

Snip - the decentralized, user-generated news platform

Snip 分散型、ユーザー形成型プラットフォーム

08.17.17

Abstract (Vision)

News is broken. A small group of corporations decide which information is worthy of print, promoting clickbait and biased articles, and people who create great content are rarely rewarded for their hard efforts. No wonder that trust in the media is at an all-time low.

要旨 (ビジョン)

ニュースは信用できません。ごく一部の企業の判断によりクリックベイトする価値のある記事や偏見のある記事が投稿され、偉大なコンテンツを投稿する人々のほとんどは報われることがありません。通りでメディアへの信頼が過去最低なのでしょう。

Snip is a new type of news platform, decentralized and powered by the community. On Snip, anyone can write a news story about any topic, and readers can find news that matters to them. Contributors are rewarded with tokens according to the popularity of their posts and comments. A community-based news site, owned by the community, can become the top news site in the world and cover any subject, from breaking news to entertainment and everything in between.

Snipはコミュニティによって分散され、動力を与えられる新しいタイプのニュースプラットフォームです。Snipでは、誰でも好きなトピックに関するニュース記事を書くことができ、読者は自分が関心のあるニュースを見つけることができます。投稿者は自分の投稿やコメントの人気に応じてトークンで報酬を受けられます。コミュニティが所有するコミュニティベースのニュースサイトなので、世界で最良のニュースサイトとなる可能性があり、ニュース速報からエンターテインメントまですべてのニュースを手がけることが可能になります。

The content on the platform is personalized for each user using an open-source newsfeed algorithm, and users can choose their own algorithm. Since people prefer reading short and concise stories, the default algorithm assigns higher value to short content.

At Snip we strongly believe that there shouldn't be a single arbiter of the truth and that relying on content selected by the mainstream media is a form of censorship. Snip content

is not censored and is stored in a decentralized manner. Users will choose their own trusted content filters, allowing them to ignore specific words or sources of content, but any legal content meeting basic community standards (e.g. not spam) will be allowed to stay on the platform.

プラットフォーム上のコンテンツは、オープンソースのニュースフィードアルゴリズムを使用してユーザーごとにパーソナライズ(個別化)され、ユーザーは独自のアルゴリズムを選択できます。一般的に短くて簡潔なストーリーが好まれるので、デフォルトのアルゴリズムは短いコンテンツに高い価値を割り当てます。

Snipでは、真実を仲介するものは必要ないと強く信じており、大手のメディア媒体が選んだコンテンツに頼ることは一種の検閲だと考えています。Snipコンテンツは、検閲されず、分散された方法で保存されます。ユーザーは独自の信頼できるコンテンツフィルタを選択して特定の単語やコンテンツソースを無視できるようになりますが、基本的なコミュニティ標準(スパムではない)に合致する合法的なコンテンツはプラットフォームにとどまることができます。

“Not everyone can become a great writer, but a great writer can come from anywhere.”

「誰しもが良い書き手にはなれないが、良い書き手はあらゆるところから生まれる」

Table Of Contents □ 目次

1. Introduction はじめに

2. Solution - Snip ソリューション-Snip

2.1. Overview 概要

2.2. Freedom of Speech 言論の自由

2.3. Content Creation コンテンツ作成

2.4. Personalization & Content Filtering パーソナライズ(個別化)&コンテンツフィルタリング

2.5. Safety 安全性

2.6. Encouraging Diverse, High-Quality Content 多様で高質のコンテンツを奨励する

2.7. Privacy プライバシー

2.8. Snip and the Open Web Snipとオープンウェブ

3. Distribution & User Acquisition 流通およびユーザー獲得

3.1. Referrals 紹介

3.2. Token Holder Promotion トークンホルダープロモーション

3.3. Discovery of Viral Content 話題性のあるコンテンツの発掘

4. Business Model ビジネスモデル

4.1. Subscriptions 定期購読

4.2. Tipping チップ

4.3. Advertising 広告

4.4. Ad-free version 広告のないバージョン

5. The Snip Token (SnipCoin) Snip トークン(SnipCoin)

6. Roadmap ロードマップ

7. Business Landscape ビジネス概要

7.1. Competition 競争

7.2. Snip Advantages Snipの利点

8. Crowdsale クラウドセール

9. Budget Allocation 予算分配

10. Frequently Asked Questions よくある質問

11. References 参考文献

1. Introduction

The Internet has profoundly changed the news industry. In the past, local and national publishers enjoyed a monopoly on the distribution of information, providing them with a strong hold on reader's attention, which in turn provided them with a constant stream of revenue from advertisers. The barriers to entry for new publishers were high, requiring them to have enough capital to buy or rent printing presses.

1.はじめに

インターネットはニュース業界を大きく変えました。これまで、地方や国の出版社は情報の流通を独占し、読者の注目を強く受け、広告主から一定の収益を得ました。新しい出版社の参入障壁は高く、印刷機材購入または借りるのに十分な資金を必要としていました。

The first sign of change appeared in 1996, when an e-mail list named Craigslist turned into a website for classified advertisements. Classified ads were a strong source of revenue for newspapers worldwide, and in a few years Craigslist and similar websites practically destroyed this source of revenue. A study shows [1] that from 2000 to 2007 the news industry lost approximately \$5 Billion in classified ad revenues to Craigslist. From the launch of Craigslist in 1996 to today, it's safe to assume that the industry has lost more than \$10 Billion in revenue due to Craigslist alone.

最初の変革の兆候は、1996年にCraigslistという名前の電子メールリストが項目別広告のウェブサイトが変わったときに登場した。項目別広告は世界中の新聞の収益源となっていたが、数年後にはCraigslistなどのウェブサイトがこの収益源を実質的に破壊したのである。調査によると、2000年から2007年にかけて、ニュース業界は、Craigslistによる項目別広告収入で約50億ドルを失ったことを示唆しています。1996年の登場から今日まで、Craigslistだけで業界が100億ドル以上の収益を失ったと考えても良いでしょう。

Classified ads aren't the only reason news outlets became less profitable. When news outlets moved from printed papers to the Internet and started offering advertising space, they no longer held a monopoly. The same ads that appeared on their websites appeared in blogs and in non-news platforms, and eventually superior ads appeared on Google and later Facebook. With more advertising options, brands paid less for ad real estate, leaving publishers with less income.

既存ニュースの収益性が低下したのは項目別広告だけが理由ではありません。既存ニュースが印刷物からインターネットにも移り、広告スペースを提供し始めた時にはすでに独占を保持していなかったのである。ウェブサイトに掲載された同じ広告は、ブログやニュース以外のプラットフォームにも掲載され、最終的にGoogleや後のFacebookに掲載された優秀な広告に負けるようになりました。広告の選択肢が増えれば、広告掲載への支払いが少なくなり、出版社の収入は少なくなります。

At the same time, the Internet created a major new problem for publishers - the need to create unique content. When distribution was owned by publishers they could afford to create poor content which was substantially similar to content from other news providers,

and readers couldn't easily switch to a different news outlet. On the Internet, users are always a click away from a competitor's website, and if a publisher's content isn't engaging enough, it is quickly ignored in favor of another news outlet.

同時に、インターネットは出版社側にユニークなコンテンツを作成する必要性という新たな大きな問題を作り出しました。出版社が情報流通を独占していたときは他のニュース提供者のコンテンツに似ている低質なコンテンツを作成する余裕があり、読者は別のニュース源に切り替えることが容易にできませんでした。インターネット上では、ユーザーは常に競合他社のウェブサイトからワンクリックするだけなので、出版社のコンテンツが十分に魅力的でない場合、別のニュース源にすぐに切り替えられてしまいます。

The Internet brought another important revolution - the rise of user-generated content. Instead of readers hoping to get a column published in a known newspaper, now anyone can create a website and broadcast their thoughts to the world. This change has been facilitated by early platforms like Geocities and Blogger.com and later WordPress, Tumblr, Medium, Facebook, and others. User-generated content has gradually gained more and more of reader's attentions, leaving classic publishers with a smaller share of attention and a smaller share of ad revenue. The competition with user-generated content is especially tough for news outlets, since many users create basic news content for free, hoping to propagate their ideas and not necessarily expecting profit.

