

# Grip 報道メディア設立 企画書

概要、システム概要、ビジネスモデル、開発スケジュール・予算概要、システム仕様

2005/12/28 制作：泉あい

## 3つの概念で分かれ構築された総合WEBメディアの確立

### 1、総合ニュースサイト(情報の収束)

- ・WEB上に存在するあらゆる情報を種類や信憑性の如何を問わず、読者自らが持ち寄りそれら全てを受入れ表示する
- ・集まった情報の話題性や信憑性を読者自身で評価しメディアリテラシーの向上を図る
- ・多数の読者が認めた情報をニュースとして発信する

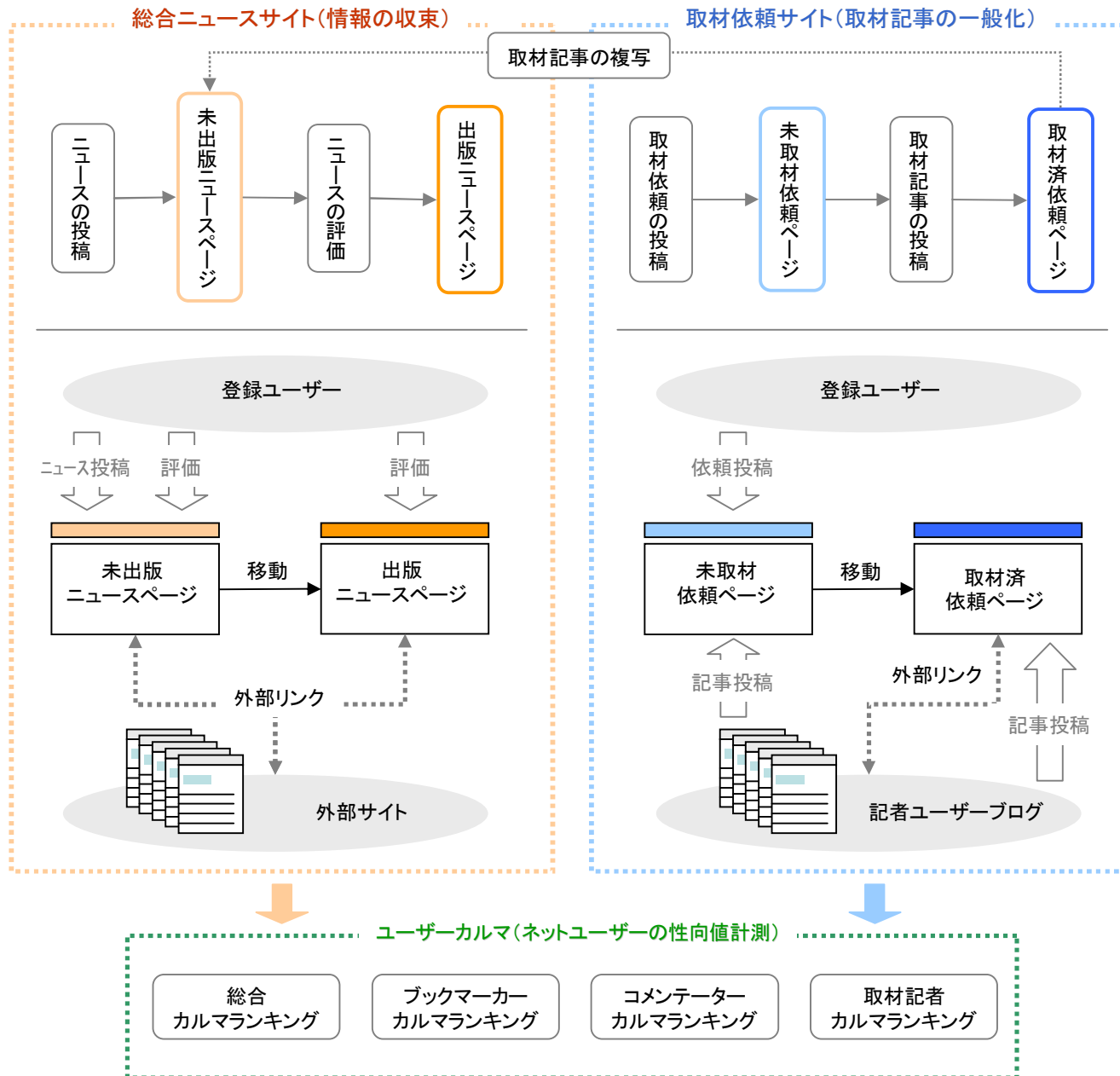
### 2、取材依頼サイト(取材記事の一般化)

