

Kamil Bałuk
Uniwersytet Wrocławski

Nowe formy gatunków dziennikarskich w sieci. Przykład projektów „The New York Times”^{*}

Kryzys prasy drukowanej jest widoczny od wielu lat¹. Wydawcy na całym świecie poszukują więc rozwiązań, które mogłyby przyciągnąć czytelnika do jakościowego dziennikarstwa, coraz częściej nie na papierze, lecz w internecie. Czasy, w których czytelników „The New York Times” (NYT)² na drugi dzień po katastrofie sterowca „Hindenburg” w 1937 roku przywitały jedynie szare szpalty tekstu bez jakiegokolwiek grafiki³, minęły już dawno, a przymus obrazkowości i skrótowości, na który skarżyli się od lat co bardziej konserwatywni czytelnicy i dziennikarze, stał się normą i nikogo nie dziwi. Wraz z rozwojem internetu pojawia się za to nowy przymus — multimedialności⁴ i interaktywności⁵. Czytelnik chce mieć wpływ na to, co ogląda, zmieniać poprzez kliknięcie treści, z którymi obcuje. Pojawiają się po temu nowe okazje, a tradycyjnie znane gatunki dziennikarskie są z miesiąca na miesiąc uzupełniane o nowe warianty interaktywnych projektów. Do krótkiego przestudiowania tych zjawisk wybrałem właśnie NYT, pismo które, jako jeden z pionierów interaktywnego dziennikarstwa na świecie, wydaje się idealnym źródłem danych umożliwiających prześledzenie najnowszych trendów gatunkowych w dziennikarstwie.

^{*} Badanie sfinansowane z grantu wewnętrznego 2388/M/IDKS/14. Kamil Bałuk jest stypendystą projektu „Akademia Rozwoju — kluczem wzmocnienia kadr polskiej gospodarki” współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

¹ Por. choćby B. Poulet, *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, Wołowiec 2011.

² W dalszej części artykułu będę posługiwał się zwyczajowym skrótem — NYT.

³ Pisze o tym T. Harrower, *Podręcznik projektanta gazet*, Warszawa 2006, s. 152.

⁴ Więcej o wykorzystaniu podstawowych elementów multimediiów w dziennikarstwie L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006, s. 171–192.

⁵ Więcej o elementach interaktywnych w dziennikarstwie *ibidem*, s. 225–242.

Choć użyłem sformułowania „gatunkowych”, mowa tu nie o gatunkach *sensu stricto*, lecz raczej o pojedynczych realizacjach podgatunków, z których mogą — choć nie muszą — wyewoluować gatunki pełnoprawne. W wielu przypadkach forma przedstawiania informacji czy danych w omawianym pojedynczym przykładzie została dobrana do treści i choć łatwo można wyobrazić sobie kontynuację każdego z poniższych pomysłów, a co za tym idzie, narodziny jakiegoś podgatunku, w większości — jak się wydaje — są to formy epizodyczne. Internet rozwija się bowiem dynamicznie, pomysły z wczoraj są już „o dwa dni za stare”. Każde mimowolne powtórzenie lub otarcie się o plagiat pomysłu już istniejącego obciąża reputację twórcy i decyduje o przegranej w swoistym wyścigu o wymyślenie nowej interesującej formy dostarczania informacji.

Ponieważ większość omawianych w dalszej części artykułu przypadków zgodnie z tendencją konwergencji mediów⁶ przekracza ramy gatunkowe artykułu, reportażu czy feature’a, nazywam je „projektami”. Zawierają w sobie bowiem nie tylko tekst, multimedia czy fotografie, ale i „własności interaktywne realizowane przez specjalne oprogramowanie”⁷. Omawiane przykłady są prawdopodobnie, używając sformułowania M. Lisowskiej-Magdziarz, „transmedialnym produktem tak zwanej sztuki mediów”⁸. Zwyczajowego terminu „czytelnik” używam zamiennie z „użytkownik”, ponieważ granice między tymi dwoma rolami w wypadku omawianych przeze mnie przykładów są bardzo nieostre: z jednej strony podstawą jest, jak w konwencjonalnej prasie, zapoznanie się z informacją poprzez jej przeczytanie, z drugiej — coraz więcej jest budujących zaangażowanie elementów interaktywnych, które wykraczają daleko poza czynność czytania. Czytelnik staje się nie pasywnym odbiorcą, lecz użytkownikiem, nawigatorem poruszającym się po hipertekście⁹.

Nazwy, jakich używam w przypadku każdego z projektów, są bardzo deskryptywne, ale i umowne — z racji tego, że nie ma pewności, który z poniższych przykładów przekształci się w popularny i pełnoprawny gatunek dziennikarstwa internetowego, nie ma obecnie potrzeby wyszukiwania dla nich zgrabnych nazw.

Niektóre własności analizowanych przykładów trudno oddać słowami, dlatego też w przypisach umieszczone są dokładne linki do omawianych projektów.

