

読売新聞メディア戦略室
参加型ジャーナリズムは新聞を殺すのか

1 クロスメディア

- 新聞×ネット
- 1.1 ネットモニターも（選挙）
- 1.2 新聞ネット携帯
- 1.3 新聞放送
- 1.4 ネット新聞
 - 1.4.1 G+映像
- 1.5 ネット携帯
 - ファッション
 - 1.5.1 コレクション
- 1.6 雑誌とネット

2 新聞社の取り組み

- 2.1 yomiuriオンライン10周年
- 2.2 G+映像
- 2.3 トラックバックありの記事も出てきました
- 2.4 ポッドキャスト開始
- ずっと掲示板やってます
中で原稿チェックして掲載しています
- 2.5 発言小町（コミュニティ）
- 2.6 リッチメディアを強化
 - ムービー情報を増やしたり、英語講座も

3 ブログジャーナリスト

- 3.1 ホワイトハウスの記者会見に入れる
- 3.2 CNNのキャスターがブログジャーナリズムの批判で降板もあった
- 3.3 韓国ではオーマイニュース
 - 2002の
 - 3.3.1 大統領選でも力を

4 新しいビジネスモデル

- 4.1 まだお金の動きが確立できていない
- 4.2 ビジネスモデルを確立し、新しい技術を入れる
 - 4.2.1 リッチコンテンツの強化
 - 4.2.2 読者サービスの強化
 - 4.2.3 インターネットの収益を

5 ジャーナリズムを考える

- 5.1 マスメディアへの批判もある
- 5.2 新聞を読めない人ができている
- 知りたいと思わなかった社会の動き
- 5.3 そのために新聞は有効
- 5.4 マイメディア以外をどうアクセスするか

6 海外の新聞社

- 6.1 新聞社がネット系企業の買収
 - 6.1.1 Newyork timesとか
- 6.2 USA Todayなどは統合して行っている
 - セクションが別々だったのが
- 6.3 イギリス・ガーディアン
 - 6.3.1 記事をブログ化
 - ニュースブログとして
 - 6.3.2 読者からコメント取得をメインにおく
- 6.4 記事の有料化の試み
 - 6.4.1 登録制は既に進んでますが...
 - 6.4.2 NY timesは過去のアーカイブは料金
 - 6.4.3 ウォールストリートジャーナルは売上の半数に及ぶ
- 6.5 NYTimesなどは地方紙レベルの部数だった
 - 6.5.1 ネットかによりナショナル化
 - 6.5.2 広告費は大きな企業が殖えた
 - 6.5.3 それでも売上、紙が中心
 - 6.5.4 売上上位10社が2%減

7 国内の新聞社

- 7.1 神奈川がブログ化
- 7.2 産経が月額315円でネットだけの新聞を
- 7.3 新聞各社がPodCastを導入

8 読売新聞

- 紙として
- 8.1 いちばん多くでている新聞
 - 8.1.1 最近部数が新聞業界的に...