

ГЛАВА 3

ЖУРНАЛІСТИКА ДОВГОЇ ФОРМИ У СИСТЕМІ ДИДЖИТАЛЬНОЇ МЕДІАПРАКТИКИ

Оксана Кирилова

XXI століття ознаменувало собою новий крок у розвитку журналістики — перехід у цифрове середовище. Початок цього етапу викликав безліч очікувань, які своєю чергою спричинили появу великої кількості прогнозів та пророцтв: від краху журналістики та смерті традиційних медіа (Newman, 2014; Hayes, 2018; richmeyer, 2019; Desjardins, 2019; Mir, 2020) до розвитку середовища безмежних можливостей, яке спонукатиме до «аналітичної та контекстно-залежної діяльності, з виходом за межі географії, зі світлим майбутнім для журналістів і більш інформованою громадськістю» (Barnhurst, 2012). Однак у тому, що відбуваються кардинальні зміни у новинному виробництві, більшість не сумнівається. У царині «довгої», ґрунтовної журналістики відправною точкою цих змін заведено вважати публікацію у 2012 р. на сайті *The New York Times* історії Джона Бранча під назвою «Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek» («Снігопад: лавина в проході Крик»). Мультимедійний матеріал із шести глав, присвячений потужній лавині, що зійшла у лютому 2012 р. на гірському хребті Каскад у штаті Вашингтон, розширив традиційний журналістський наратив до формату, який дозволив користувачу самостійно досліджувати тему у нелінійний спосіб. Убудовування у структуру оповіді відео та аудіоелементів, інтерактивної графіки, інтерв'ю, зациклювання відео та інші диджитальні інструменти створили повноцінну картину авторського бачення події та пов'язаний з нею комплекс емоцій. У 2017 р. Т. Хіппала назвав «Snow Fall» публікацією, що «наочно зображує, як разом із текстом для продовження оповіді можна задіяти інші семіотичні режими» (Hippala, 2016, р. 430). Популярність цієї лонгформи, що в українській комунікативістиці отримала назву «лонгрід» (від *англ.* longread — довге читання), вплинуло на усю онлайнову журналістку від впровадження формату та комплексу його виробництва до способів сприйняття тексту та подальшої взаємодії з аудиторією, а заголовок публікації Бранча перетворився на загальну назву: у комунікативістиці 2020-х рр. *snow fall* і лонгрід/лонгформа є синонімами.

Що приваблює читачів, і у чому секрет успіху «Snow Fall»?

Передували лонгрідам так звані онлайнві літературні репортажі, які Н. Бернінг називає «імперативною протипогою звичайній журналістиці, яка є важливою для нашого емоційного та інтелектуального виживання» (Berning, 2014, р. 12), а Р. Бойнтон взагалі вважає «найвищою публіцистикою» (Boynton, 2013). Однак, не зважаючи на значні переваги формату (просту та інтуїтивно зрозумілу навігацію, можливості мультимедійної гіперактивної оповіді тощо), одразу після публікації «Snow Fall» сформувався потужний критичний потік, що вбачав у лонгформі лише формат, завдяки якому медіа здатні довго втримувати увагу користувачів через технологічні гачки, а не ретельно досліджену проблематику та якісний текст (Dowling & Vogan, 2014). Перший рік після публікації лонгрід *The New York Times* звинувачували у тому, що розважальні елементи домінують

О. Кирилова
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,
Дніпро, Україна
oksanyakiryllova@aol.com



Рисунок 1. Текстова складова «Snow Fall» домінує над іншими мультимедійними елементами

над змістовими, й саме тут криється небезпека лонгформи. Буцімто такі історії відволікають читачів від актуальних важливих серйозних новин. Безпосередньо у *The New York Times* 13 квітня 2014 р. опубліковано критичний матеріал Д. Малера (2014), в якому автор заявив, що, піддаючись модним тенденціям, журналісти ігнорують професійну ретельність, вдаючись до використання методів сумнівного модного жанру. Разом з тим, десять років успішного функціонування у світовому онлайновому просторі довели ефективність лонгформи.

Девід Дуолінг (2014) називає формат «Snow Fall» «когнітивним контейнером». У якості аргументів на користь цього твердження вчений наводить свідчення дизайнерів *The New York Times*, які через лонгрід прагнули створити імерсивне середовище для читання, вільне від факторів, що заважають сприйняттю більшості вебпублікацій. Така форма нарративу пропонувала аудиторії читати текст, одночасно сприймаючи інформацію через мультимедіа і навіть за межами медіа. Мультимедійні засоби не відривають від тексту. Вони, навпаки, затягують у текст, бо є віддільною частиною нарративу. У 2012 р. це був новий крок уперед не лише у візуальному дизайні, а й у структурі послідовного сторітелінгу.

Розглянемо, що собою являє шаблон «Snow Fall». По-перше, це мультимедійний комплекс, у якому на першому плані об'ємний текст, який завжди перед очима у користувача, навіть тоді, коли той звертається до позатекстових елементів. Лише у деяких випадках текст змінюється на відео, але коли сюжет закінчується, екран автоматично повертається до тексту (див. рис. 1). У такий спосіб, мультимедійні елементи історії, які теоретично могли б розпорошувати увагу користувача, навпаки, створюють унікальне середовище для імерсивного споживання контенту.