- ・読者が知りたい事を自らの言葉で社会へ発し協力記者を募る
- ・記者の概念を広げ、読者自らが取材として行った実地検証活動の結果なども記事として受入れる
- ・自らの労力を使って取材し記事を執筆した読者は、全てプロの記者と見なし、読者からの評価に値する報酬を支払う。

### 2、ユーザーカルマ(ネットユーザーの性向値計測)

- ・事実や嘘、論評や取材記事、分析などが入り混じるWEB上の情報を判別しやすくする為に、ユーザーの性向値で計測し公表する
- ・ユーザーカルマがWEB上の情報評価の標準値となることを目指す
- ・性向値の計測は「総合ニュースサイト」「取材依頼サイト」でのユーザー行動で判別させ、単なる評価ランキングでないアルゴリズムの構築をする。  
つまり「投稿したニュースがどんな性向値のユーザーにどう評価され、何人のユーザーに賛同され否定されたか」によって、ニュース投稿者のカルマ値を上下させる仕組みだ

# システム概要



## 解説

### 総合ニュースサイト(情報収集)

- ・**ニュースの投稿**  
登録ユーザーが面白いと思ったニュースのリンクをコメントと共に投稿。
- ・**未出版ニュースページ**  
投稿すると未出版のニュースとして表示され、登録ユーザーからの評価を待つ。
- ・**話題性・信憑性の評価**  
登録ユーザーで未出版ニュースの評価を投票する。
- ・**出版ニュースページ**  
一定量の評価を受けたニュースを表示する。

### 取材依頼サイト(取材記事の一般化)

- ・**取材依頼の投稿**  
登録ユーザーが取材してほしいと思った事象を取材依頼内容を記載して投稿。
- ・**未取材依頼ページに表示**  
投稿すると未取材の依頼項目として表示され、登録記者の取材記事を待つ。
- ・**取材記事の投稿**  
記者登録をしているユーザーが取材依頼で気になる項目に呼应して取材し記事を投稿する。
- ・**取材済依頼ページ**  
取材記事が投稿された取材依頼項目を表示する。
- ・**取材記事の複写**  
投稿された記事は総合ニュースサイトの「未出版ニュースページ」に複写され、記事としての評価を受ける。

### ユーザーカルマ(ネットユーザーの特性評価)

ニュースサイトや取材サイトでの投稿、評価行動から各ユーザーのカルマ(性向値)を計り、ユーザー一特性を数値化。

数値化されたカルマによってニュース評価時の1票の重みをユーザーによって変化させる。

## ビジネスモデル — 概要

インターネット上で、今現在必要とされながら存在せず、今後更に必要とされるもの何なのか。

ブログやWEB2.0概念の普及によって個人が発信する情報は増え続け、個人発信情報の社会的な重要度や需要は今後更に増していくであろう。

その中で、今現在必要とされながらも存在せず、今後必要とされるものは、情報、又は情報発信者の信憑性を評価する査定基準である。

「査定」とは単純なランキングなどではなく、情報発信者がネット上で行った発言内容や、他者の評価などを複合的、且つ客観的に集計したものでなければいけない。

そこに営利を主目的とした企業の主観が入ればその査定に何の価値もなくなる。その性格上、査定を行う企業として本企画が提案する報道メディアは適任であり、この査定をベースにしたビジネスモデルを提案する。