⁶ Więcej o konwergencji K. Kopecka-Piech, *Koncepcje konwergencji mediów*, „Studia Medioznawcze”, nr 3 (46), Warszawa 2011.

⁷ M. Janusiewicz, *Literatura doby internetu. Interaktywność i multimedialność tekstu*, Kraków 2014, s. 20.

⁸ M. Lisowska-Magdziarz, *Między postdziennikarstwem a postliteraturą*, [w:] *Dziennikarstwo a literatura w XX i XXI wieku*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, Warszawa 2011, s. 120.

⁹ Więcej o hipertekście, interaktywności i roli użytkownika M. Janusiewicz, *Literatura doby internetu. Interaktywność i multimedialność tekstu*, Kraków 2014, s. 14–22.

Artykuł poszerzony o hipertekst

Aby lepiej zaobserwować różnice między specyfiką treści dziennikarskiej w sieci (w kontraście do tej samej treści w konwencjonalnej gazecie), a więc m.in. między tekstem a internetowym hipertekstem, warto prześledzić, jak wygląda w internecie bliski klasycznemu (gazetowemu) wzorcowi artykuł zawierający kombinację zredagowanego tekstu i zdjęć. Za przykład niech posłuży *A Hospital from Hell, in a City Swamped by Ebola*¹⁰, krótki feature dotyczący wybuchu epidemii eboli w Sierra Leone. Znajduje się on w sekcji „International” portalu, więc nad właściwym artykułem widnieje pięć hiperłączy do innych artykułów z sekcji, będących wyselekcjonowanymi propozycjami dalszych lektur dla użytkownika. Właściwy tekst rozpoczyna się na tej samej wysokości (po lewej), co menu zdjęć do artykułu (po prawej), które nie jest uruchamiane w nowej karcie czy oknie, ale otwiera się po kliknięciu jako pop-up w centrum ekranu. W ten sposób fotografie są widoczne i łatwo dostępne, ale nie zakłócają odbioru tekstu przez osoby, które nie są nimi zainteresowane. Choć feature ten jest stosunkowo krótki, wydaje się, że jego długość usprawiedliwiłaby użycie śródtytułów dla komfortu czytania, redakcja jednak z nich zrezygnowała. Momentem pauzy w tekście jest znajdujący się z prawej strony wyróżniony komentarz („Featured comment”) wybrany spośród 400 innych ze względu na treść (w tym wypadku emocjonalna reakcja na zdjęcie przedstawiające nieżyjącą 4-letnią dziewczynkę) oraz pasek z kolejnymi czterema sugestiami artykułów — tym razem dotyczących *stricte* tematu epidemii eboli, kolejno: o Amerykaninie ratującym chorego; o afrykańskim lekarzu leczonym metodami eksperymentalnymi; o epidemiologu powracającym do rodzinnej Liberii, by walczyć z wirusem; kompendium wiedzy o epidemii w postaci kalendarium i map. Wprowadzenie paska z sugestiami na podobny temat jest zabiegiem interesującym i prawdopodobnie skutecznym — propozycje otrzymują bowiem użytkownicy, którzy dotarli do połowy artykułu, można więc założyć, że będą zainteresowani tematem. Po przejściu do dalszej części artykułu z boku tekstu znów pojawia się sekcja z komentarzami, tym razem najnowszymi. Pod tekstem są odnośniki do trzech artykułów dotyczących Afryki, a na samym dole sekcja „Polecane dla ciebie” („Recommended for you”). Obudowanie artykułu hiperłączami jest przemyślane — ktoś, kto kliknął w feature z sekcji „International”, może bowiem otworzyć sobie inne artykuły jeszcze przed przeczytaniem tego wybranego przez siebie, ktoś, kto wciągnął się w konkretną historię o eboli, może chcieć w połowie tekstu przeczytać jeszcze więcej o tym konkretnym zagadnieniu, a ktoś, kto przeczytał już całość — może być zainteresowany szeroką, ale węższą niż „International”, kategorią „Afryka”. Jak więc widać, nawet dość konwencjonalny artykuł jest obudowany bardzo dobrze rozplanowaną siecią hiperłączy.

¹⁰ A. Nossiter, *A Hospital From Hell, in a City Swamped by Ebola*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/2014/10/02/world/africa/ebola-spreading-in-west-africa.html> [dostęp: 2 października 2014].