Авторство цього унікального проєкту належить спортивному оглядачу *The New York Times* Джону Бранчу, який працює у виданні з 2005 р. Редакція так презентує автора («John Branch,» 2021):

Джон Бранч приєднався до *The New York Times* у 2005 році як спортивний репортер. У 2013 р. він отримав Пулітцерівську премію за створення спеціального проєкту *Snow Fall*, розповіді про смертельну лавину у штаті Вашингтон, і став фіналістом призу у 2012 р. за серію публікацій про Дерекка Бугарда, професійного хокеїста, який помер через передозування знеболювального. Бранч є автором трьох книжок, у тому числі збірки публікацій у *The New York Times* «Сайдкантрі», виданої у 2021 р. Виріс у Колорадо, мешкає зі своєю родиною неподалік від Сан-Франциско.

Не зважаючи на те, що і газета, і світова медіаспільнота вважає автором Бранча, сам він сприймає проєкт як командну роботу, що тривала пів року. Вказання на безпосередніх учасників лонгріду, серед яких графічні дизайнери, фотографи, творці відео та консультанти, наведені наприкінці тексту. Окрім групи безпосередніх реалізаторів задуму Бранча, на «Snow Fall» також працювали дослідники з:

- Швейцарського федерального інституту дослідження снігу та лавин, які забезпечили комп'ютерне моделювання лавини на основі даних, зібраних у звіті про аварію на перевалі Стівенса, та свідченнях очевидців;

- Геоцентру округу Кінг, що опрацьовували Lidar-дані;
- мезомаштабної екологічної мережі Айови;
- Університету штату Айова;
- Лісової служби США;
- Національного центру лавин (США).

Текст створювався на основі інтерв'ю з усіма учасниками події, які вижили, родинами загиблих, співробітниками служби екстреного реагування у проході Крик, офіційними особами Стівенс Пасс, експертами по лавинах. Також підготовка лонгріду передбачала вивчення звітів поліції, судмедексперта та лижного патруля Стівенс Пасс, 40 телефонних дзвінків до служби 911, зроблених після сходу лавини (Branch, 2012).



Carlson clicked out of his snowboard bindings and climbed onto the pile. Pankey turned his beacon to search mode. It beeped immediately.

His skis off, Pankey climbed onto the debris pile, too.

He saw the ski pole and two gloves. He was sucker-punched by dread.

"You figure someone who is fighting is going to have his gloves on," Pankey said. "If they're limp, yeah, their gloves are going to come off."

Then he noticed the brand.

"That was my thought — Oh, God, those are Scott gloves. Jim Jack was wearing Scott gloves," Pankey said.

Their beacons shrieked.

"I probably searched for maybe a minute before I was on top of a signal," Carlson said. "Your signal goes



Just after the avalanche, Ron Pankey and Tim Carlson discover the debris pile.

Рисунок 2. Зверху: анімація Каскадних гір Джеремі Уайта; знизу: прив'язане до тексту нередаговане відео, зняте лижниками на камеру GoPro. Джерело: <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/>

Які ж саме елементи «Snow Fall» до сьогодні спонукають до читання? Спочатку користувач бачить заголовковий комплекс (заголовок, підзаголовок, автор) на фоновому відео. Ця майже кінематографічна сцена, що навіює атмосферу хуртовини, із самого початку затягує читача в історію. Кожен наступний мультимедійний елемент (анімації, відео, аудіо, інтерактивні карти) виконує цілий ряд функцій — від презентації наукових фактів, які розширюють знання про лавину, до відеоінтерв'ю та біографічних галерей учасників подій. Такі вбудовані за допомогою гіперактивних елементів мультимедійні блоки Д. Чигаєв називає прикладом структурної зв'язності креолізованого тексту (Chigaev, 2017). Ці елементи самі по собі настільки професійно виготовлені, що можуть, на думку Д. Дуолінга, «самостійно створювати власну документальну оповідь про подію. Але у поєднанні з прозою Джона Бранча вони мають взаємопосилувальний ефект, завдяки якому медіа та текст виконують одночасно і головні, і другорядні ролі» (Dowling & Vogan, 2014, p. 213). У якості прикладу можна навести анімацію Джеремі Уайта у першій частині лонгріду, що переносить читача до Каскадних гір. Віртуальна модель, яка лежить в основі анімації, створено на базі лазерного фільмування та супутникових знімків місцевості (див. рис. 2). Іншим цікавим прикладом зазначеного ефекту може стати необроблений відеозапис на камеру GoPro, що підвищує ступінь довіри до публікації, посилює ефект слів, до яких запис прив'язаний в основному тексті: «Знявши лижі, Панкі теж забрався на купу сміття. Він побачив лижну палицю і дві рукавички. Його охопив жаж» (Branch, 2012) (див. рис. 2).

З огляду на аналіз структури «Snow Fall» цікавим є дослідження вчених Каліфорнійського університету в Берклі 2013 р., де пропонується виокремлювати три основні компоненти технічного дизайну, кожен з яких використано вибірково для максимізації драматичного ефекту: відео, скролінг та ефект завіси. Що саме мається на увазі?