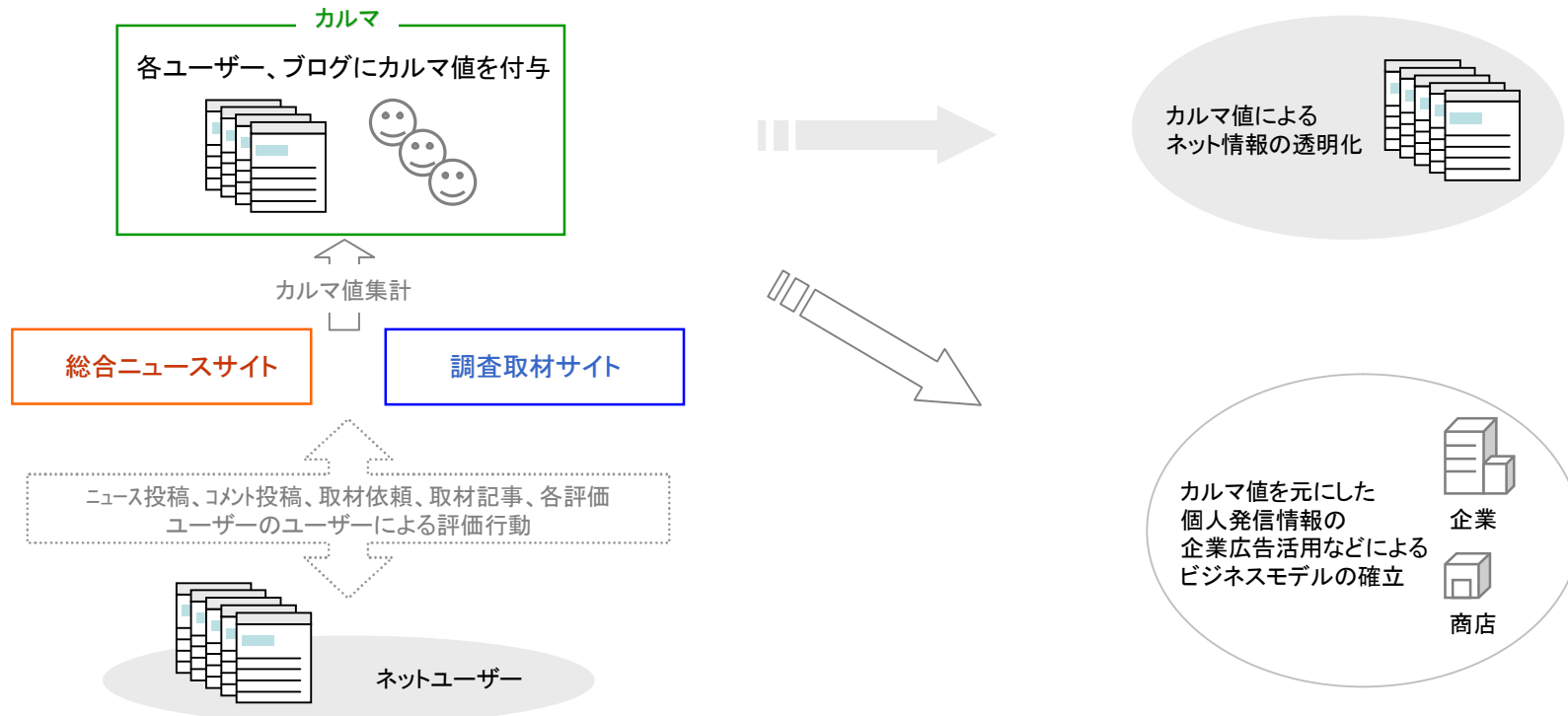
当メディア内で行う査定は、「総合ニュースサイト」や「調査取材サイト」でユーザーが起した様々な行動を複合的に集計するものでなければいけない。単純なランキングなどのポイントで評価するものと差別化する為に、当報道メディア内ではこの複合的な情報を加味して行われる査定を「カルマ」と呼ぶ。

例)

- どんなニュースを投稿または執筆し、どのような性向のユーザーに評価され、どれほどの支持や不支持を得たのか
- どんなニュースを評価し、評価したニュースを他の人はどのような性向のユーザーに評価され、自分の評価がどれほど支持や不支持を得たのか
- どんなニュースにコメントやエントリーで言及し、そのコメントがどのような性向のユーザーに評価され、どれほど支持や不支持を得たのか
- etc••