Innym przykładem poszerzenia konwencjonalnego artykułu o elementy interaktywne jest *American Way of Birth, Costliest in the World*¹¹, artykuł o kosztach urodzenia dziecka w Stanach Zjednoczonych. Po kilku liniach tekstu, użytkownik dostrzeża z prawej strony menu, w którym jest zapraszany do odpowiedzi na pytanie: „Jak myślisz, ile dolarów powinno kosztować urodzenie dziecka od momentu pierwszej wizyty u lekarza do końca opieki nad niemowlęciem?”. Po wpisaniu kwoty i zatwierdzeniu jej pojawia się diagram pokazujący faktyczne koszty z podziałem na etapy ciąży i pierwsze tygodnie życia dziecka, informacja, jaką część prawdziwych kosztów pokrywałaby kwota wpisana przez użytkownika oraz ile procent użytkowników oszacowało koszt jako mniejszy lub większy niż ten sugerowany przez osobę wpisującą. To zabieg, który pozwala już na starcie zainteresować użytkownika tematem (ze statystyk wynika, że większość użytkowników wpisuje zbyt małą kwotę), wywołuje też zaangażowanie, które jest kluczowym kryterium sukcesu treści w internecie. Po lekturze mniej więcej jednej trzeciej tekstu pojawia się pole z pytaniem: „Które koszty macierzyństwa były dla Ciebie nieoczekiwane?”, a pod nim menu, dzięki któremu możemy zapoznać się z komentarzami czytelników odpowiadającymi na to pytanie. Kombinacja tekstu, wykreśłów i umieszczonych w nieco niekonwencjonalny sposób (tj. rozsypanych po tekście, nie zaś pozostawionych na końcu artykułu) komentarzy daje w efekcie interesujący balans pomiędzy treściami dziennikarskimi a komentarzami czytelników.

Cykl filmików — multimedialne archiwum

Przykładem projektu łączącego tekst, zdjęcia i wideo, a będącego równocześnie agregatem linków — swoistym kompendium na dany temat, podanym w interesującej wizualnie formie jest *Watching Syria's War*¹², jeden z najbardziej kompleksowych projektów NYT ostatnich lat. Podstrona jest zbiorem uszeregowanych chronologicznie i tematycznie notatek w formie pasków z tytułem, kilkoma miniaturkami zdjęć i dwoma zdaniami wstępu na konkretny temat (np. dotyczącymi wybuchu w konkretnym mieście czy odnalezienia ciał więźniów po jednej z egzekucji). Każdy pasek można rozwinąć kliknięciem i przejść do jego poszerzonej wersji, składającej się zwykle z: filmiku wideo na dany temat, nieco dłuższej notatki, sekcji „Co wiemy o sprawie”; sekcji „Czego jeszcze nie wiemy o sprawie”; sekcji „Inne materiały wideo na dany temat” oraz zbioru tweetów¹³ na dany temat i o danym materiale wideo. Dzięki temu uzyskujemy tekstowo-wizualne archiwum, które ułatwia nam dotarcie

¹¹ E. Rosenthal, *American Way of Birth, Costliest in the World*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/2013/07/01/health/american-way-of-birth-costliest-in-the-world.html> [dostęp: 2 października 2014].

¹² *Watching Syria's War*, „The New York Times Online”, <http://projects.nytimes.com/watching-syria-war> [dostęp: 2 października 2014].

¹³ Tweet = notka na portalu Twitter.

do interesujących nas wydarzeń. Oglądane chronologicznie materiały tworzą historię eskalacji konfliktu w Syrii.

Interaktywna grafika jako część artykułu

Projekt *Nadal's Knee*¹⁴ opowiada o... kolanie tenisisty Rafaela Nadala. Choć temat wydawać może się błahy, jest krótkim, lecz dosyć wciągającym zestawem informacji na temat związku stylu gry Nadala z jego najczęstszą kontuzją. Projekt rozpoczyna się filmikiem z grafikami pokazującymi, jak bardzo obciążone jest kolano tenisisty przy konkretnych ruchach, po przewinięciu w dół użytkownik może przeczytać więcej szczegółów (np. jak duże siły działają na staw), ale i obejrzeć wizualizację kolana z dowolnej perspektywy, obracając je pod dowolnym kątem przeciągnięciem myszy. „Nadal's Knee” to nieskomplikowany przykład na to, jak szybko i atrakcyjnie wizualnie wyjaśnić zjawisko anatomiczne.

Interaktywna infografika jako osobny artykuł

Infografika¹⁵ to gatunek o długiej tradycji, sięgającej według niektórych źródeł nawet czasów prehistorycznych¹⁶. Niektórzy badacze wyrażają swoje wątpliwości, czy była ona pełnoprawnym gatunkiem¹⁷ z racji tego, że zwykle nie występuje osobno, ale jako część artykułu. Projekty takie, jak *Reconstructing the Scene of the Boston Marathon Bombing*¹⁸ pokazują, że tego typu zastrzeżenia formułowane są na wyrost — mamy tu do czynienia z zupełnie samodzielną interaktywną infografiką pokazującą w formie trójwymiarowej mapy wydarzenia z 15 kwietnia 2013 roku związane z zamachem bombowym w Bostonie. Pozostaje ona oczywiście w nawiązaniu do cyklu artykułów na temat zamachu, ale wypełnia swoją informacyjną funkcję również bez wspomnianego kontekstu. Użytkownik ma do dyspozycji pięć ikon menu: przegład

¹⁴ G. Roberts, J. Ward, *Nadal's Knee*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/interactive/2013/05/26/sports/tennis/nadals-knee.html?ref=tennis> [dostęp: 2 października 2014].