Перше — це відтворення відео без звуку, яке реалізується або через графічний фон, або через інфографіку. Такий варіант використання динамічних зображень замість звичних статичних став дуже ефективним способом передавання відчуття оточення. Анімоване відео на заставках створює настрій. Джеремі Рю, співзасновник сайту multimedias Shooter.com, порівнює таке відео з фоновою музикою, що задає тональність кінофільму. «У випадку “Snow Fall”, — каже Рю, — атмосфера починає створюватися з моменту заходу на сторінку проєкту. Важливо, що ці відео є беззвучними та повторювальними. Це не оповідь, вони призначені для перегляду або програвання у той же спосіб, що й окреме відео. Крім того, автоматичне програвання звуку на вебсайтах належить до огріхів дизайну і дратує користувачів» (Rue, 2013).

Друге — скролінг. На момент 2012 р., коли на сайтах активно використовувалися кнопки та стрілки для навігації, цей функціонал вражав своїм гармонійним упровадженням у структуру оповіді. Його сприймали як пролонгацію нарративу, що створювало напругу під час просування сюжетом від фрагмента до фрагмента, одночасно і розгортаючи велику оповідь, і спрощуючи її сприйняття (користувач може продивлятися або усю історію повністю, або сприймаючи її великими розділами, як це реалізовано у «Snow Fall»). Сканування всього тексту перед тим, як почати його вивчати детально, вже тоді ставало домінантним принципом споживання великих масивів онлайнових публікацій. Скролінг дозволив це робити легко, без необхідності переходити на різні сторінки, а потім повертатися на початок.

І останнє — завіса, ефект, що відкриває чи закриває зображення та відео залежно від прокрутки. Сила цього ефекту, на думку Рю, полягає в емоційній реакції, яку ефект викликає, коли користувач «ризикає пройти сюжетною лінією». Дослідник використовує термін «ризик», тому що «це саме те почуття, яке виникає» (Rue, 2013). Спочатку прийом називали насолодою для очей, дизайнерською прикрасою, що здатна залучати користувача в оповідь. Часте подальше використання перетворило дизайнерський хід на інструмент формування комплексу емоцій, роблячи процес скролінгу захопливішим, ефективнішим для створення відчуття розгадування таємниці у міру того, як підіймається завіса (див. рис. 3).

Хоча ситуація, що описується у «Snow Fall», найперше стосується лижників, інтерес до зимових видів спорту не є обов'язковою умовою для розуміння публікації. Усі елементи лонгріду (текст, зображення, відео, аудіо, симуляції) розроблено так, щоб допомогти читачу орієнтуватися як у структурі оповіді, так і в її змісті. Моделювання, які відтворюють маршрути, розкриваються анатомію лавини, дозволяють читачам, не знайомим з тонкощами зимових лиж, усвідомити серйозність ситуації, описану автором.