インターネットはユーザー作成コンテンツの登場というもう1つの重要な革命をもたらしました。既存の有名な新聞に掲載されるコラムを望む代わりに、誰しもがウェブサイトを作成して世界に自分の考えを伝えることができるようになりました。この変更は、GeocitiesやBlogger.comなどの初期のプラットフォームを経て、それ以降のWordPress、Tumblr、Medium、Facebookによって促進されています。ユーザー作成型のコンテンツは徐々に読者の注目を集めており、同時に古典的な出版元の注目度が低くなり、広告収益のシェアは小さくなっています。多くのユーザーが基本的なニュースコンテンツを無料で作成し、アイデアを伝えることを意図し、必ずしも利益を期待していないため、ユーザーが作成したコンテンツとの競争は既存のニュース発行元にとってとても難しいものです。

Most news outlets were unable to create high-quality content good enough to compete in the Internet age, and in order to stay in business they pivoted to three main types of content:

ほとんどのニュース出版元は、インターネット時代に競争できるほどの高品質のコンテンツを作成することができず、ビジネスに留まるために3つの主要なコンテンツタイプに巡回しました。

1. Entertainment - For example, quizzes like “Which Harry Potter character are you?” or amusing photos like “5 of the best-looking politicians in the world.”

1. □エンターテイメント- 例えば「あなたはどのハリーポッターシリーズの登場人物か？」などのクイズまたは「容姿がいい政治家ベスト5」などの興味をそそる写真

2. Clickbait Articles - For example “You’ll never believe how this girl ...” □

2. クリックベイト記事- 例えば「まさかこの子が、、、」

3. Provocative Op-eds - For example, “This scandal shows everything that’s □wrong with...” □In some cases, several types of content are combined together, such as “Three □reasons why the Democratic/Republican party is ruining America”. Users don’t value this kind of content and most of them don’t develop loyalty to news brands who publish it, but the entertainment and outrage drive user traffic, which provides enough ad revenue to keep the publisher in business.

3. 誘導的なオプエド-例えば、「このスキャンダルは〇〇のすべてが間違っていることを示しています...」場合によっては、「民主党/共和党がアメリカを台無しにしている3つの理由」などいくつかのコンテンツが融合される場合があります。ユーザーはこの手のコンテンツを評価しないがトラフィックが増加するため、出版するニュースブランドに貢献しない一方、広告収入でビジネスにとどまることができません。

1.1. Monetization of Internet Content

At the beginning of the Internet age, text and image ads had a relatively high conversion rate [2], allowing corporate and independent websites to monetize their content directly. Over time, users got used to the ads and started ignoring them, causing click rates to go down and revenues to decline. Many websites responded with more disruptive ads (pop-ups, autoplay videos, etc.), which in turn alienated users and encouraged the adoption of ad-blockers. Today, publishers of internet content have to use one of the following methods in order to be able to generate revenues.

1.1 インターネットコンテンツの収益化

インターネット時代の初めに、テキスト広告とイメージ広告のコンバージョン率は比較的高く、企業や独立したウェブサイトでコンテンツを直接収益化することができました。時間の経過とともに、ユーザーは広告に慣れてその広告を無視し

始めたため、クリック率は低下し、収益は減少しました。それにより多くのウェブサイトは、より強行的な広告（ポップアップ、自動再生動画など）で対応し、ユーザーを疎外させ、広告ブロッカーの使用を奨励しました。このご時世でインターネットコンテンツの出版元は、収益を生み出すために、以下の方法の1つを使用しなければなりません。

1.1.1. Subscriptions

The most direct method to monetize content online is to charge for access to the content. Subscriptions are growing as a source of revenue, partly thanks to the 2016 elections [3,4], but are mostly limited to high-end brands like The New York Times, The Economist, and The Wall Street Journal. Most news outlets don't have an enthusiastic, affluent following which is willing to pay, and must provide their content for free to survive. A large majority of people view news content as a product which should be provided to users for free and subsidized by ads.

1.1.1 定期購読

コンテンツをオンラインで収益化するための最も直接的な方法は、コンテンツへのアクセス料を請求することです。定期購読は、部分的に2016年の選挙のおかげで収益源としては成長していますが[3,4]、ニューヨークタイムズ、エコノミスト、ウォールストリートジャーナルなどの著名な出版元に限られている。ほとんどのニュース発行元には、熱心でかつお金を支払う意思をもつ読者がいなく、そのコンテンツを無料で提供して生き残るしかありません。大部分の人々は、ニュースコンテンツは広告収益を元に無料で閲覧できる製品だと思っています。

1.1.2. Ad Networks & Tracking

Traditional ads are still an important part of the news ecosystem and the main source of revenue for most news outlets. Instead of serving their own ads, most websites present ads through ad networks, companies which track users across the Internet, gather various types of information about their habits, and attempt to present the most relevant ads. This is achieved by planting “cookies” (a kind of digital tracker) on Internet browsers, allowing the ad networks to follow a single user as they browse various websites. In an attempt to create more engaging ads, sometimes ad networks will also purchase data on users from online data brokers, who collect data on users in various methods [5,6]. The tracking methods applied by ad networks are generally hidden, and users are kept ignorant of the data collected on them. The most famous ad network is Google's AdSense, but there are many lesser-known ad networks that are quite widespread.

1.1.2 広告ネットワークとトラッキング

従来の広告は未だにニュース・エコシステムの重要な部分であり、ほとんどのニュース出版元の主要収入源です。自分たちで広告を提供する代わりに、ほとんどのウェブサイトは、広告ネットワーク、インターネットを介してユーザーをトラッキングし、その動向に関するさまざまな種類の情報を収集し、最も関連性の高い広告を表示しようとする企業を通じて広告を表示します。これは、インターネットブラウザ上に「クッキー」（一種のデジタルトラッカー）を埋め込み、さまざまなウェブサイトを閲覧する際に広告ネットワーク側が一人一人のユーザーをフォローすることで実現します。より興味をそそるような広告作成を試みるため、広告ネットワーク側は、さまざまな方法でユーザーからデータを収集するオンラインデータブローカーからユーザーのデータを購入することもあります[5,6]。広告ネットワークによって適用されるトラッキング方法は一般的にわからないようになっていて、ユーザーは収集されたデータを知らないままです。最も有名な広告ネットワークはGoogleのAdSenseですが、一般的に普及しているあまり知られていない広告ネットワークは他にもたくさんあります。

For a growing number of users, the price of ad networks is not only less privacy but also a higher data bill. On many websites the browser loads more ad tracker data than actual content, and most of the loading time on the website is various ads and ad trackers [7]. For users who are browsing the Internet on a mobile device, this means higher data costs and an inferior user experience. The data costs have been another contributing factor to the prevalence of ad-blockers, especially in developing markets, as seen in the following chart

多くのユーザーにとって、広告ネットワークの代償はプライバシーが低くなるだけでなく、データ請求が高くなります。多くのウェブサイトでは、ブラウザは実際のコンテンツよりも多くの広告トラッカーデータを読み込み、ウェブサイトの読み込み時間のほとんどはさまざまな広告と広告トラッカーです[7]。モバイルデバイス上でインターネットをブラウズしているユーザーにとって、これはデータコストが高くなる要因であり、ユーザー体験の質が下がることを意味します。データコストの高騰は以下の図が示すように、特に発展途上市場における広告ブロッカーの流行に加担する一つの要因でした。

Despite the massive use of trackers on Internet websites, ad-blockers and low click rates have reduced the efficiency of standard advertising, encouraging the rise of native advertising.

インターネットサイトでのトラッカーの大量使用を行なっても、広告ブロッカーと低いクリック率は標準広告の効率を低下させ、ネイティブ広告の増加を促進しています。

1.1.3. Native Advertising

Definition from Wikipedia [9] :

Native advertising is a type of advertising, mostly online, that matches the form and function of the platform upon which it appears. In many cases, it manifests as either an article or video, produced by an advertiser with the specific intent to promote a product, while matching the form and style which would otherwise be seen in the work of the platform's editorial staff. The word "native" refers to this coherence of the content with the other media that appears on the platform.

1.1.3。ネイティブ広告

Wikipedia [9]からの定義：

ネイティブ広告は、広告が表示されるプラットフォームの形式と機能に合った、主にオンライン広告の一種です。多くの場合、広告主は、プラットフォーム形式とスタイルを一致させながら、製品を宣伝する特定の意図を持った広告主によって作成された記事または動画を表示します。「ネイティブ」という語は、プラットフォーム上に表示される他のメディアとのコンテンツの一貫性を指します。

The most noticeable examples of native advertising are the promoted search results on Google and the sponsored posts on Facebook. These ads are very effective and account for more than 80% of the revenue of the two companies [10] , or \$107 Billion in 2016. The main reason that native advertising is so effective is that most users fail to notice that a specific piece of content is sponsored, and click on it assuming the platform is actually providing them with the most relevant content.