¹⁵ Więcej o infografice w osobnym artykule poświęconym tylko temu gatunkowi: K. Bałuk, „Do licha! Ileż tu informacji!": *infografika jako gatunek dziennikarski*, [w:] *Marka, media, komunikacja, „Dziennikarstwo i Media” 4*, red. I. Borkowski, K. Stasiuk-Krajewska, Wrocław 2013, s. 153–174.

¹⁶ R. Abdullah, R. Huebner, *Pictograms, Icons & Signs: A Guide to Information Graphics*, New York 2006, s. 18.

¹⁷ Por. np. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria. Praktyka. Język*, Warszawa 2006, s. 40.

¹⁸ *Reconstructing the Scene of the Boston Marathon Bombing*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/interactive/2013/04/17/us/caught-in-the-blast-at-the-boston-marathon.html> [dostęp: 2 października 2014].

całościowy, sytuacja przed wybuchem, pierwszy wybuch, drugi wybuch oraz sytuacja po wybuchu. Wraz z kliknięciami przesuwamy się po mapie, a ściślej: graficznym odwzorowaniu bostońskiej ulicy. Zaznaczone są ważniejsze punkty, takie jak pęknięte okna budynków. Infografika była częścią szerszego projektu dotyczącego zająć podczas maratonu, o którym w dalszej części tekstu.

Olimpijska symfonia: jak brzmi informacja sportowa

Znana specjalistka od grafik, infografik i statystyk w redakcji NYT, Amanda Cox, w prosty, ale nowatorski sposób rozwiązała problem pokazania różnic w czasach sportowców biorących udział w zimowych igrzyskach olimpijskich w Vancouver w 2010 roku. Ściślej, chodziło tu o konkurencje, takie jak slalom gigant, łyżwiarstwo szybkie czy bobsleje, w których zawodnicy startują oddzielnie, a ich czasy porównywane są po zakończeniu wszystkich przejazdów. Dość popularne w stacjach telewizyjnych jest nakładanie obrazów dwóch różnych przejazdów na siebie, jednak ta metoda sprawdza się głównie w zwolnionym tempie. Innym sposobem, stosowanym w transmisjach np. łyżwiarstwa, jest pokazywanie czerwonej linii, która porusza się w tempie najlepszego czasu. Cox udowodniła, że jeśli chcemy porównać 5 lub 10 czasów, najbardziej informatywnym sposobem będzie... usłyszeć je. W projekcie *Fractions of a Second: An Olympic Musical*¹⁹ zestawiła wyniki kilkudziesięciu konkurencji w formie krótkich sygnałów dźwiękowych, odgrywanych jeden po drugim w takich odstępach czasowych, jakie dzieliły konkretnych zawodników. Nie dość, że dzięki temu zostały pokazane różnice w rywalizacji mężczyzn i kobiet²⁰, to jeszcze metaforyczne piękno sportu zyskało dodatkowy wymiar — muzyczny. Odsłuchanie wyników poszczególnych konkurencji można bowiem porównać ze słuchaniem utworu muzycznego — stąd i podtytuł projektu — „olimpijski musical”.

Cztery lata później, podczas olimpiady zimowej w Soczi, redakcja NYT przygotowała wiele multimedialnych projektów będących po części reportażami multimedialnymi²¹, ale statystyki olimpijskie przygotowano również w niekonwencjonalny sposób: projekt „Sochi Odometer”²² to dwanaście okienek ze statystykami (np. liczba uczestników, złoty medal, temperatura powietrza, liczba dyskwalifikacji), z któ-

¹⁹ A. Cox, *Fractions of a Second: An Olympic Musical*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/interactive/2010/02/26/sports/olympics/20100226-olysymphony.html> [dostęp: 2 października 2014].

²⁰ Chodzi mi tu choćby o fakt, że w odpowiadających sobie konkurencjach czasy kolejnych zawodników mężczyzn są „gęste”, tj. w klasyfikacji dzielą je o wiele krótsze odcinki czasu niż w wypadku kobiet, czyli rywalizacja jest bardziej zacięta.

²¹ Por. ostatnia część niniejszego artykułu.

²² T. Evans, M. Strickland, *Odometer. The 2014 Olympics by the numbers*, „The New York Times Online”, <http://sochi2014.nytimes.com/odometer> [dostęp: 2 października 2014].

rych co kilka sekund jedno niespodziewanie znika i jest zastępowane nowym. Ciekawość użytkownika jest pobudzona przez to, że nie wie, które ze statystyk znikną i jakie się pojawią, ponadto istnieje opcja „shuffle”, która wszystkie okienka zamienia ze sobą w losowej kolejności.

