她人身處世界上哪個角落，她都會將晨泳的泳池照片張貼在Flickr上，與大家分享。

她認為，這就是一種內容創造的行為（bit.ly/curate10）。

伊莉莎白·薛拉特（Elizabeth Schlatter），是本書少數幾位名片上真的印有「策展人」的人士之一。

她是學術界及博物館專業人士，在這過去相當單純的專業領域裡所發生的巨大變化，不僅賦予她能量，也讓她面臨許多挑戰。

當她發現「策」展這個字廣為許多不具博士學位的人所採用時，她決定進一步探究、了解確切發生了什麼事。

就像任何一位傑出的學術人士，她做研究，她和同事及各式各樣採用策展這個字的人對談。

策展的新人氣，對她的同僚們有什麼好處嗎？

或者，就像有人告訴她的，這只會「淡化」了才能及其重要性？

這是一個值得探索的問題。

羅伯·史科博，是一位無所不在的科技部落客及影片製作者。

史科博是以他的部落格Scobleizer.com最為人所知，那是他當年還在微軟擔任科技文件編輯人員（technical evangelist）時，便已經開始的部落格。

史科博宣稱，策展是下一個「億萬」商機，並對關於報導矽谷科技新聞，他是否應該「創造或策展」說出自己的疑惑。

史科博表示，策展人是「資訊化學家，他或她以建構資訊分子（info-molecule）的方式把原子混合在一起，然後再為該分子增添價值。

艾莉莎·斯柯達托（Alexa Scordato）是我所認識最聰明的年輕人。

她之所以聰明，因為她非常了解自己有多幸運，能夠出生在這個後數位世界。

她描述自己是出生在《生活日報》（Live Journal；透過網際網路提供寫作的虛擬社群服務），在臉書（Facebook）環境中成長，在LinkedIn施展她的專業，並透過推特持續和朋友及客戶對話。

她「永遠在線」（always on），並花相當多時間思考，向試圖將他們的世界觀轉譯至「新連結的數位、策展 - 內容」世界裡的年輕人們，尋求「反向教導」（reverse mentor）的需求。

安德魯·布勞（Andrew Blau）是一名媒體分析師、思想家，以及情境模擬規畫師（scenario planner），同時也是全球企業網路（Global Business Network, GBN）的共同總裁。

全球企業網路和公司行號及非營利組織攜手合作，在面對諸多來自有關於它們自身未來、產業未來，

<<為什麼搜尋將被淘汰>>

亦或是這整個世界的未來的不確定性，不僅相當適應並從中成長茁壯。

資料產出的大幅改變，加上大量湧自既新且不可靠來源的內容，無疑帶來了極大的不穩定。

安德魯在二〇一四年，針對獨立媒體的未來所做的情境模擬，即預測了深不可測的改變，如果你現在再讀它（bit.ly/curationnation2），可發現它就是未來六年的路徑圖。

下一章布勞會看到什麼呢？

策展顯然扮演著重要的角色。

上述這些人，只是我為了撰寫本書而訪談的七十名受訪者中的六名。

從企業領導人，像是新聞集團（News Corp）的強納森·米勒（Jonathan Miller），到愛德曼公關公司（Edelman）的史提夫·魯貝爾（Steve Rubel）；從女性新媒體BlogHer的莉莎·史東（Lisa Stone），到網路廣告代理業者數據機媒體公司（Modem Media）的尚·菲利浦·馬修（Jean-Philippe Maheu）；還有全球公認的內容策劃意見領袖之一的腦力交流公司（Brain Traffic）克里斯汀娜·哈沃森（Kristina Halvorson）。

一群由品牌業者與電子零售業者組成的開創性族群，像是網路鞋店Zappos.com的謝家華（Tony Hsieh）及百事可樂（Pepsi）的波寧·博夫（Bonin Bough）。

在這個同時存在「有目的地」及「不小心地」分享的年代裡，隱私成了關鍵議題，為此，「隱私未來論壇」（Future of Privacy Forum）的朱爾斯·波隆奈斯基（Jules Polonetsky）及史丹佛大學（Stanford University）的勞倫·吉爾曼（Lauren Gellman）是相當重要的聲音。

此外，還有一群包括新生代及舊一代的內容創作者——有些已張開雙手擁抱消費者策展這個新年代，有些則還在掙扎適應中。

美國線上團隊正努力思考「內容」這項議題，而《紐約雜誌》（New York Magazine）的麥克·席爾柏曼（Michael Silberman）及讀者文摘協會公司（Reader's Digest Association）旗下《美食雜誌》（Taste of Home）的芮妮·佐登（Renee Jordan）等人，則致力探索如何以令人振奮的新方法，揉合具創造的、貢獻的及策展的內容。