ネイティブ広告の最も顕著な例は、Googleの検索結果の促進とFacebookの広告です。これらの広告は非常に効果的であり、2社の収益の80%以上、つまり2016年には1070億ドルを占めています[10]。ネイティブ広告が効果的な主な理由は、ほとんどのユーザーはプラットフォーム側が最も関連性の高いコンテンツを提供していると思い込み、実際に特定のコンテンツはスポンサー側が意図していると認識せずにそのコンテンツをクリックしてしまうからです。

In the past years, news websites have gradually embraced the trend of native advertising. Since the native format of these websites is news articles, their ads consist of commercial content disguised as a regular news article. Some news outlets mark the content as sponsored but many do not [11] , and many times users reach these articles via social media and don't ever see an indication that the content is sponsored.

過去数年間、ニュースサイトは徐々にネイティブ広告の傾向を受け入れてきました。これらのサイトのネイティブフォーマットはニュース記事であるため、広告は通常のニュース記事に組み込まれた商用コンテンツで構成されています。一部のニュース出版元はスポンサーとしてコンテンツを明記していますが、多くの場

合はそうではありません。ユーザーはSNSを介してこれらの記事にアクセスし、コンテンツがスポンサーされていることを認識していません。

As opposed to commercials on ad networks, native advertising requires the advertiser to create content specifically for a single platform. This provides a significant advantage to large platforms, which have the scale needed to make native content creation worthwhile, and also have the sale force necessary to engage the advertisers. Effectively, small news websites and bloggers can't utilize native advertising.

広告ネットワーク上のものとは対照的に、ネイティブ広告では、広告主が一貫したプラットフォーム専用のコンテンツを作成する必要があります。これは、ネイティブコンテンツの作成力だけでなく、広告主の関与に必要な販売力も必要とする大規模なプラットフォームに大きな利点をもたらします。小さなニュースサイトやブロガーはネイティブ広告を効率的に利用できません。

1.1.4. Affiliates & Donations

Small news outlets and bloggers use ad networks but usually can't generate significant income from them. Instead, they depend upon affiliate ads and reader donations. The profits are meager, but enough to maintain many sites.

1.1.4 アフィリエイトと寄付

小規模なニュース出版元やブロガーは広告ネットワークを使用しますが、通常は大きな収益を得られません。代わりに、アフィリエイト広告と読者の寄付に依存しています。薄利ですが、サイトを維持するには十分です。

1.2. The Consolidation of the Internet□

The trends described previously have created a winner-takes-all environment, in which Facebook and Google reap a large majority of the revenue [12,13] :

Facebook, specifically, holds a great deal of user's attention, allowing the company to influence the type of content made by news publishers. For instance, to satisfy the preferences of the Facebook newsfeed algorithm, news outlets are creating original video content which is intended solely for their Facebook audience [14] .

1.2 インターネットの地固め

これまでに説明したトレンドは、独占的な環境を作り出し、FacebookとGoogleが収益の大半を握りしめています[12,13] :

特にFacebookはユーザーの関心を集めているため、ニュースの出版元が作成したコンテンツの種類に影響を与えることができます。たとえば、Facebookのニュー

スフィードアルゴリズムの設定を満たすために、ニュース出版元はオリジナルのビデオコンテンツなどを作成しており、Facebookのオーディエンスのみを対象としています[14]。

In the past few years, news outlets have created a significant amount of native content on Facebook to encourage users to engage with their website, with Facebook enjoying the ad revenue associated with the content and refusing to share it with publishers. Independent bloggers who want to reach a large audience also post on Facebook, with no hope of receiving a portion of the income that Facebook reaps from user's engagement with the posts. Alternatively, they can post on a blogging website like Medium or Tumblr, or even on Twitter, but there still have no hope of receiving a cash reward for their great content.

ここ数年の間、ニュース出版元はユーザーに自分のウェブサイトに参加してもらえらるためにFacebook上でネイティブコンテンツを大量に作り出したが、Facebookはこの広告収入を出版元に分配することを拒絶している。多くのユーザーにリーチしたいブロガーなどはFacebookに投稿するものの、収入の一部を受け取ることは望めません。代わりに、彼らはMediumやTumblrのようなブログサイトやTwitterなどでも投稿できますが、素晴らしいコンテンツに対して現金報酬を受け取ることはできません。

Facebook's control over the Internet is especially worrisome because of its walled garden. The content on Facebook isn't on the open web and is blocked to search engines. Users who try to access it without a Facebook account encounter annoying pop-ups encouraging them to sign in, and often cannot access the content at all. The same is true for Twitter posts, though to a lesser extent.

インターネット上のFacebookの独占はとても閉鎖的なため厄介です。Facebook上のコンテンツは誰でも閲覧できず、検索エンジンにブロックされています。Facebookアカウントなしでアクセスしようとするユーザーは、ログインを奨励する迷惑なポップアップに遭遇し、しばしばコンテンツにアクセスできないことがあります。程度は違いますがTwitterの投稿についても同様です。

The people who suffer the most from the current system are independent bloggers and small news outlets. Unless they succeed in creating extremely viral content, these content creators have basically no way to create content profitably. Unfortunately, even high-quality viral content may not be profitable enough to pay the bills. In 2016, a Mother Jones story on private prisons in the US reached a massive audience and was discussed nationally, but only raked \$5,000 in ad revenue, while costing the magazine \$350,000 [15]. This example demonstrates that the current system is not sustainable for great investigative journalism outside of the main news outlets.

現在のシステムで最も苦しんでいる人々は、ブロガーと小さなニュース出版元です。非常に話題性の高いコンテンツを作成できない限り、これらのコンテンツ作

成者は基本的に収益性の高いコンテンツを作成できません。残念なことに、高質で話題性のある記事でも十分な利益をあげられるとは限りません。2016年、Mother Jones の米国の私立刑務所に関する記事は大勢の読者に達し、全国的に議論されたが、広告収入は5,000ドルにとどまり、出版元には35万ドルがかかりました [15]。この例は、現在のシステムが主要なニュース出版元でない限り持続可能ではないことを示しています。

2. Solution - Snip

Solving the problems of the news industry requires a product which isn't an incremental improvement but a revolutionary advancement. Such a solution would have to create significant value for news consumers, be transparent and fair in the distribution of news, and award great content creators.

2. ソリューション - Snip

ニュース業界の問題を解決するには、段階的な改善ではなく革新的な進化が必要です。そのようなソリューションは、ニュース消費者にとって重要な価値を創造し、ニュース配信の透明性と公平性に優れ、偉大なコンテンツ制作者を賞賛しなければなりません。

2.1. Overview

Snip is a decentralized, user-generated news platform where anyone can write a news story (“snip”) about a topic of their choice, and read news on the issues they care about. The platform has no editor deciding what's fit to print and the decision which content to view is made personally, by community users.

Snip's goal is to become the place where people go to learn and stay updated on any subject - politics, tech, sports, art, philosophy, etc. The stories are presented to readers in an algorithmic feed, tailored to each user's interests using open-source algorithms (detailed in section 2.4). People are busy and prefer to read concise content, so the platform will be oriented towards short content. Writers will be able to post content of any length.

2.1 概要

Snipは、分散したユーザー形成型のニュースプラットフォームであり、誰でも自分が選んだトピックに関するニュース記事（「Snip」）を書いたり、関心のある問題に関するニュースを読むことができます。プラットフォームには、出版に適したものを決定するのは編集者ではなく、コミュニティユーザーが個人的に見るべきコンテンツを決定します。

Snipの目標は、人々が政治、技術、スポーツ、芸術、哲学などのあらゆるテーマについて学び、最新情報を得る場所になることです。オープンソースアルゴリズム

ム(セクション2.4で詳述)を用いて各ユーザーの興味に合わせてコンテンツが読者に提供されます。読者は簡潔なコンテンツを読むことを好むので、プラットフォームは短いコンテンツに向けられますが投稿者は好きな長さの内容を投稿することができます。

The platform is powered by the community, with members writing stories, voting on the best stories, engaging in discussions, and rewarding contributors with tokens. The important role of community feedback gives writers an incentive to create high-quality content. The voting mechanism also assists in personalizing content for users, creating a feed which is truly valuable and interesting.