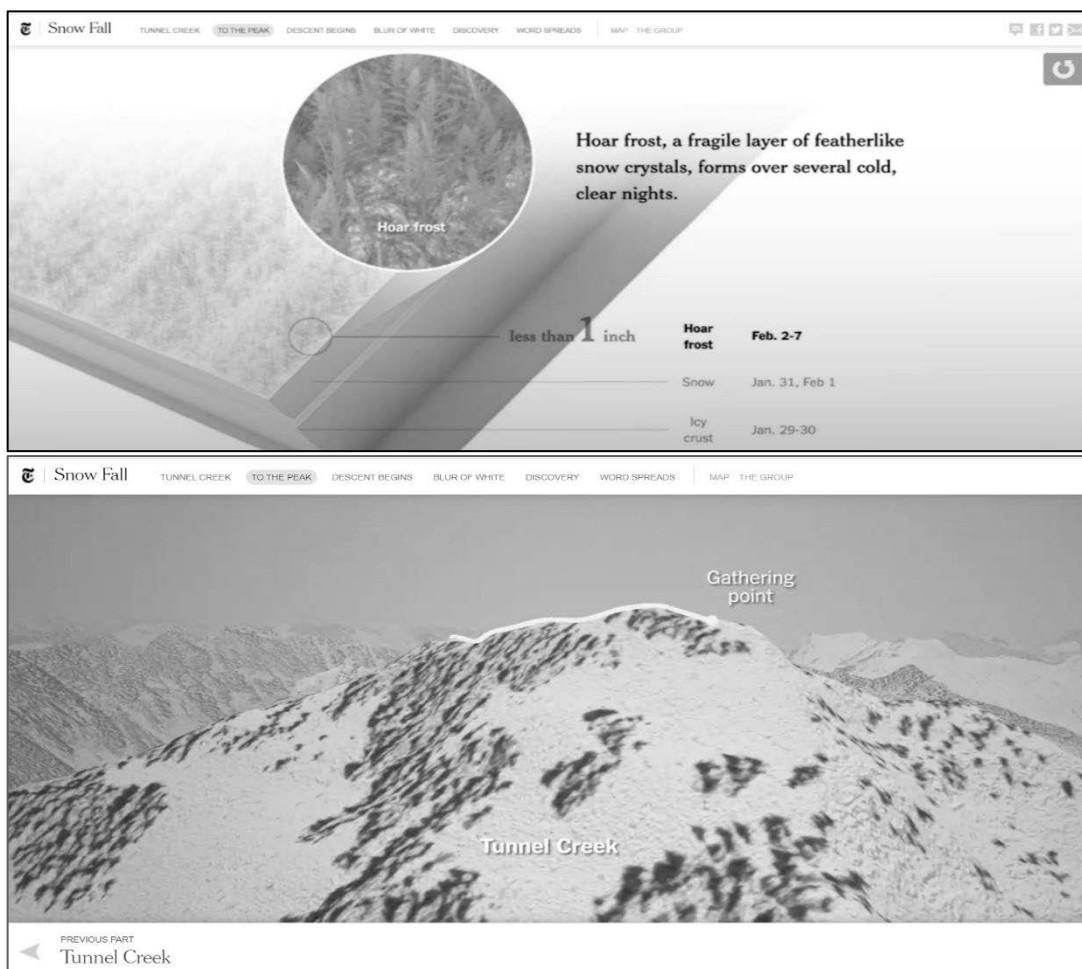


Рисунок 3. Зверху: кадр анімованого відео без звуку з можливістю окремого потворного програвання. Знизу: приклад створення ефекту «завіси», коли при перегляді на анімованому відео виникає гірська тропи

Жанр оповіді, який обрав Бранч, Д. Хартсок назвав наративною літературною журналістикою (Hartsock, 2000), своєрідним перетином журналістики та літератури, О. Хан та Ф. Стальф віднесли до «журналістики довгої форми, поєднаної з інструментарієм мультимедійної журналістики» (Hahn & Stalph, 2018, p. 120), українські дослідники маркують як «лонгрід» (від *англ.* — «long» довге, «read» читання; як вже згадувалося, цей термін, хоч і вважається англіцизмом, активно використовується в юа- та рунеті, тоді як англomовний дискурс охоче користується поняттям «лонгформа»), а колишній виконавчий редактор *The New York Times* Д. Абрамсон взагалі запропонувала використати як основу формату, перетворивши «Snow Fall» на власну назву «сноуфол», яку сьогодні застосовують учені в якості комунікативістського терміну.

Проаналізувавши головні дизайнерські прийоми історії про лавину, Б. Кемпбелл виокремив 5 основних елементів: акцент, контраст, організація, вирівнювання та близькість (Campbell, 2014). Досліджуючи четверту частину тексту «Blur of White» («Розмиття білого»), в якій наявні всі мультимедійні складові (текст, зображення, відео, відео без звуку, моделювання та аудіо), Кемпбелл зосереджує увагу на складних зв'язках, які характеризують перелічені елементи (Campbell, 2014):

Акцент надає певним елементам більшого значення та підкреслює інші текстові фрагменти, аби задати напрям сприйняття тексту цілком <...> Контраст, як різниця між елементами, що вирізняє один з-поміж інших, допомагає визначати, порівнювати текстові фрагменти. Колір, розмір, розташування, форма та зміст можуть використовуватися для створення контрасту в тексті <...> Часто у «Snow Fall» візуальні елементи підкреслюються, а текст не виділяється. Наприклад, імітація лавини, створена Швейцарським федеральним інститутом дослідження снігу та лавин, охоплює усю довжину і ширину вебсторінки, даючи зрозуміти, що читачеві слід звернути увагу саме на це (див. рис. 4 — О.К.). В інших випадках звукові / візуальні елементи не виділяються, на відміну від тексту, наприклад, аудіозапис дзвінка Роба Кастільо диспетчеру шерифа округу Кінг з повідомленням про сходження лавини. Беззвучне зациклене відео створює чіткий контраст між чорним рухливим зображенням та білим фоном тексту (див. рис. 4 — О.К.). Крім того, особлива увага приділяється ефекту завіси і скролінгу — відеороліки і симуляції визначають, які елементи і в якому порядку читач буде сприймати.

Елементи «організація», «вирівнювання» та «близькість» також визначають розташування текстових блоків. «Організація» розглядається як спосіб розміщення фрагментів, «вирівнювання» — елемент, що визначає напрямок читання, а «близькість» — розташування блоків по відношенню один до одного. Структурно це виглядає наступним чином. Три колонки різної ширини, які організують текст. Кожний розділ починається з рухомого вигулькнутого заголовка, який супроводжується тим чи іншим зображенням (відео без звуку, анімованим беззвучним відео, фото або фотогалереєю). Далі текст приблизно на 2 тис. знаків і інфографічна комп'ютерна лавина зі звуком. Потім по мірі занурення в оповідь — у лівій колонці основний текст історії та аудіофайли. Праворуч — зображення, відео та підписи до зображень. Як вже йшлося, основа історії — текст. Мультимедійні елементи розташовані в оптимальних місцях, аби розширювати знання користувача про ситуацію, втримувати його увагу та спонукати занурюватися в оповідь. Так, модель лавини з'являється одразу після слів Бранча що «відносно невелика лавина, розпочалася з близько 6 тис. кубометрів снігу і зібрала на своєму шляху ще 7 тис. кубометрів. Вірогідно, вона важила близько 11 мільйонів фунтів» (Branch, 2012). Часто структурно текст та звук розташовуються ліворуч, а зображення та відео — праворуч. Подібна структура допомагає підтримувати узгодженість споживання текстового масиву, спрямовуючи увагу користувача зліва направо, зверху вниз і не порушуючи звичного алгоритму читання.