Jak zamienić tekst dziennikarski w poezję — *blackout* i haiku

Redakcja NYT nie poprzestała na zamianie sportowych statystyk w muzykę. Podczas Amerykańskiego Miesiąca Poezji w kwietniu 2014 roku zainicjowała dwa projekty na styku dziennikarstwa i poezji. Pierwszy z nich, *Searching for Poetry in Prose*²³, oferuje użytkownikom kilka przykładowych artykułów z NYT, w których wszystkie słowa są zaciemnione. Dzięki wbudowanej aplikacji użytkownik może kliknąć na części artykułu i „odsłonić” do 15 słów. W ten sposób powstaje swoisty wiersz (ten sposób tworzenia nazwano *blackout*), który następnie można udostępnić na Twitterze lub Facebooku, budując zaangażowanie odbiorców w sieci social media.

Inny przykład projektu parapoetyckiego NYT to *Times Haiku*²⁴. Rozpoczęte również w kwietniu, a trwające do chwili obecnej przedsięwzięcie ma na celu pokazanie, jak w pisanych prozą artykułach NYT pojawiają się niespodziewanie haiku, czyli wiersze spełniające warunek 17 sylab w trzech wersach o układzie sylab 5–7–5. Specjalny skrypt zaprogramowany przez NYT przeszukuje codziennie wszystkie artykuły, w których padają po sobie słowa o odpowiedniej liczbie sylab, a redaktorzy wybierają do publikacji te, które, wyrwane z kontekstu, brzmią poetycko, tajemniczo czy frapująco. Nie jest to jednak wbrew pozorom ze strony redakcji jedynie lingwistyczny eksperyment czy zabawa: tak powstałe haiku użytkownicy mogą udostępniać na Twitterze czy Facebooku, ale — co wydaje się szczególnie ważne — jeśli użytkownik uzna, że krótka historia, którą niesie z sobą dane haiku, jest interesująca i ciekawi go kontekst — może on jednym kliknięciem przejść do artykułu, z którego haiku pochodzi.

Společnościowa mapa wspomnień

Autorzy projektu *Where Were You on Sept. 11, 2001?*²⁵ na dziesiątą rocznicę zamachu terrorystycznego na World Trade Center zadali czytelnikom jedno proste pyta-

²³ J. Harris et al., *Searching For Poetry in Prose*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/interactive/2014/multimedia/blackout-poetry.html> [dostęp: 2 października 2014].

²⁴ J. Harris, *Times Haiku*, „The New York Times Online”, <http://haiku.nytimes.com/> [dostęp: 2 października 2014].

²⁵ J. Ashkenas, T. Evans, *Where Were You on Sept. 11, 2001. 9/11: The Reckoning*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/interactive/2011/09/08/us/sept-11-reckoning/map911-browse.html> [dostęp: 2 października 2014].

nie: „Gdzie byłeś 11 września 2001?”. Odpowiedzi uszeregowane są chronologicznie, średnio liczą sobie od jednego do kilku zdań. Każdy użytkownik ma szansę pozostawić pod swoją relacją swoje imię i nazwisko lub pseudonim, oznaczyć na mapie miejsce, w którym wtedy przebywał, oraz nazwać uczucie, jakie budzi w nim wspomnienie tego momentu. Z lewej strony menu komentarze można filtrować według kategorii, takich jak „przyjaciele”, „życzenia” czy „praca”, oraz według miast i nazw geograficznych. Jest również dostępna konwencjonalna wyszukiwarka dowolnego hasła zawartego w interesujących nas komentarzach. Po kliknięciu na napis „map” pod danym komentarzem, możemy zobaczyć na mapie miejsce, w którym był dany użytkownik, oraz filtrować mapę według emocji, czyli zobaczyć, w którym miejscu było najwięcej osób wściekłych, a w którym przestraszonych. Z kolei z prawej strony zaprezentowana jest lista frekwencyjna najpopularniejszych słów użytych w komentarzach, na których również możemy klikać, aby przefiltrować komentarze, ograniczając je tylko do tych zawierających interesujące nas słowo. Projekt jest tworzony praktycznie całkowicie przez użytkowników przy wsparciu redakcji NYT. Może być ciekawy nie tylko dla nich, lecz stanowić interesujący materiał socjologiczny dla badaczy zainteresowanych zamachem z 2001 roku. Podobnym — jeśli chodzi o aspekt społecznościowego wkładu w treści publikowane przez NYT — przedsięwzięciem jest coroczny cykl „The Lives They Loved”²⁶, w którym czytelnicy mogą nadsyłać zdjęcia i opowieści o ważnych dla nich osobach, które zmarły w poprzedzającym publikację roku. Redaktorzy wybierają i redagują najciekawsze historie.