このプラットフォームは、メンバーが記事を書いたり、最良の記事に投票したり、議論に参加したり、投稿者にトークンで報酬を与えたりなどして、コミュニティによって運営されます。コミュニティのフィードバックは、投稿者に高品質のコンテンツを作成するインセンティブを与え、重要な役割を持ちます。投票の仕組みはユーザーにとってコンテンツの個別化を図り、価値のある面白いフィードを作成します。

By harnessing the power of the community, Snip aims to become the top news destination on every subject. Importantly, the product will be accessible to anyone, and will not require an understanding of cryptocurrencies and tokens.

コミュニティの力を活用することで、Snipはすべての題材におけるトップニュースサイトになることを目指しています。また、大切なのはこの商品には誰でもアクセスができ、暗号化通貨とトークンについての理解は必要ありません。

The Snip platform will feature a new Ethereum-based (ERC20) token named SnipCoin, which is used to buy products on the Snip network and to reward content contributors. The role of the token is detailed in the following pages.

Snipプラットフォームは、SnipCoinという名前の新しいEthereumベース（ERC20）のトークンを備えており、Snipネットワーク上で商品を購入し、コンテンツ提供者に報酬を与えるために使用されます。トークンの役割については、後のページで詳しく説明します。

2.2. Freedom of Speech

As opposed to other platforms, users in the Snip community will enjoy freedom of speech, without a centralized authority dictating right from wrong. Therefore:

1. Snip does not censor content on the platform. □

2. Users will never be banned or shadow banned. □
3. To ensure the integrity of the content, all posts and comments will be stored in □the decentralized service IPFS. □
4. On the Snip website, content may be redacted according to local law, for □instance in cases of copyright violations or violent threats. □

2.2 言論の自由

他のプラットフォームとは対照的に、Snipコミュニティのユーザーは中央権力に抑制されずに自由な発言を楽しむことができます。したがって：

1. Snipはプラットフォーム上のコンテンツを検閲しません。
2. ユーザーは決してバンされたり、投稿禁止にされることはありません。
3. コンテンツの完全性を保証するため、すべての投稿とコメントは分散サービスIPFSに保存されます。
4. Snipのサイトでは著作権侵害や暴力的な脅威の場合など地域の法律に従ってコンテンツを編集することができます。

2.3. Content Creation

News stories need to be original and provide insight. Stories that copy content from an existing news story (without consent of the creator) remain on the IPFS network but do not appear on the Snip platform, and the writer is notified. Content contributors are asked to provide references for stories (if such a reference exists), and to decide on the percentage they want to share with the referenced publisher, with a 10% minimum, a figure which is subject to future changes based on the discretion of the Snip company. Revenue sharing rewards original journalism and helps it flourish, especially once Snip becomes a large platform where many people get their news. The Snip company will share revenue with individual contributors, publishers or non-profits (such as Wikipedia) but not with corporations or governments that offer content for free. Of course, regardless of the Snip company's policy, members of the community can reward tokens for content on their own terms.

2.3コンテンツ作成

ニュース記事はオリジナルであり、考察を提供する必要があります。既存のニュース記事（作成者の同意なし）からコンテンツをコピーする記事は、IPFSネットワーク上に残りますが、Snipプラットフォームには表示されず、作者に通知されず。コンテンツ投稿者には、記事の参考（そのような参考文献が存在する場合）を提供し、参考される出版元と利益共有する割合を最低10%と定めていますが、今後のこの割合がSnip社の裁量に基づいて変更の可能性があります。出版元への収益分配は、Snipが多くの人々が使用するプラットフォームになると同時に本来のジャーナリズムに報酬を与え、助けます。Snip社は個人投稿者、出版元、非営利団体（Wikipediaなど）と収益を分担しますが、無料でコンテンツを提供する企業や政府とは収益を共有しません。もちろん、Snip社のポリシーに関係なく、コミュニティのメンバーは、独自の条件でコンテンツに対してトークンで報酬を与えることができます。

2.4. Personalization & Content Filtering

The Snip platform is intended to be the most complete news source on any topic or current event. As a result, the volume of content will certainly be more than any single user can consume. The solution is a personal feed with customized content. The algorithm aims to reach a high *hit rate*, meaning that the feed should contain a large percentage of articles which interest the reader. This enables high quality notifications, keeping users informed about the topics they value most.

2.4 パーソナライズ(個別化)&コンテンツフィルタリング

Snipプラットフォームはどのトピックや最新のイベントでも最も包含的なニュースソースとなるように意図されています。結果として、コンテンツの量は一人のユーザーが消費することができる量よりはるかに多くなります。これに対するソリューションは、カスタマイズされたコンテンツを用いた個別化されたフィードです。このアルゴリズムは、高いヒット率を目的としていて、フィードには読者が興味を持つ記事の割合が多く含まれる必要があります。これにより、高質の通知が可能になり、ユーザーは優先するトピックについての情報が得ることができます。

To reach a high hit rate, the content is personalized for each user using open-source algorithms, some developed by the Snip company and some by the community. Users choose their own preferred personalization algorithm when they register, and can change it at any time. They can follow favorite contributors, boosting them in the algorithm. By making the algorithms open source, as opposed to those of platforms like Facebook or Twitter, Snip ensures transparency and allows for the kind of constant improvement that only a community of contributors can achieve. In stark contrast to today's news publishers, Snip has no editorial board and does not decide which stories are fit to print and which are not.

高いヒット率に達するために、一部はSnip社によって開発され、一部はコミュニティによって開発されたオープンソースのアルゴリズムを使用してユーザーごとにコンテンツをパーソナライズしていきます。ユーザーは登録時に自分の好みの個別化アルゴリズムを選択し、いつでも変更することができます。彼らはお気に入りの投稿を読むことでアルゴリズムはそれらの関連記事を增強することができます。FacebookやTwitterなどのプラットフォームとは対照的に、アルゴリズムをオープンソースにすることで、Snipは透明性を確保し、投稿者のコミュニティだけが達成できるような一定の改善を可能にします。既存のニュース出版元とは対照的に、Snipには編集委員がなく、どのストーリーが出版に適しているのか、そうでないのかは決まっています。

To assist developers, Snip provides an API and publishes sample datasets to allow developers to test their own algorithms. The following is a partial list of features which are or will be available to developers:

1. Post publish date.
2. Text features - keywords, topic, length, etc.
3. Reactions from similar users.
4. Likes.
5. Dislikes.
6. Marked as spam.
7. Comments.
8. A list of the user's followed contributors.
9. Contributors' metadata including number of followers, region, language, etc.

The Snip company rewards developers for creating useful personalization algorithms with tokens reserved for that purpose.

開発者を支援するためにSnipはAPIを提供し、開発者が独自のアルゴリズムをテストできるようにサンプルデータセットを発行しています。以下は、開発者が利用できる、または今後利用できる機能の一部です。

1. 出版の日付

2. テキスト機能 - キーワード、トピック、長さなど
3. 類似のユーザーからの反応
4. いいね
5. Dislike (嫌い? いいねの逆 単語が見当たらなかったです)
6. スпамとしてのマーク
7. コメント
8. ユーザーがフォローする投稿者のリスト
9. 投稿者のフォロワー数、地域、言語などのメタデータ

Snip社は、そのために確保されているトークンを使用して、便利なパーソナライゼーションアルゴリズムを作成する開発者に報酬を与えます。

2.5. Safety

Users need to feel safe when using the Snip platform. Therefore, along with choosing their preferred news feed personalization algorithm, users can add their own rules to filter out content that they prefer not to see. For example, users may choose not to view content they believe to be fake news, or content deemed to be of poor quality by community members they trust. This can be done in a few ways::

2.5 安全性

ユーザーはSnipプラットフォームを使用するとき安全性を感じる必要があります。したがって、好みのニュースフィード個別化アルゴリズムを選択すると同時に、ユーザーは独自のルールを追加して、見たくないコンテンツを除外することができます。たとえば、ユーザーは、偽ニュースと思われるコンテンツや信頼できるコミュニティメンバーに基づいて品質の低いと投票されたコンテンツを表示しないことを選択できます。これはいくつかの方法で行うことができます::

1. Blocking posts or comments from specific users.
2. Blocking specific words (or word groups) from appearing in the personal newsfeed or notifications.
3. Choosing a spam filter - users can choose their own spam filter (or no filter at all), in the same manner as the personalization algorithm.