Після публікації «Snow Fall» сформував два табори: тих, хто вважав, що за довгими мультимедійними формами — майбутнє й вони навіть здатні докорінно змінити розуміння онлайнової журналістики, і тих, хто, звісно, визнаючи масштаби виконаної праці, скептично ставився до перспектив таких форм через їх громіздкість як з боку виробництва, так і з боку споживання, складність та дорогу реалізацію. Однак до сьогодні даний формат активно застосовується у диджитальному середовищі й навіть спонукав до появи окремих форм та напрямів

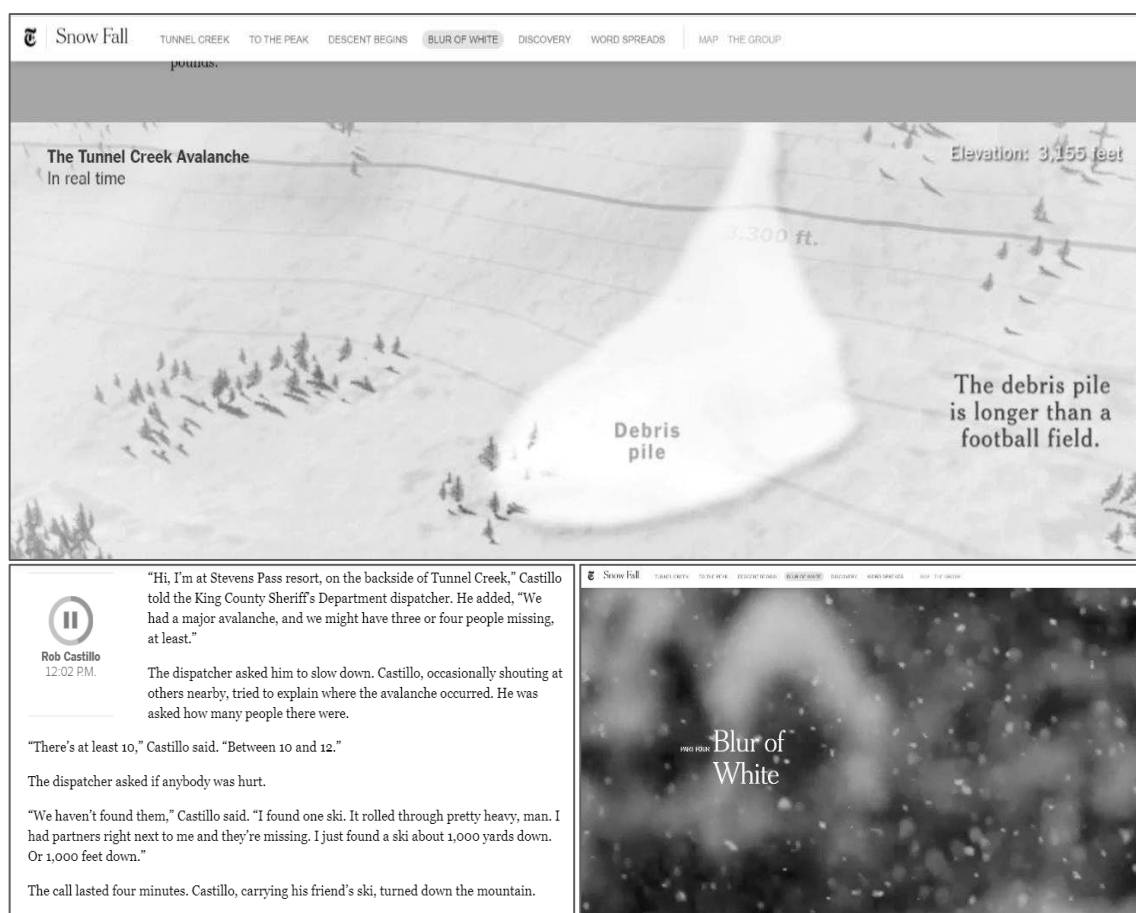


Рисунок 4. Зверху: комп'ютерна модель лавини, створена Швейцарським федеральним інститутом дослідження снігу та лавин.

Знизу: аудіозапис дзвінка Роба Кастильо диспетчеру шерифа округу Кінг з повідомленням про сходження лавини та кадр беззвучного зацикленого відео хуртовини

журналістської діяльності таких, як «повільна журналістика», «імерсивна оповідь», «журналістка довгих форм» та «наративна журналістика».

Чи є «Snow Fall» першою мультимедійною довгою формою?

Насправді перші спроби створити мультимедійну історію робилися ще наприкінці 1990-х рр. У 1997 р. журналіст Марк Боуден опублікував на сайті *Philadelphia Inquirer* серію матеріалів (28 частин) під назвою «Black Hawk Down» («Падіння чорного яструба»). У той час онлайн не лише не сприймався як простір для сильної публіцистичної оповіді. Веб взагалі не визнавався як серйозний канал комунікації. Однак автор «Black Hawk Down» зміг залучити обмежений функціонал, щоб створити захопливу історію про один з епізодів військової операції США в Сомалі у жовтні 1993 р. очима молодих солдат, які брали в ньому участь. Щоденне розгортання історії у кіберпросторі протягом 28 днів залучило сотні тисяч читачів по усьому світу. На піку популярності електронна версія збирала по 46 тис. переглядів щодня. Після виходу матеріали були перепаковані на компакт-диск та продавалися разом із друкованою версією газети. Боуден переписав історію для книжкового формату, а на початку 2002 р. вийшов кінофільм, заснований на сюжеті публікацій в *Philadelphia Inquirer*.