Menu postaci: użytkownika, porównaj bohaterów

NYT, będąc gazetą o międzynarodowej reputacji i sławie, mimo wszystko pozostaje nowojorski. Nie dziwi więc fakt, że kolejny z innowacyjnych projektów multimedialnych powstał w czasie kampanii wyborczej kandydatów na burmistrza Nowego Jorku. *A Viewer's Guide to the Mayoral Candidates*²⁷ pod względem grafiki i interfejsu jest przeciwieństwem konwencjonalnego artykułu porównującego kandydatów, zachowuje jednak wszystkie jego zalety, jak choćby przejrzystość. Jedenastu kandydatów pokazanych jest na swoistej sfabrykowanej wspólnej fotografii (podzieleni są dodatkowo na trzy grupy: republikanów, demokratów i kandydatów niezależnych), w każdą sylwetkę możemy kliknąć (przejsć do profilu danego polityka) i zagłębić się w bardziej szczegółowe informacje albo pozostać na poziomie menu ogólnego

²⁶ T. Evans, S. Henig, *The Lives They Loved*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/projects/2013/lives-they-loved/> [dostęp: 2 października 2014].

²⁷ T. Giratikanon et al., *A Viewer's Guide to the Mayoral Candidates*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/interactive/2013/04/14/nyregion/mayoral-candidates.html> [dostęp: 2 października 2014].

i wybrać z niego kategorie. Jest ich sporo, a po wybraniu konkretnej przy każdym kandydacie pojawia się jednozdaniowa notka podsumowująca informacje o polityku na dany temat. Mimo że porównanie kandydatów stworzone zostało w duchu zestawień ekonomicznych, nie brakuje humorystycznych wtrętów. Możemy więc dowiedzieć się nie tylko, w jakich domach mieszkają politycy, ale jakie mają stosunki z ekonomiczną agencją prasową Bloomberg²⁸, jakie „największe wpadki”²⁹ zaliczyli czy jaki byłby „czarny scenariusz” wyników wyborów dla danego kandydata. Jeśli klikniemy w profil kandydata lub przewiniemy stronę w dół, zobaczymy konkretny profil podzielony na: krótką notkę biograficzną; jednozdaniowe notatki m.in. na wyżej wymienione tematy; mapę ukazującą źródła finansowania i miejsca wydatków danego kandydata oraz ostatnie trzy artykuły opublikowane na NYT, w których pada jego nazwisko. Ta ostatnia opcja wydaje się najciekawsza w kontekście hipertekstu, ponieważ zachęca czytelnika (który już poświęcił swój czas na przyjrzenie się notce o danym polityku) do dalszej eksploracji serwisu i jego archiwów. Projekt miał swoją kontynuację, *Five Questions for the Mayoral Candidates*³⁰, w której każdy z pozostałych w wyborczej rywalizacji siódemki kandydatów miał odpowiedzieć na pięć dodatkowych pytań. W tym wypadku znów mamy do czynienia z menu, z którego wybieramy interesującego nas polityka, jednakże odpowiedzi ukazane są w formie krótkich filmików wideo.

Mapa postaci: fotografia i nagrania audio na temat jednej sekundy

Boston Moment to dźwiękowo-tekstowo-fotograficzny feature dotyczący wspomnianego już zamachu bombowego podczas maratonu w Bostonie³¹. Feature ten jest osadzony narracyjnie wokół jednej sekundy (43. sekundy, dziesiątej minuty, piątej godziny — stąd wyeksponowany podtytuł, a wręcz drugi równorzędny tytuł materiału „4:09:43”) bostońskiego maratonu z 15 kwietnia 2013. Sekundy, w której wybuchła bomba. Tekst rozpoczyna się od określenia czasu, miejsca i okoliczności zawodów oraz zaprezentowania swoistej mapy postaci występujących w materiale — stopklatki z relacji na żywo z maratonu przeprowadzanej przez telewizję NBC, pokazującej

²⁸ Przykładowo, status Christine C. Quinn z Bloombergiem wyrażony został jako „To skomplikowane”, co jest ironicznym nawiązaniem do opisu związku między dwiema osobami na portalu Facebook, gdy nie jest jasne, czy są parą, czy nie.

²⁹ Przykładowo, przy Anthonym D. Weinerze autorzy w kategorii „największa wpadka” piszą „Od czego by tu zacząć...”

³⁰ S. Roberts, D. Frank, *Five Questions for the Mayoral Candidates*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/interactive/2013/08/21/nyregion/mayoral-videos.html?hp> [dostęp: 2 października 2014].

³¹ A. Cox *et al.*, *Boston Moment*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/interactive/2013/04/22/sports/boston-moment.html> [dostęp: 2 października 2014].