By default, these filters are not public so that each user's privacy is protected. Of course, users can choose to share these filters publicly if they want, allowing others to utilize them.

- 1.特定のユーザーの投稿またはコメントをブロックする。
- 2.通知に特定の単語（または複数の単語）が個人のニュースフィードに表示されないようにする。
- 3.スパムフィルタの選択- ユーザーは、個別化アルゴリズムと同じ方法で、独自のスパムフィルタを選択（またはフィルタを使用しない）できます。

デフォルトでこれらのフィルタは公開されていないため、各ユーザーのプライバシーは保護されます。もちろん、ユーザーは必要に応じてこれらのフィルタを公開して共有し、他のユーザーがフィルタを活用できるようにすることもできます。

2.6. Encouraging Diverse, High-Quality Content

Snip's goal is to cover everything happening the world, but some things are much easier to write about than others. For instance, it may take a writer 30 seconds to share a funny anecdote, whereas explaining a complicated scientific breakthrough in simple words could easily take the same writer 30 minutes.

If the only incentive for content contributors is the number of clicks or likes, most of the content on the platform remains basic, easy-to-create content, and high-quality content is not rewarded. To avoid this, the Snip company uses a portion of the tokens as an incentive mechanism in the following manner:

2.6 多様で高質のコンテンツを奨励する

Snipの目標は世界のすべての物事を取り扱うことですが、あるジャンルの記事の方が他のジャンルより容易に書くことができます。たとえば、面白い逸話を共有するには30秒で済むかもしれないが、複雑な科学的進歩を簡単な言葉で説明するとなると、同じライターでも30分以上かかることがあります。

コンテンツ投稿者の唯一のインセンティブがクリック数やいいねの場合、プラットフォーム上のコンテンツのほとんどが基本的で作成しやすいコンテンツになってしまい、高質のコンテンツには報酬があまり与えられません。これを避けるために、Snip社は、以下の方法をインセンティブメカニズムとしてトークンの一部を使用します。

1. Rewarding scarce content - Tokens will be added to content categories that are poorly represented on the platform. If, for instance, there is a shortage in live sports coverage on the platform, bonus tokens will be rewarded specifically to live sports snips. □

1.不足しているコンテンツに恩恵を与える- プラットフォーム上で少ないコンテンツカテゴリにトークンが追加されます。例えば、プラットフォーム上のライブスポーツ報道が不足している場合、ボーナストークンが特にライブスポーツSnipに与えられます。

2. Suggestions from readers - If readers express interest in an event or a news story, these requests are posted anonymously, and writers receive bonus tokens for writing a snip on the requested subject or story. □

2.読者からの示唆- 読者がイベントやニュース記事に興味を表す場合、これらの要求は匿名で投稿され、投稿者は要求された話題やストーリーに合ったSnipを書くたびにボーナストークンを受け取ります。

Categories and reader suggestions are visible to everyone in the community □and all writers have the opportunity to collect the bonus tokens by writing an engaging story.

不足カテゴリと読者の示唆はコミュニティの誰もが見ることができ、すべての投稿者はそれに合う興味深い話を書くことによってボーナストークンを収集する機会を得ることができます。

To assist the news feed algorithms and the incentive systems, contributors are required to note the category of their snip. Some of the suggested categories are:

ニュースフィードアルゴリズムとインセンティブシステムを支援するために、投稿者は投稿するSnipをカテゴリ化する必要があります。推奨されるカテゴリのいくつかは次のとおりです。

- Breaking News □
 - Science and Technology News □
 - Politics Op/Ed □
 - Live Sports
-
- ニュース速報

- 科学技術ニュース
- 政治オプエド
- ライブスポーツ

□Machine Learning algorithms can help contributors with the categorization and readers are encouraged to flag content if it is categorized incorrectly. An additional algorithm receives the writer's decided category and user feedback and decides on the appropriate category. All algorithms are open-source and available to the community. □2.7.

Privacy □User data is private and is never shared with third-parties. User votes are □private and cannot be seen by anyone else, unless the user decides to share them. 2.8.

Snip and the Open Web □The content published on the platform is searchable and available for everyone to read and does not require logging in or providing personal information, such as an email address or Facebook login. □Professional content, intended for subscribers, will be locked to non-paying users. This is expected to be only a small minority of the content on the platform. □

自動学習アルゴリズムは投稿者のカテゴリ化に役立ちますが読者もコンテンツが誤って分類されているとフラグを立てることを推奨されます。追加のアルゴリズムは投稿者が決定したカテゴリとユーザーのフィードバックを受け取り、適切なカテゴリを決定します。すべてのアルゴリズムはオープンソースであり、コミュニティが利用可能です。

2.7 プライバシー

ユーザーデータはプライベートであり、第三者と共有されることはありません。ユーザー投票はプライベートであり、ユーザーがそれらを共有すると決めない限り他のユーザーは見ることはできません。

2.8 Snipとオープンウェブ

プラットフォームで公開されているコンテンツは全て検索可能であり、誰しもが読むことができ、メールアドレスやFacebookログインなどの個人情報を提供する必要はありません。購読者向けのプロフェッショナルコンテンツは、有料のユーザーにロックされますが、これはプラットフォーム上のコンテンツのわずかな一部であることが予想されます。

3. Distribution & User Acquisition

A major challenge in consumer media is distribution and user acquisition. Many media companies which create valuable content are unable to gain users at a low price, and high customer acquisition costs (CAC) combined with the low lifetime value (LTV) in the ads business, create unprofitable businesses. Therefore, creating a viral product is crucial to

building a successful media company. In Snip, we're applying three unique methods to solve this problem and to build a company which is consistently profitable.

3. 流通およびユーザー獲得

メディアの大きな課題は、流通とユーザー獲得です。高質なコンテンツを作成する多くのメディア企業は、低価格でユーザーを獲得することができず、広告ビジネスでのLTV（Low Lifetime Value）と組み合わせた高い顧客獲得コスト（CAC）が、薄利のビジネスモデルを作り出しています。したがって、話題性のある商品を作成することが成功するメディア会社を構築する上で不可欠なのです。Snipでは、この問題を解決し、一貫して収益を上げる企業を築くために、3つの独自の方法を適用しています。

3.1. Referrals

Users who refer their friends to the platform will receive a small token reward, helping to attract a critical mass of users to the platform. The referrers will only be rewarded if their friends become day-to-day users of the platform, substantially reducing the risk of gaming the system. The cost in tokens is expected to be significantly lower than ad spending since people are much more inclined to receive a friend's referral than respond to advertisement. In addition, users will probably refrain from referring friends who won't be interested in the product because those will not help them to gain tokens.

3.1 紹介

友人をプラットフォームに紹介するユーザーは、小さなトークン報酬を受け取るため、プラットフォームにユーザーを引き付けるのに役立ちます。紹介者は、友人がプラットフォームの日常的なユーザーになれば報酬を受け、この制度のネズミ講的なリスクを大幅に軽減します。トークンのコストは、人々が広告に反応するよりも友人紹介を受ける可能性の方がはるかに高いため、広告費よりも大幅に低くなると予想されます。さらに、ユーザーはこの商品に興味のない友人を紹介することはトークンを得るのに役立たないため、控えるでしょう。

3.2. Token Holder Promotion

Token holders have a vested interest that the platform prospers and offers more content and services. Therefore, they are likely to promote the product to family and friends, without cost to the company.

3.2 トークンホルダープロモーション

トークン所有者は、プラットフォームが繁栄し、より多くのコンテンツとサービスを提供するという既得権益を持っています。したがって、彼らは会社にコストをかけることなく、家族や友人に商品を宣伝する可能性が高い。

3.3. Discovery of Viral Content

For the past 18 months, the Snip company has been collecting high-resolution data on the virality of content online, with a focus on social networks and news websites. Using this data, the company is applying Machine Learning technologies (NLP, statistical analyses, etc) to find topics which are most likely to gain traction in social networks. The topics will be recommended to our community of writers, allowing them to produce extremely viral content and collect token rewards. This technology has already proven itself in the current product.