Інтернет кінця XX ст. і в аспекті публікації, і в плані споживання інформації був не найзручнішим каналом. Швидкість обміну даними, якість моніторів, орієнтація в онлайнному середовищі — ці та інші технічні моменти не сприяли максимальному залученню користувачів та не спонукали тих, хто все ж таки звернувся до кіберсередовища, до тривалого вдумливого читання. Отже, Боудену необхідно було проявити неабиякі таланти, щоб досягти резонансу. І ось тут на долю публікації вплинули не лише звернення до вразливої емоційно-болючої теми, драматургія тексту та авторські прийоми спонукування до читання, а й ті нові технологічні можливості, які пропонував інтернет. Щодо традиційних журналістських методів, то автор скористався комплексом літературної журналістики, який реалізувався у напруженій драматургії, вбудованих у структуру оповіді історій від третіх осіб (тут були представлені як думки американців, так і точка зору сомалійця), повноцінні діалоги, кліфхенгери наприкінці епізодів (так, наприклад, шоста частина закінчувалася сценою: «Чоловік вистрелив. Граната вцілила у задній ротор “Чорного яструба”. Його великі уламки відлетіли під час вибуху. А потім протягом декількох дивних моментів нічого не відбувалося»), символічні елементи (вертоліт «Чорний яструб» розпочинає історію як символ американської величі, але після того, як дві машини були



Рисунок 5. 29 частин «Black Hawk Down» (1997 р.) на сайті проекту

збиті, образ гелікоптера набуває іншого значення і перетворюється на символ вразливості). Для нашої теми особливо цікавим є досвід використання Боуденом мультимедійних елементів. Автор згадує, що коли планувалася публікація серії в *Inquirer* влітку 1997 р., він навіть не замислювався про те, як історія буде представлена в інтернеті (Bowden, 2000):

Я старомодний газетний репортер, який зблід 25 років тому, коли редактори вперше оприлюднили плани замінити наші любі друкарські машинки, ножиці, наліпки та коректори комп'ютерами. П'ять років тому (у 1995 р. — О.К.), коли я розпочав роботу над «Black Hawk Down», то майже не знав, що таке інтернет. Це було щось незрозуміле, що, як нам казали, колись посуне практику друку слів на папері. Так коли це станеться, я або буду давно на пенсії, або взагалі помру. Єдине, що мене турбувало у «Падінні чорного яструба», — написати захопливу історію, яка б сприймалася як вигадка, але була б цілком правдивою. Я замислив оповідь як серію газетних публікацій для читачів Філадельфії, а потім, можливо, книжку задля ширшого аудиторного охоплення. Ніхто в *Inquirer* і не думав, наскільки сильно ця історія розгорнеться.

У результаті проєкт Боудена використав цілий комплекс мультимедійних засобів. Аудіо- та відеофрагменти розташовувалися наприкінці розділів, а також на них можна було перейти через ліву бічну навігаційну панель. Деякі аудіо являли собою інтерв'ю із солдатами й дозволяли зі слів очевидців дізнатися про те, що відбувалося. Такий підхід суттєво підвищив довіру до тексту й зробив його цікавішим та яскравішим. Також були опубліковані відеоінтерв'ю та відеозаписи Пентагона. Публікація документальних підтверджень у вигляді відео із зовнішніх джерел тоді майже не використовувалася, а отже сприймалася користувачами як революційний крок. Чати та дошки оголошень надавали можливість звернутися до автора та дозволяли користувачам обмінюватися думками один з одним. Довідкова інформація, наприклад відомості про військові звання у розділі «Who's Who», надавала додаткові відомості і дозволяла отримати максимальну кількість інформації на одному ресурсі (див. рис. 5). Аналізуючи у 2002 р. «Падінні чорного яструба», С. Роял та Д. Танкард навіть вдаються до терміну «імерсивний репортаж», звертаючи увагу на те, що «вебсайт дозволяє та заохочує використання багатьох видів тексту, включно із відео, аудіо, фотографіями, картами та графіками. Можливість залучення цих матеріалів дозволяє створювати занурювальні (імерсивні) історії, що поглинають читачів» (Royal & Tankard, 2002).

У 2001 р. *Durham Herald Sun* публікує добірку Джо Вайсома «Touching Hearts» («Торкаючись сердець»). Проєкт розповідав про бригаду медиків з Університету Дьюка, які прибули до Нікарагуа, аби прооперувати хворих дітей. Текст складався з трьох блоків: місія (передісторія місії хірургів, що розповідалася у вигляді тексту та графіки), історії (слайд-шоу зі звуком з емоційними історіями про зусилля лікарів, які рятують дітей) та люди (профілі медичної бригади та дітей у вигляді текстів та маленьких фото) (див. рис. 6). Історія Вайсома стала першою нелінійною мультимедійною оповіддю.