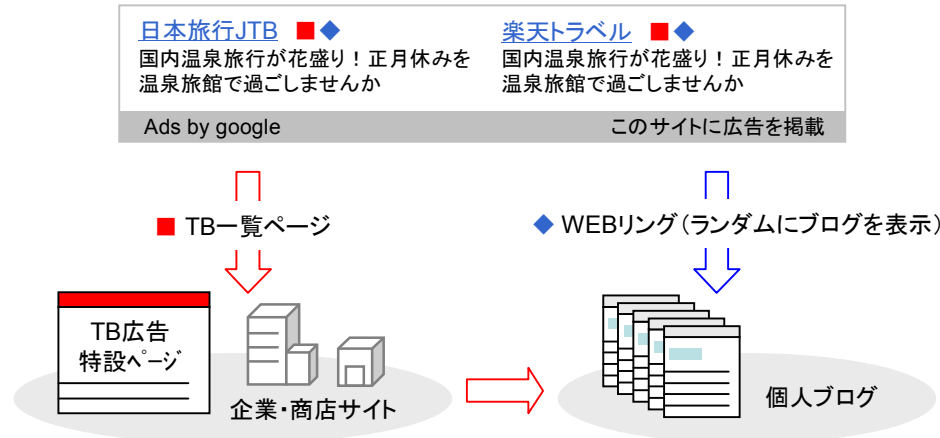
これらのカルマ値を「総合」「ブックマーク」「コメントター」「取材記者」などの特性別に公開し、ユーザーがネット上にある情報を査定をする場合の指針として活用してもらい、ネット上の一般的な査定値として広め認知させる。

カルマ値をネット情報の標準査定値に浸透させることで多数のネットユーザー性向を把握し、個人発信情報(ブログなど)のロコミ効果などを企業が営利利用する際の仲介ビジネスを確立する。



# ビジネスモデル - モデル1 トラックバック広告

○ 個人が発信する口コミやエピソードなどで内容が刻々と変化する「動的広告」、トラックバック広告の提案。



バナー広告、テキスト広告などに企業が様々なテーマでプロガーからエントリーを募り、広告に掲載し、口コミ情報を抱えた活きた情報としての広告を作り上げる。

企業はある程度の否定的意見を許容する必要があり、それらを統制し削除しようとするればネットユーザーは敏感に察知して口コミ効果はなくなるとの認識が必要。但し、完全に悪意のあるTBエントリーは存在するので、それを防ぐ手立てとしてGripのカルマを利用させる。

<仕様>

トラックバックされたブログエントリーの表示方法は、企業サイト内に特設されたページにトラックバックエントリーを一覧リンク表示する方法と、トラックバックされたブログエントリーをランダムに1つずつ直接表示させるWEBリングの方法の2種類を用意して広告内にリンクアイコンとして表示する。

<利点>

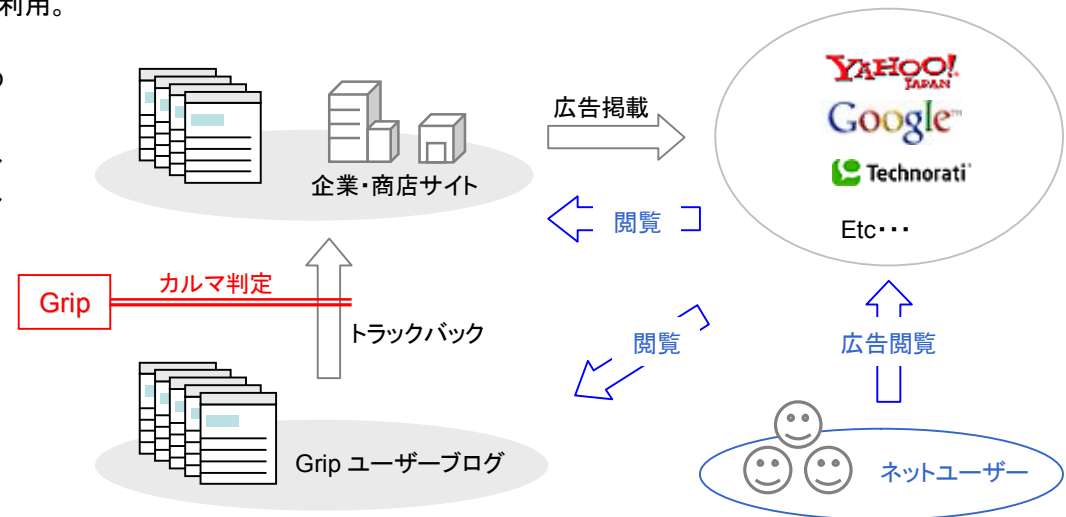
企業 = 広告に口コミや個人エピソードを加味することで臨場感を出し広告効果が増す。  
読者 = 一方的な企業からの売込みではなく、消費者の様々な生の声を聞ける。  
プロガー = 運営ブログの宣伝を企業広告と提携する形で無料で行える。  
エントリーネタの取得。