3.3 話題性のあるコンテンツの発掘

過去18ヶ月間、Snip社はソーシャルネットワークとニュースサイトに焦点を当て、オンラインコンテンツの話題性に関する高解像度データを収集してきました。このデータを使用して同社は自動学習技術（NLP、統計分析など）を応用し、ソーシャルネットワークで最も魅力的なトピックを見つけ出します。これらのトピックは、投稿者のコミュニティに推奨され、非常に話題性の高いコンテンツを作ることによってトークンの報酬を集めることができます。この技術は、現在の商品ですでに実証済みです。

4. Business Model □ To keep the Snip ecosystem healthy and prosperous, Snip relies on a variety of income sources:

1. Subscriptions □
2. Tipping □
3. Advertising □
4. Ad-free version □

4. ビジネスモデル

Snipの生態系を健全かつ繁栄させるために、Snipはさまざまな収入源に頼ります。

1. 購読

2. チップ

3. 広告

4. 広告なしのバージョン

Users don't like ads and the goal is to minimize the revenue from ads and focus on other revenue streams, but for the foreseeable future we expect our revenue to include all four of these sources. A majority of the revenue in each category goes to content contributors, further incentivizing people to create great content. The Snip company takes a small cut, allowing for hiring talent, product development, and day-to-day operations.

ユーザーは広告が好きではなく、広告収入を最小限に抑え、他の収入源に重点を置くことが目標ですが、とりあえずはこれらのソースの4つすべてを収入として期待しています。各カテゴリの収益の大部分はコンテンツ投稿者に送られ、読者に高質なコンテンツを作り出すための刺激を与えます。Snip社は、良い人材の雇用、製品開発、および日々の業務を可能にする小さな割合をもらいます。

4.1. Subscriptions

Snip offers an engaging subscription service, paid for monthly, with tokens. Our first widespread offering is audio snips. Audio snips is a personalized feed of the stories users find most interesting, in audio form. Audio snips can replace or supplement listening to the news on the radio. This is aimed at commuters, people with disabilities, and anyone who enjoys listening to the news. This is projected to be a very popular offering.

4.1 定期購読

Snipは毎月支払われる魅力的な購読サービスをトークン払いで提供しています。私たちの最初のオファリングは、オーディオSnipです。オーディオSnipは、ユーザーが最も興味深いストーリーを音声形式で個別化したものです。オーディオSnipはラジオでニュースを聞いている形式に取って代わることができます。これは、通勤者、障害者、およびニュースを聞いて楽しむ人を対象としています。これは非常に人気のあるオファリングであると予想されている。

An additional subscription service Snip offers is a professional content stream, meaning summaries of technical developments in a specific field or profession. The professional content service can help users keep up-to-date in their professional field, whether it is cancer research, database technology, or South African politics. Some topics are, of course, geared towards a small niche market. The expectation is that these topics develop a devoted, if small, following. In this offering, the community can request professional

content and offer payment, allowing writers will to supply the content that readers really need.

It is important to note that these offerings are provided as streams, rather than dailies.

また、Snipが提供する追加の購読サービスはプロフェッショナルなコンテンツストリームであり、これは特定の分野または職業における技術開発の要約を意味します。プロフェッショナルなコンテンツサービスは、癌研究、データベース技術、南アフリカの政治など、プロフェッショナル分野でユーザーが常に最新の状態を保つことを支援します。もちろん、いくつかの話題は小さなニッチ市場に向けられています。これらの話題のフォロワーは少しですが忠誠的に拡大していくことが期待されます。このオフリングではコミュニティが専門的なコンテンツを要求し、支払うことが可能で、投稿者は本当に必要なコンテンツを提供することができます。

これらのオフリングは毎日提供されるものではなく、ストリームとして提供されることを留意することが重要である。

4.2. Tipping

Readers have the option of tipping content contributors for great posts or comments, similar to tipping on Reddit via Reddit Gold. The tipping is facilitated by tokens, allowing for small, cheap micro-payments. The content creator receives 97% of the tip, with only 3% going to the Snip company. This figure could change in the future, upwards or downwards, based on the discretion of the Snip company. The company is incentivized to reward writers and keep the best writers in the platform.

4.2 チップ

読者はReddit Gold経由でRedditに転記するのと同様に、投稿者や投稿者のコメントを投稿することができます。チップを払うことはトークンによって容易になり、小さくて安価なマイクロペイメントを可能にします。コンテンツ投稿者はチップの97%を受け取り、Snip社には3%だけが行くこととなります。この数値は、Snip社の裁量に基づいて将来的に変更される可能性があります。同社は投稿者に報酬を与え、最高の投稿者をプラットフォームに残すようにインセンティブを与えている。

4.3. Advertising

Snip has a duty to provide users with the most interesting and relevant advertisements as possible. Ads are native and are required to present content that provides value for users. Ads are visibly marked and users always know when they're seeing an ad. Users can flag bad or misleading advertisements, and those ads and ad creators are policed and removed if

necessary. Users can always see their advertising profile and understand why they are shown specific ads. User information is never provided to advertisers or other third parties.

4.3 広告

Snipは可能な限りユーザーに最も興味深く、関連性の高い広告を提供する義務があります。広告はネイティブであり、ユーザーにとって価値のあるコンテンツを提示する必要があります。広告はマークされ、ユーザーはいつ広告が表示されているかを知ることができます。ユーザーは、悪い広告や誤解を招く広告にフラグを立てることができ、必要に応じてこれらの広告と広告クリエイターは注意され、必要であれば削除されます。ユーザーは常に自分の広告プロフィールを見て、その広告が表示されている理由を見ることができます。ユーザー情報は、広告主や他の第三者に提供されることはありません。

4.4. Ad-free version

Users are offered an ad-free version which is funded by a monthly subscription. Since ad income can be tenuous, and users often dislike advertisements, Snip hopes that most users will choose to go ad-free.

4.4 広告のないバージョン

ユーザーには広告のないバージョンが選べ、毎月の定期購読によってこれが可能になります。広告収入は不十分で、ユーザーは広告を嫌うので、ほとんどのユーザーが広告なしにすることを望んでいるとSnip社は望んでいます。

5. The Snip Token (SnipCoin) □ SnipCoin is the exclusive token of the Snip platform, and can be used both for rewarding content contributors and for rewards for the various services. □

The total number of SnipCoins is 10,000,000,000 (ten billion), minted in advance. The Snip company rewards contributors with SnipCoins from two sources:

5. Snip トークン (SnipCoin)

SnipCoinは、Snipプラットフォーム独自のトークンであり、コンテンツ投稿者に報酬を与えることと、さまざまなサービスの報酬の両方に使用できます。

SnipCoinの総数は、10,000,000,000（100億）であり、この数値は事前に記載されています。Snip社は、2つのソースからSnipCoinsの投稿者に報酬を与えます：

1. An initial pool of 1,500,000,000 SnipCoins designated in the token sale (to be detailed in this paper). The initial amount of weekly SnipCoins is 12,000,000, and

will decrease by 45,000 SnipCoins every week, until reaching 0 over 267 weeks (5 years). □

1. トークンセールに指定された1,500,000,000 SnipCoinの初期プール（本書で詳述）。毎週セールを行い、SnipCoinの初期セール量は12,000,000で、毎週45,000 SnipCoinずつ減少し、267週（5年間）にわたって0に達するまで続きます。

2. The platform's revenue - A large portion of the platform's revenue (in SnipCoin) is added to the pool, and a small cut of the revenue is passed on to the Snip company. □

2. プラットフォームの収入- プラットフォームの収入の大部分（SnipCoinで）がプールに追加され、収入の一部がSnip社に引き渡されます。

Revenue from subscriptions and ads is expected to increase over time as the network grows, and its share out of the total pool size will constantly grow. Eventually the share of pre-allocated SnipCoins is expected to become negligible, as demonstrated in the chart below.

定期購読と広告からの収益は、ネットワークが成長するにつれて増加すると予想され、プールの合計サイズからのシェアは絶えず増加します。最終的には、以下のチャートが示すように、事前割当SnipCoinのシェアは無視できる程度になると予想されます。

6. Roadmap □

The roadmap includes three stages as described below.

6. ロードマップ

ロードマップには、以下の3つの段階が含まれています。

6.1. Snip 0.1 - Live Now

Includes interesting news stories on various topics and a subscription service which allows users to receive an audio version of the news. The token system, once launched, will provide holders with subscription credits for the audio service.

6.1 Snip 0.1 – 現在進行中

さまざまなトピックに関する興味深いニュース記事と、ニュースのオーディオ版をユーザーが受信できるようにする定期購読サービスが含まれています。トーク

ンシステムは、一度起動すると、オーディオサービスの加入クレジットを保有者に提供します。

6.2. Snip 0.2 – Alpha

An invitation-only version, used to test the initial product and receive feedback from content contributors on the incentive model.