當然，策展不是沒有批評者。

馬克·古班（Mark Cuban）或許是其中色彩最鮮明的一位，他聲稱策展人全都是「吸血鬼」，並享受德古拉伯爵（Count Dracula）旗下媒體的所有目光。

還有安德魯·基恩（Andrew Keen），他對這些業餘人士的控訴，為他在古班身邊贏得一席永久的席位。

他認為，策展只是自由主義菁英們假藉民主之名、行掌控對話之實的另一種作為。

不過，那些熱切指正的聲音，也向來不虞匱乏：行銷大師賽斯·高汀便很高興戳破古班的論述。

二〇一六年首次出版無法預測但有先見之明的《混沌理論》（Chaos Theory）一書的鮑柏·嘉菲爾德（Bob Garfield）也表示，品牌與廣告之路前充滿了複雜與危險。

我們活在數位世界，這是事實。

你可以在這個數位世界裡，報導、蒐集、匯聚並編輯一本書，這更是無庸置疑的。

但是，在此我必須把這一切歸功於，讓這本探討網路迅速發展主題的書籍得以順利出版的夥伴與科技，尤其這本書又缺乏製作所需的前置時間與資源。

<<為什麼搜尋將被淘汰>>

內容概要

身處這個被過多內容淹沒的年代，人們渴望擁有一種經驗，它既能善加利用網路的廣度與深度，又能提供一種由人類分類及過濾、是搜尋引擎無法做得到的方法。在這股流沙中隱藏著極大的商業機會：你可以在這個充斥著數位喧囂的無意義混沌之中，成為一個值得信任的價值來源。

在《為什麼搜尋將被淘汰》中，羅森鮑姆蒐集了媒體界、廣告界、出版界、商界及網路科技界頂尖思想家的寶貴見解與意見於一處，以便「策展這些策展人」。

這本開創性的書籍創造出一個平等的空間，讓你的企業有同等權利存取大量且豐富的內容。

隨著這個世界裡的大量數位資訊不斷增加，要求品質與文脈成了更為迫切的要務。

策展很快將成為你事業及你數位世界的一部分。

現在就了解它、趁早加入，從中攫取這個策展國度必然會提供的諸多好處吧！

<<為什麼搜尋將被淘汰>>

作者簡介

史蒂芬·羅森鮑姆 (Steven Rosenbaum) 史蒂芬·羅森鮑姆 創業家、製片人兼數位策展人。

他製作過MTV音樂頻道一個由觀眾提供影片的開創性節目《MTV Unfiltered》，此外，他也執導過獲獎的九一一紀錄片《九月的那七天》(7 Days in September)。

羅森鮑姆是網際網路最大的即時影片匯聚與策展引擎 - - Magnify.net的執行長。

目前住在紐約市。

譯者簡介 黃貝玲 澳洲Bond University商業資訊管理學士及企業管理碩士。

曾擔任《電子時報》網際網路研究員、《電子化企業經理人報告》主編、《資誠通訊》主編。

現為自由文字工作者，譯有《控制狂進化論》、《坦伯頓投資法則》、《Google衝擊》、《從餐桌上學到的職場智慧》、《CEO創業學》、《誰說行銷不重要？

》、《微軟思想工廠》、《聰明=100%成功》、《企業對企業之一對一行銷》、《海龜法則實踐心法》及《內容行銷塞爆你的購物車》、《素人股神操盤手》等書。

<<為什麼搜尋將被淘汰>>

書籍目錄

前言致謝詞第1章：何謂策展第2章：策展史第3章：超級策展人身價節節上漲第4章：消費者對話與策展第5章：內容創業家：策展新階級第6章：工具與技巧第7章：雜誌與策展第8章：唱反調者第9章：網路平台與策展第10章：品牌：策展好你的顧客第11章：網絡：打進經過策畫的社群中第12章：微網路第13章：你的內容策略為何？
第14章：沒臉書，沒推特就是沒未來的遜咖第15章：內容匯集者是吸血鬼嗎？
第16章：金融、策展和隱私結論

<<為什麼搜尋將被淘汰>>

媒体关注与评论

「讓我對資訊年代的未來有了希望。
羅森鮑姆認為，具創意、聰明、內行的人愈來愈重要。
他們可以聚焦趨勢、找出模式，以及從威脅這要淹沒我們的資料洪流中找出意義。
」 - - 丹尼爾．品克（Daniel H. Pink） / 《紐約時報》暢銷書《動機，單純的力量》作者
創造力及路徑圖的策略性心智之實證，以藉由策展與你品牌有關的內容，培養誘人的消費者經驗。
」 - - 波寧．博夫（Bonin Bough） / 百事可樂（Pepsi）數位及社交媒體全球總監

<<為什麼搜尋將被淘汰>>

编辑推荐

聯合推薦之初創投合夥人 / 林之晨 (Mr. Jamie) 權威網路趨勢專家 / 劉威麟 (Mr. 6)

<<為什麼搜尋將被淘汰>>

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:<http://www.tushu007.com>