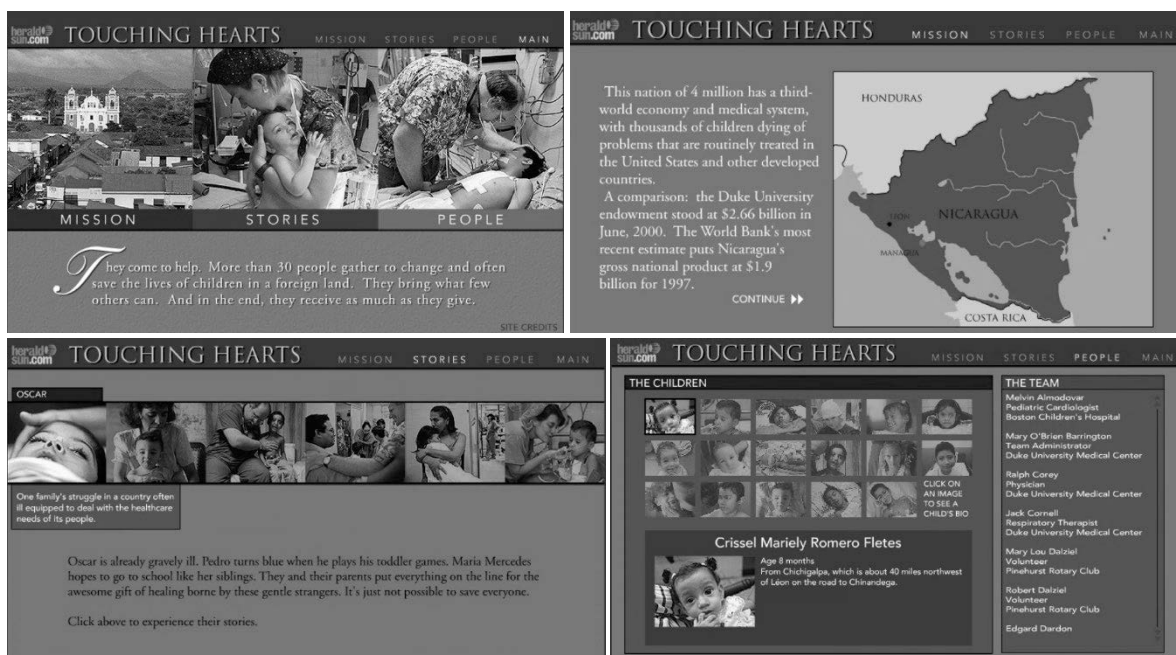


Рисунок 6. Проєкт «Touching Hearts» від *Durham Herald Sun* (2001 р.). Зверху: Головна сторінка та розділ «Місія». Знизу: розділи «Історії» та «Люди» відповідно

Лінійні та нелінійні лонгріди

Протягом 2000–2021 рр. вебресурси активно експериментували з композицією онлайнових наративів та мультимедіа, які пропонувало диджитальне середовище, спонукаючи до появи лінійної та нелінійної структур оповіді.

Сьогодні за умови лінійної будови автор вебтексту пропонує чіткий шлях, яким користувач має пройти, аби вивчити історію. Лінійність у даному аспекті передбачає, що кожна «частина контенту» призначена для перегляду чи прослуховування в одному й тому самому порядку, визначеному автором. Єдиний варіант взаємодії з боку реципієнта — зупинити або продовжити сюжетну оповідь без можливості вплинути на наративний шлях чи сюжет. Наявний інтерактив дозволяє «стрибати» назад чи вперед по навігації» (Spaniol et al., 2006, p. 252).

Серед лінійних історій на початку 2000-х рр. популярною стала форма мультимедійної оповіді під поетичною назвою «різдвяна ялинка». В основі такої історії поставав текст, представлений у вигляді лінійного сюжету, а посилання на мультимедійні елементи (відео, фото, слайд-шоу, інфографіку, карти тощо) являли собою надбудови та розмішувалися з обох боків основного тексту. Вперше термін «різдвяна ялинка» стосовно такої історії використала Реджина МакКімбс, колишній мультимедійний продюсер *Minneapolis Star Tribune*. Реджині здалося, що текст схожий на дерево, на яке навішали прикраси у вигляді мультимедійних елементів. Оскільки мультимедіа знаходяться по боках, вони не призначені для споживання на одному рівні з текстом (якщо, звичайно, посилання не вбудовано у текстовий масив). Отже, користувачі переглядають ці матеріали після того, як основний текст вже прочитаний. Тому відео, фото, аудіо та інші блоки виконують другорядну, «прикрашальну» функцію. Проєкт «Падіння чорного яструба» Боудена став одним з перших прикладів «різдвяної ялинки».