6.2 Snip 0.2 – アルファ版

招待者専用版であり初期商品をテストし、コンテンツ投稿者からインセンティブモデルのフィードバックなどを受け取るために使用されます。

- Web version with basic UX
- Comments and voting
- Basic personalization
- Basic content filtering (anti-spam)
- Newsfeed API for community developers
- Payment to contributors for posts
- Categorization

- ベーシックUXのWebバージョン
- コメントと投票
- 基本的なパーソナライゼーション(個別化)
- 基本的なコンテンツフィルタリング (スパム対策)
- コミュニティ開発者のためのニュースフィードAPI
- 投稿者への投稿に対する支払い
- カテゴリ化

6.3. Snip 1.0 - Public Beta

This is the first version intended for the general public, and includes the following features, in addition to features suggested by the community: □

6.3 Snip 1.0 - パブリックベータ

これは一般向けの最初のバージョンであり、コミュニティが提案する機能に加えて、次の機能を備えています。

- Web version with improved UX □
 - Mobile version (iOS/Android) □
 - Blocking/muting of accounts □
 - Tipping □
 - Several content filters and anti-abuse algorithms □
 - Bonus tokens for diverse content □
- UXの改善されたWebバージョン
 - モバイル版 (iOS / Android)
 - アカウントのブロック/ミュート
 - チップ制度
 - いくつかのコンテンツフィルタと不正使用防止アルゴリズム
 - 多様なコンテンツのためのボーナストークン

6.4. Snip 2.0 - Full-scale product □

6.4 Snip 2.0 – 完成品

- User profiles and tagging □
- Additional Languages □
- Ad auction support □
- Ad-free subscription □
- Improved personalization □

- Payment to contributors for comments □
- Professional content subscription □
- ユーザープロフィールとタグ付け機能
- その他の言語
- 広告オークションのサポート
- 広告のない定期購入
- パーソナライゼーション(個別化)の改善
- 投稿者へのコメントに対する支払い
- プロのコンテンツ購読

7. Business Landscape

7.1. Competition

Snip's competitors can be divided into two main categories - news publishers and social networks.

7. ビジネス概要

7.1 競争

Snipの競合他社は、ニュース出版社とSNSと主に2つに分類できます。

7.1.1. News Publishers

Publishers like Fox, CNN, and the New York Times manage large newsrooms where journalists create content guided by editors. The created content is then presented on their website, mobile app, and in some cases, a TV network. These platforms do not host user-generated content and their news stories are moderated by a small group of editors. Often their content is longer than necessary, allowing them to fit more ads into each article.

7.1.1 ニュース出版社

Fox、CNN、New York Timesなどの出版社は、ジャーナリストが編集者の規定に基づいてコンテンツを作成する大規模なニュースルームを管理しています。作成さ

れたコンテンツは、Webサイト、モバイルアプリ、場合によってはテレビに表示されます。これらのプラットフォームは、ユーザーが作成したコンテンツと一致しておらず、そのニュースは少数の編集者によって管理されています。多くの場合、コンテンツは必要以上に長くなり、各記事に広告をより多く載せることが可能になっています。

7.1.2. Social Networks

Facebook, Twitter, and Reddit are based on user-generated content but do not reward contributors for the value they produce. Facebook is less focused on news compared to Reddit and Twitter, which are used by many as news platforms. A major problem with both platforms is that the news stories are provided as links, without enough relevant information. Advertising cannot be controlled in this situation. Snip, instead, provides short snippets with all the relevant content.

7.1.2 SNS

Facebook、Twitter、Redditはユーザーが作成したコンテンツに基づいていますが、投稿者が作成した価値には報酬がありません。FacebookはRedditやTwitterに比べるとニュースに集中していません。後者の2つはニュースプラットフォームとして多くの人々が利用しています。両プラットフォームの大きな問題は、ニュース記事が十分な関連情報なしでリンクとしてのみ提供されることです。このような状況では広告を管理することはできません。Snipは代わりにすべての関連コンテンツを短いSnippetで提供します。

Steem is a Reddit-like social network in which content creators are rewarded for their publications, but users usually don't create news stories and the platform is hardly used by mainstream users.

Steemはコンテンツ投稿者が投稿に応じて報酬を与えられるRedditのようなSNSですが、ユーザーはほとんどニュース記事を作成せず、このプラットフォームは日々のユーザーにはほとんど使用されません。

7.2. Snip Advantages

7.2.1. Decentralized

In contrast to mainstream publishers and social networks, the Snip network is decentralized and owned by the community, with all the content saved openly on the IPFS network. Content cannot be censored and users on the Snip website choose their personal news feed algorithm.

7.2 Snipの利点

7.2.1 分散型

主流の出版社やソーシャルネットワークとは対照的にSnipネットワークは分散型でコミュニティが所有し、すべてのコンテンツはIPFSネットワークに公開されています。コンテンツは検閲できず、Snipのサイトユーザーは個人のニュースフィードアルゴリズムを選択します。

7.2.2. News-oriented

Snip is a place for people to read news and discuss the news stories they care about. Snip covers a wide variety of topics, allowing users to stay up-to-date on their favorite topics in a shorter, more efficient format.

7.2.2 ニュース志向

Snipは人々がニュースを読んで、関心のあるニュースを議論する場所です。Snipはさまざまなトピックをカバーしているため、お気に入りのトピックをより短く効率的な形式で最新の状態に保つことができます。

7.2.3. User-generated content

The news stories on the platform are created by the community and users receive the vast majority of the reward for high-quality posts and comments, as decided by the community.

7.2.3 ユーザー形成型コンテンツ

プラットフォーム上のニュース記事はコミュニティによって形成され、ユーザーは報酬の大半をコミュニティが決定したように高質の投稿とコメントに対して受け取る。

7.2.4. Personalization

In contrast to mainstream publishers, the content on Snip is personalized for each user. When two different people access the platform, they see two different feeds, based on their personal preferences.

7.2.4。 パーソナライゼーション (個別化)

主流の出版社とは対照的に、Snipのコンテンツはユーザーごとにパーソナライズされています。2人の異なる人がプラットフォームにアクセスすると、個人の好みに基づいて2つの異なるフィードが表示されます。

7.2.5. Ad-free option

Many users don't like ads, and some are willing to pay for an ad-free experience. In contrast to Facebook and Twitter, Snip gives users the option to subscribe to an ad-free version, and users know that their payment goes directly to content creators.

7.2.5 広告なしのオプション

多くのユーザーは広告が好きではなく、一部のユーザーは広告を無くすためにお金を支払う意思があります。FacebookとTwitterとは対照的に、Snipはユーザーに広告なしのバージョンを購読する選択肢を提供し、またそれを支払うユーザーはそのお金がコンテンツ投稿者に直接還元されることを知っています。

8. Crowdsale

To raise the funds required to develop the platform, a SnipCoin crowdsale will be held on XX.

- Our goal is to raise **\$8 million USD** (hard cap). Upon reaching the goal the sale will stop and no more contributions will be accepted. □
- The minimum goal for the crowdsale is **\$0.8 million USD** (soft cap). Contributors will be refunded if the goal isn't reached. □
- The duration of the sale will be no more than **30 days** . □
- 10 billion SnipCoins (SNP) will be minted, of which **80% are designated to □the community and the contributors** . The initial distribution of tokens will be:

8. クラウドセール

プラットフォームの開発に必要な資金を調達するために、SnipCoinのクラウドセールがXXに開催されます。

- 私たちの目標は、800万ドル（ハードキャップ）を調達することです。目標に達すると売却は止まり、それ以上の拠出は認められません。
- クラウドセールでの最低目標は\$ 0.8M（ソフトキャップ）です。目標に達していない場合、貢献者は払い戻されます。
- 販売期間は30日以内です。
- 100億SnipCoins（SNP）が発行され、そのうち80%がコミュニティと貢献者へと指定されています。トークンの初期分布は次のようになります。

○ **30% is available in the crowdsale** . □

○ 30% will be sold in the future token sale and will be locked for 3 years. □

○ 20% is reserved for the initial pool of contributor rewards. This is kept □ in a time-locked vault and released every month according to the amount transferred to the contributors during that month, with a hard limit of 80,000,000 SNP. A portion of the contributor reward pool is reserved for community developers (bug bounties, contributing algorithms, etc). □