○ 悪意のあるエントリートラックバックなどを遮断する為のGripカルマの利用。

トラックバック広告にトラックバックされるブログのエントリーで悪意のあるものなどを広告主の主観を加えずにGripカルマによって判別する。

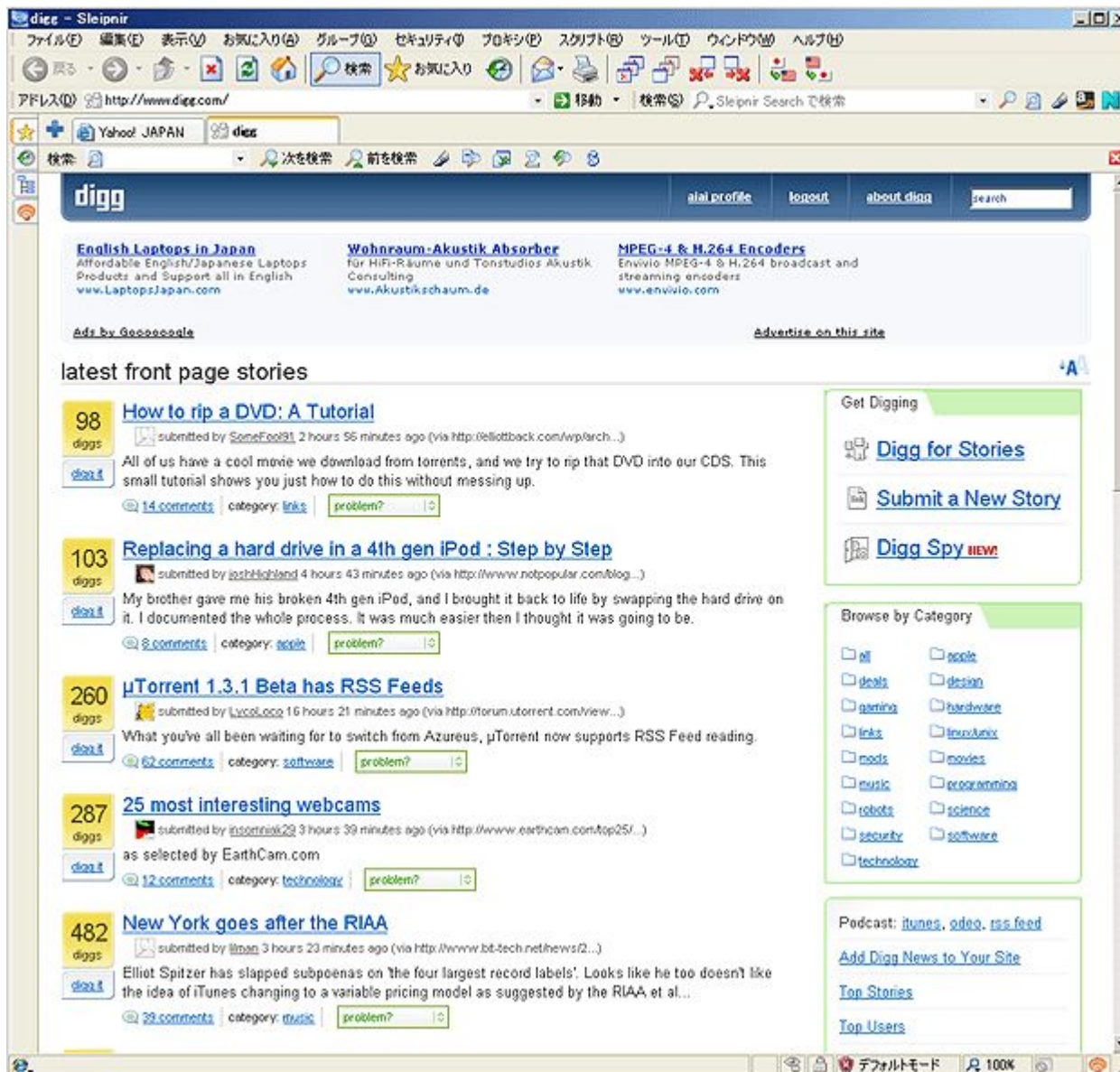
広告主はトラックバック広告の依頼時にカルマ値を指定し、指定されたカルマ値以下のユーザーエントリーは広告へのトラックバックを拒否されに表示されなくなる。