moment, w którym pojawia się pierwszy blask bomby. Na fotografii widać uczestników biegu, osoby przebywające na widowni, ochronę i organizatorów. Formułę mapy udaje się uzyskać podpisaniem większości postaci na tej fotografii imieniem i nazwiskiem. Widzimy więc fotograficzny zapis momentu wybuchu bomby oraz oznaczonych z imienia i nazwiska ludzi, którzy w tej konkretnej sekundzie byli najbliższym wybuchu. Dziennikarze NYT w ciągu tygodnia po zajściu dotarli do jego uczestników i przeprowadzili z nimi wywiady w formie nagrań dźwiękowych porównywalnych z wywiadami radiowymi. Opublikowali je właśnie w formie mapy postaci — przesuwając ekran w dół, użytkownik widzi w prawym górnym rogu miniaturkę stopklatki z uczestnikami. W głównym, środkowym polu widzi przepytowaną osobę: fotografię z profilu, kilkuzdaniowe streszczenie wypowiedzi oraz klikalny plik z zapisem wywiadu dźwiękowego, który może w każdej chwili uruchomić. Podczas przewijania ekranu i przechodzenia do kolejnego bohatera zmienia się również miniaturka mapy — osoba, o której w danym momencie czyta (lub której wypowiedzi w danej chwili słucha) użytkownik, jest zakreślona białym kółkiem i podpisana. Ciekawa technicznie koncepcja bardzo dobrze spełnia swoje zadanie: składa swoisty hołd jednej sekundzie bostońskiego biegu. Przybliżyła ona czytelnikowi (użytkownikowi) jej historię, pokazując, jak zupełnym przypadkiem, różnorodne (pod względem wieku, płci, kondycji, motywacji do biegu *etc.*) osoby znalazły się w tym samym czasie i w tym samym miejscu.

Trójwymiarowa mapa porównawcza

Wizualizacje lepiej niż diagramy czy tekst pokazują przemiany zachodzące w czasie w jakimś miejscu. Wiedzieli o tym autorzy projektu *The Bloomberg Years: Reshaping New York*³², którzy za zadanie obrali sobie pokazać, jakie główne zmiany w urbanistyce i planowaniu przestrzennym Nowego Jorku wprowadził burmistrz Michael Bloomberg. Multimedialny projekt rozpoczyna się zestawieniem grafik i zdjęć budynków w konkretnych częściach miasta przed i po kadencji Bloomburga, co jakiś czas pojawia się fragment tekstu podsumowujący decyzję burmistrza dotyczącą konkretnego rejonu. Nawigacja w ramach strony jest prosta i linearna — czytelnik przewija ekran w dół, a obrazki i fotografie przechodzą jedna w drugą. Mapa porównawcza Nowego Jorku w tym projekcie to połączenie tekstu, grafiki, animacji, zdjęć i filmu. Jest to nieco uproszczona wersja najważniejszego z gatunkowych wynalazków NYT w ostatnich latach, czyli reportażu multimedialnego. To, co różni ją od gatunku, który omówię jako ostatni, to brak znanej z reportażu czy dokumentu fabuły i narra-

³² F. Fessenden *et al.*, *The Bloomberg Years: Reshaping New York*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/08/18/reshaping-new-york/> [dostęp: 2 października 2014].

cji. Jeśli je dodamy, efektem końcowym będzie jeden z bardziej frapujących eksperymentów gatunkowych w dziennikarstwie internetowym ostatnich lat.

Webdoc, czyli reportaż multimedialny

Choć terminy *webdoc* (za K. Nash³³), *i-doc*, czyli dokument interaktywny (za S. Gaudenzi³⁴), lub polskojęzyczna propozycja — reportaż multimedialny różnią się nieco w swoich definicjach, w uproszczeniu można stwierdzić, że są to nazwy grup projektów, które pojawiły się w ostatnich kilku latach na świecie. Łączy je, oprócz wymienionych już: konwergencji mediów, multimedialności i interaktywności, również ich narracyjność. Reportaże multimedialne są oparte na faktach, ale ich artystyczne walory odróżniają je od innych projektów dziennikarstwa internetowego, zupełnie tak samo, jak reportaż w porównaniu z newsem kieruje się bardziej w stronę literatury niż dziennikarstwa.

Jednym z najgłośniejszych przykładów reportażu multimedialnego jest *Snow Fall*³⁵, który otrzymał Nagrodę Pulitzera. Jest to opowieść o przebiegu i konsekwencjach lawiny w Stanach Zjednoczonych. Publikacja ma formę multimedialnego projektu, podzielonego na krótkie rozdziały, a każdy z nich zawiera elementy klasycznego reportażu, czyli tekstową narrację podzieloną na akapity. Dodatkowo są zdjęcia, filmy i nagrania dźwiękowe. Zamiast klasycznego przekładania stron do kolejnych części reportażu przechodzimy, przewijając stronę myszką lub klawiszami komputera. Slajdy współgrają z tłem, którym w tym wypadku nie jest nieruchoma fotografia, lecz są to filmiki wideo (np. przedstawiające lawinę) lub interaktywna mapa wydarzeń. Podobnych projektów znajdziemy na stronach NYT już kilkadziesiąt, jego redakcja zdecydowała się m.in. na przedstawienie w takiej formie wielu materiałów na temat tego, jakimi trikami i technikami olimpijczycy w Soczi w różnych konkurencjach zdobywają złote medale³⁶. W tym projekcie klasycznej narracji fabularnej ustępuje informacja, jest ona jednak podana w formie historyjki, dając przy okazji reporterskie świadectwo o danej dyscyplinie.