○クラウドセールでは30%が入手可能です。

○30%は将来のトークンセールで販売され、3年間ロックされます。

○貢献者報酬の初期プールには20%が予約されています。これは時間ロック保管庫で保管され、その月に貢献者に転送された金額に応じて毎月解放され、80,000,000 SNPがハード制限として設けられています。貢献者報酬プールの一部は、コミュニティ開発者のために予約されています（バグバウンティ、アルゴリズムの貢献など）。

○ 19.5% is designated for the Snip company and will be used internally and for advisors and partner companies. Snip employees and founders will not hold tokens prior to the sale and will not be rewarded with tokens in the first 6 months after the sale. In the period of 6 to 12 months after the sale, Snip employees and founders will be rewarded with no more than 4% of the total tokens. □

○ 0.5% is designated for the Snip bounty, helping to spread the word about the Snip platform before the crowdsale. □

○Snip社には19.5%が指定され、内部的に顧問やパートナー企業に使用されます。従業員と創業者は、販売前にトークンを保持せず、販売後最初の6ヶ月間はトークンで報酬を受け取ることはありません。販売後6ヶ月から12ヶ月の間に、Snipの従業員と創業者にはトークン総額の4%に達しない報酬が与えられます。

○0.5%はSnipバウンティに指定され、クラウドセール前のSnipプラットフォームの認知を手助けます

Note : The percentages of the current crowdsale and future token sale could change according to the Wings forecasting results, and will be updated and announced at least 7 days before the sale.

注：現在のクラウドセールと将来のトークンの売り上げの割合は、Wingsの予測結果に応じて変更される可能性があり、セールの少なくとも7日前に更新され発表される予定です。

- Exchange rate: □

- The current exchange rate is **1 ETH = 76K SnipCoins (SNP)**. Since □ the price of Ethereum fluctuates, the official ETH/SNP conversion rate will be announced publicly a day before the sale. Unless Snip provides an official update of the ETH/SNP conversion rate, the conversion rate will stay constant during the sale period. □

- The sale will start on XXXX □

- 為替レート :

- 現在の為替レートは1 ETH = 76K SnipCoins (SNP) です。Ethereumの価格が変動するため、ETH / SNPの正式な換算率は、売却の前日に公表されます。SnipがETH / SNP換算レートの正式な更新を発表しない限り、換算レートは販売期間中一定のままです。

- XXXXにセール開始予定

9. Budget Allocation

The following charts shows a breakdown of the planned allocation of funds raised in the token sale. The values may change over time due to unexpected developments. Specifically, legal costs could grow significantly and take a larger share of the pie.

9. 予算配分

以下のチャートは、トークンセールで調達された資金の配分計画の内訳を示しています。予期せぬ開発の必要などにより、値が時間とともに変動する可能性があります。具体的に法定費用が大幅に増加し、グラフの大きな割合を占める可能性があります。

- **Platform Development** - Most of the funds are used for building the platform: web and mobile applications, tools for content creators, personalization algorithms, and other necessities. □

- **Sales & Marketing** - Funds used for creating brand awareness and attracting the best writers to the platform. □

- **Internal Content Creators** - The Snip company hires content creators to ensure constant news coverage and topic diversity. This is a bootstrapping technique that is required mainly in the early stages of the platform. □

- プラットフォーム開発- 資金のほとんどは、プラットフォーム構築に使用されます。Webアプリケーションやモバイルアプリケーション、コンテンツ投稿者向けのツール、パーソナライゼーション(個別化)アルゴリズム、その他必要に応じてです。

- セールスとマーケティング- ブランド認知度を高め、最高の投稿者をプラットフォームに呼び込むために使用される資金。

- 内部コンテンツ投稿者- Snip社は、一定のニュース報道とトピックの多様性を確保するために、コンテンツ投稿者を雇います。これは主にプラットフォームの初期段階で必要とされるブートストラップ技術です。

- **Administration** - Funds used for ensuring platform security, hiring legal counsel, and other day-to-day administrative operations. □

- **Reserves** - Additional funds reserved for unexpected expenditures. □

- 管理- プラットフォームのセキュリティ確保、弁護士の採用、その他の日々の管理業務に使用される資金。

- 準備金- 予期しない支出のために確保された追加資金。

10. Frequently Asked Questions

What's Snip?

Snip is a decentralized, user-generated news platform where anyone can write a news story (or “snip”) about a topic of their choice, and read news on the issues they care about. The platform has no editor deciding what's fit to print and the decision is made solely by the community.

10.よくある質問

Snipとは何ですか？

Snipは誰でも自分が選んだトピックに関するニュース記事（または「Snip」）を書けたり、自分が関心のある問題に関するニュースを読めたりすることができる分散型のユーザーが形成したニュースプラットフォームです。プラットフォームには、投稿に適したものを決定する編集者はおらず、その決定はコミュニティのみによって行われます。

What does the name mean?

The word Snip is derived from the word snippet. We have found that users prefer short snippets of high-quality information to long, articles, which often contain more filler than information.

名前はどのような意味ですか？

Snipという単語はSnippetという単語から派生しています。私たちは、ユーザーが肝心な情報よりも多くの余計な情報を含むことが多い記事より、高質で短い情報を好むことがわかりました。

What are the Snip tokens? What can token holders do with them?

SnipCoin is the exclusive token of the Snip platform, and can be used for both rewarding content contributors and paying for the various services. The tokens are sold only for use on the Snip platform and do not provide equity or rights in the Snip company. A Snip token is not a security and is not recommended for speculators of any kind. Do not purchase tokens if you don't thoroughly understand the concepts of cryptographic tokens, token sales, and blockchain technology, and purchase them only if you plan to use the tokens to consume Snip services. If the crowdsale raises the minimum amount (noted below), then the tokens are not refundable once delivered.

Snipトークンとは何ですか？ トークンホルダーは何を可能ですか？

SnipCoinはSnipプラットフォーム独自のトークンであり、投稿者に報酬を与えることとさまざまなサービスのお支払いに使用できます。トークンはSnipプラットフォームでの使用のためにのみ販売され、Snip社への株式や権利としては扱いません。Snipトークンは有価証券ではなく投機家にはお勧めできません。暗号トークン、トークンセール、ブロックチェーン技術の概念を完全に理解していない場合はトークンを購入しないでください。Snipサービスを使用する予定がある場合にのみトークンを購入してください。クラウドセールが最小額（以下に記載）調達できた場合、一度分配されたトークンは返金できません。

When will the crowdsale begin?

The crowdsale is expected to start in September and last until the earlier of 30 days, or until \$8M are raised. An official date will be announced at least 10 days before the beginning of the crowdsale.

クラウドセールはいつ始まるのですか？

クラウドセールは9月に始まり30日間、または\$ 8Mが調達されるまで継続する予定です。公式の日付は、クラウドセール開始の少なくとも10日前に公表される予定です。

How much is being raised in the crowdsale? □

The crowdsale goal is to raise \$8M, with a minimum raise of \$800K. If \$800K isn't raised, the transferred funds will be returned to buyers.

What currencies are accepted in the crowdsale?

The accepted currencies will be announced at least 10 days before the beginning of the crowdsale.

クラウドセールでどのくらい調達する予定ですか？

クラウドセールの目標は\$8Mで最低\$800K(800万ドル)調達することです。\$ 800Kが調達できない場合、集まった資金は買い手に返還されます。

クラウドセールではどの通貨が受け入れられますか？

受け入れられる通貨は少なくともクラウドセール開始の10日前に発表されます。

What will the raised funds be used for?

As detailed in section 9, the raised money is expected to be used mainly for platform development, and to a lesser extent for administration costs, sales and marketing, and content creation.

Are Snip tokens transferable?

Yes, Snip tokens are transferable and are not in control of the Snip company. As described in this white paper, some of the tokens are locked in time-vaults, a measure applied to protect the token buyers.

調達された資金はどのように使用されるのですか？

第9章で詳述したように、資金はプラットフォーム開発、主に管理コスト、販売とマーケティング、コンテンツ作成のために使用されることが予想されます。

Snipトークンは転送可能ですか？

はい、スナップトークンは転送可能であり、Snip社の管理下ではありません。このホワイトペーパーで説明したように、トークンの一部はトークン購入者を保護するために時間ロック保管庫に保管されます。