これによって企業はユーザーの声を取り入れやすくなり、ユーザーも企業の言論統制を受けない広告商品の生の声を知ることが出来るようになる。



# システム仕様 — 総合ニュースサイト

## Digg イメージ



第1期開発のシステム仕様はDiggをそのままコピーしたものを作成する。  
参照: Digg—<http://www.digg.com/>

ベースはDiggのクローンとしてGPLライセンスで無償配布されているPliggを利用。  
参照: Pligg—<http://www.pligg.com/index.php>  
<http://www.pligg.com/forum/index.php>

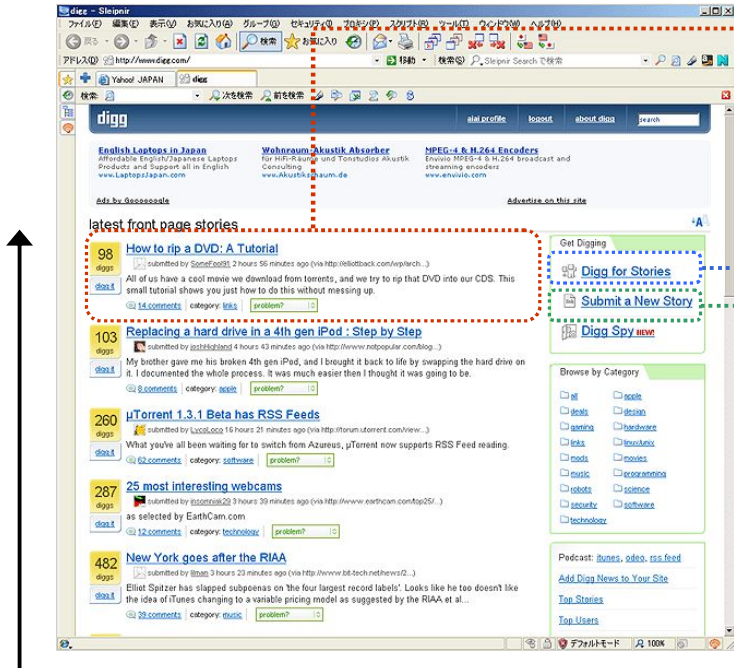
Pliggを元にDiggの全ての機能を装備させ、加えてGripの独自機能として以下の機能を追加開発する。

- ・ユーザーカルマ値の導入
- ・ユーザー性向種別のランキング表示  
(記者、ブックマーク、コメントターなど)
- ・ニュース投票ランキングの日別表示
- ・各ユーザーの投稿や投票行動を共有するソーシャルブックマーク機能の強化  
(現Diggにも簡易的な共有機能はある)
- ・カテゴリーの階層化
- ・コメントをリンクされたブログに複写する機能



# システム仕様 — 取材依頼サイト 1

システムのベースは総合ニュースサイトと同じDiggクローンのPliggを利用して構築。  
Diggの仕様をそのまま継承して、各機能の利用法を変える。



## 取材依頼項目

10  
Grips

### 取材依頼項目の表題 ■取材記事投稿

投稿者 [あい](#)(ユーザーアイコン、投稿者名) 1日 12時間 17分前(依頼投稿時間)  
依頼内容  
(例)耐震設計偽造事件が社会問題化しています。  
マンションに住んでる人はデベロッパーから自分のマンションの耐震構造書を取り寄せて、報告し合いませんか？  
12コメント | 記事 4 | カテゴリ: [社会](#) |