Reportaż multimedialny wydaje się najbardziej wyrazistym spośród przytoczonych w niniejszym tekście projektów kandydatem na nowy gatunek dziennikarstwa internetowego. Nie należy zapominać, że już definicja gatunku podstawowego, czyli

³³ K. Nash, *Modes of interactivity: Analysing the webdoc*, „Media Culture Society” 2012, <http://mcs.sagepub.com/content/34/2/195.abstract> [dostęp: 2 października 2014].

³⁴ S. Gaudenzi, *The Living Documentary: From representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*, <http://research.gold.ac.uk/7997/> [dostęp: 2 października 2014].

³⁵ J. Branch, *Snow Fall*, „The New York Times Online”, http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/?_r=0#/?part=to-the-peak [dostęp: 2 października 2014].

³⁶ *Sochi 2014 Interactive Stories*, „The New York Times Online”, <http://www.nytimes.com/interactive/2014/02/11/sports/sochi-2014-interactive-stories.html> [dostęp: 2 października 2014].

reportażu, jest i była niejednoznaczna³⁷. Jako gatunek ma on zupełnie inne cechy i inaczej jest opisywany w różnych krajach — Rosji, Stanach Zjednoczonych, Holandii czy w Polsce³⁸. Jeśli jednak teoretycy i praktycy reportażu³⁹ zwracają uwagę na nieostrość jego granic, hybrydyczność, kolażowość czy synkretyzm oraz nieustanne balansowanie pomiędzy literaturą i dziennikarstwem, można zapewne uznać, że niefikcyjne gatunki internetowe i multimedialne (jak *webdoc*), operujące słowem, ale będące hybrydą obrazów, dźwięków, wideo *etc.* wywodzą się gatunkowo z reportażu. Rosnąca popularność tej formy internetowego dziennikarstwa i internetowej narracji każe sądzić, że w ciągu najbliższych lat może dokonać się dzięki webdokowi przełom w reportażu.

Konkluzje

Interaktywność, czyli, jak się wydaje, dla dziennikarstwa internetowego przyszłości warunek *sine qua non*, już w tym momencie wkrada się do niego na wiele sposobów. Powyższe przykłady dobitnie pokazują, że możliwości technologiczne współczesnych mediów w internecie wykraczają daleko poza samo kopiowanie tekstu już dostępne w gazecie czy dodawanie do niego filmików z YouTube i sekcji komentarzy. Warto zauważyć w wypadku przytaczanych projektów NYT wydają się takie tendencje, jak: otwarcie się na współtworzenie zawartości przez użytkowników, multimedialność i konwergencja, duży nacisk na hipertekst i atrakcyjne umieszczenie w danym miejscu odnośników do innych materiałów. Multimedialność i interaktywność pozwalają użytkownikom obcować z treścią materiału dziennikarskiego w sposób bardziej atrakcyjny niż w wypadku czytania litego tekstu, niemalże przekopiowanego z gazety.

W Polsce nie ma w tym momencie znaczących przykładów omawianych w niniejszym artykule realizacji. Jest to związane z widocznym spadkiem sprzedaży klasycznych gazet i czasopism oraz poszukiwaniem nowego modelu ekonomicznego — w trudnych czasach media nie są skore do eksperymentów. Przykład NYT, który to tytuł obronił się przed spadkiem czytelnictwa i już połowę swoich zysków czerpie z opłat za treści internetowe⁴⁰, pokazuje jednak, że jedyną drogą do utrzymania się na rynku, a także do przekonania czytelników (czy użytkowników) do płacenia za media w internecie są poszukiwania nowych wariantów klasycznych gatunków dziennikarskich. Omawiane w tym artykule projekty z pewnością mogą posłużyć za inspiracje.

³⁷ K. Wolny-Zmorzyński, *Reportaż — jak go napisać*, Warszawa 2004, s. 10.

³⁸ *Ibidem*.

³⁹ *Ibidem*, s. 11–12.

⁴⁰ E. Goetze, *Subscriptions more than half of NYT revenues*, <http://www.thenewspaperworks.com.au/subscriptions-more-than-half-of-nyt-revenues/> [dostęp: 2 października 2014].

New forms of journalistic genres on the web. *The New York Times* example

Summary

The author of the article examines new forms of journalistic genres that have recently appeared on the Internet, using *The New York Times* website as an example. The medium in question is well-known all over the world owing to the number of its journalistic experiments when it comes to both genology and technology. Taking as his starting point the reasons behind such experiments — e.g. crisis of the printed press, falling circulation and development of the new media and their convergence — the author introduces a typology of new genre variations and subgenres, including hypertext-enhanced article, multimedia archive, interactive visuals as part of articles, interactive infographics as separate articles, collective memory map, character menu, character map, three-dimensional comparative map, webdoc, the so-called “Olympic symphony” or transformation of a journalistic piece into poetry. The analysis is based on the material published on *The New York Times* website in 2012–2014.