投稿された記事のニュース評価の総合計

### 未取材記事ページへのリンク

総合ニュースサイトの未出版ニュースページリンクを未取材記事ページリンクに変更して流用する

### 新規取材依頼申請フォームへのリンク

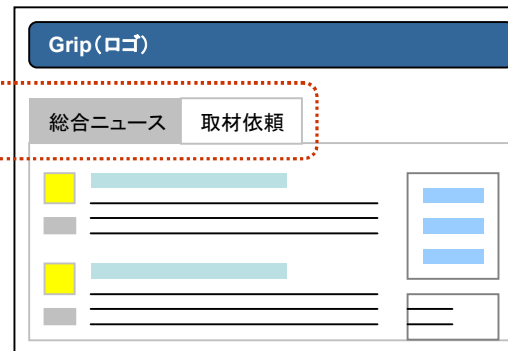
総合ニュースサイトのニュース投稿フォームリンクを新規取材依頼申請フォームリンクに変更して流用する

ソート: 取材記事が投稿された依頼項目を最上部に表示する。

## ○ 総合ニュースサイトと取材依頼サイトのタブ切替

総合ニュースサイトと取材依頼サイトは、両サイト上部にあるタブによって切り替える。

切替タブ



# システム仕様 — 取材依頼サイト 2

## ○ 取材依頼個別ページのレイアウトと機能

10 Grips

### 取材依頼項目の表題 ■取材記事投稿

投稿者 [あい](#)(ユーザーアイコン、投稿者名) 1日 12時間 17分前(依頼投稿時間)

依頼内容  
(例)耐震設計偽造事件が社会問題化しています。  
マンションに住んでる人はデベロッパーから自分のマンションの耐震構造書を取り寄せて、報告し合いませんか？

12コメント | [記事 4](#) | カテゴリ: [社会](#) |

---

#### 記事

[「1リットル」の涙が流すもの](#) | [2コメント](#) | [記事 4](#) |

- [4](#) [取材記事表題 A](#) | [2コメント](#) |
- [2](#) [取材記事表題 B](#) | [5コメント](#) |
- [2](#) [取材記事表題 C](#) | [3コメント](#) |
- [2](#) [取材記事表題 D](#) | [10コメント](#) |

---

#### Comments

トラックバックしたエントリーに関連することを書きましたが  
投稿者 [ume\(2\)](#) at 04:39 PM 12/23/05

興味津々。私も調べてみようかな～  
投稿者 [ai\(2\)](#) at 04:39 PM 12/23/05

興味津々。私も調べてみようかな～  
投稿者 [ai\(2\)](#) at 04:39 PM 12/23/05

興味津々。私も調べてみようかな～  
投稿者 [ai\(2\)](#) at 04:39 PM 12/23/05

### 取材依頼に投稿された取材記事一覧

- 取材依頼に基づいて投稿された取材記事を投稿日時順に時系列で表示する。
- 取材記事の投稿は、該当する依頼項目の「取材依頼項目の表題」横にある「■取材記事投稿」から投稿。
- 投稿された記事は総合ニュースサイトの「未出版ニュースページ」に複写表示され、総合ニュースサイトに投稿された他のニュース記事と同じように扱われ評価の対象となり、一定量の評価を受ければニュースサイトに出版される。(未出版状態でも取材依頼項目内には表示される。)
- 取材依頼に投稿された取材記事は、総合ニュースサイト内で他のニュースと明確に違う色で表示され、取材記事と一目でわかるようにレイアウトする。
- 総合ニュースサイトに複写された取材記事の個別ページでは、「取材記事一覧項目」を表示させる。
- 各取材記事のニュース評価ポイントは取材記事表題の頭に表示される。

### 検討中の追加機能案

依頼内容のWiki化と、取材依頼に追い取材依頼機能を付加し、特定テーマのまとめサイトの機能を持たせる。  
追い取材依頼は「取材記事一覧」項目にツリーで階層表示する。