Варіант з вбудованими мультимедіа також відносять до лінійної оповіді. Однак у такому разі мультимедійні елементи інтегровані в основний текст і переглядаються у відповідних вузлових точках історії. Перегляд цих елементів відбувається по мірі заглиблення в оповідь, а не після читання. Результатом є природніший перехід між текстом і відео чи графікою та назад до тексту. Прикладом такої історії є «Climbing Kilimanjaro» («Сходження на Кіліманджаро») — інтерактивна графіка від

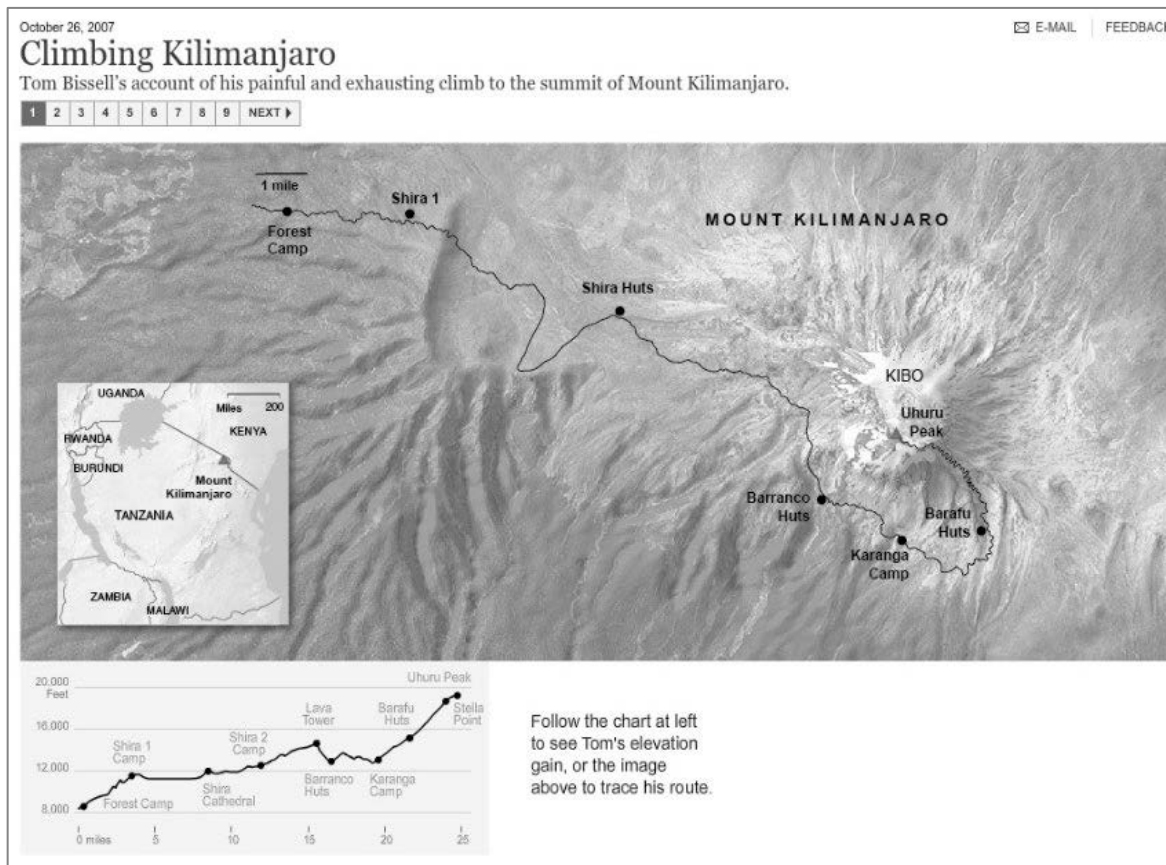


Рисунок 7. Стартова сторінка інтерактивної графіки «Climbing Kilimanjaro» від *The New York Times* (2007 р.)

The New York Times (2007 р.). У 2012 р. американська дослідниця С. Якобсон із захопленням описує цей проєкт (Jacobson, 2012, р. 875):

Інтерактивна функція «Climbing Kilimanjaro» дає декілька ігрових можливостей. Інтерфейс історії складається з інтерактивної карти, в яку вбудовані відео, аудіо і текстова інформація. Анімована карта маршруту до вершини нагадує тривимірні віртуальні світи, які можна віднайти у багатьох відеоіграх, а аудіо- та відеопрезентація, які з'являються наприкінці анімаційних послідовностей, нагадують кат-сцени або внутрішньоігрове відео, де оповідь доповнюється лінійною відеопрезентацією, що розкриває важливу інформацію про історію. Анімація, що імітує шлях, яким репортер піднявся на Кіліманджаро, є трансформованою реальністю, можливо, віддаленою від фактичної події <...> оскільки дані, що використані для відтворення шляху, не є прозорими для аудиторії (див. рис. 7 — О.К.).

Для довгих вебпроєктів акцент на текстовому складнику не є догмою. Базисом історії може слугувати будь-який формат. Так історія «Riding the New Silk Road» («Поїздка Новим Шовковим шляхом») від *The New York Times* (2013 р.) вибудована на інтерактивній карті та візуальних елементах. Тему та ідею публікації автор визначає у ліді-анонсі, який трьома реченнями вводить користувачів у суть оповіді:

Мережа маршрутів, відома як Шовковий шлях, перш ніж втратила своє значення в 1400-х роках, з'єднувала Азію та Європу протягом століть. Тепер Hewlett-Packard відновила цей маршрут як швидшу сухопутну альтернативу перевезення електроніки з Китаю на європейські ринки морем. Подивіться на один відрізок сучасного маршруту, який зараз частіше долають потягами, а не верблюдами (Hill, 2013).

Далі сюжетна лінія реалізується через серію фото та відео, що розкривають суть історії, які своєю чергою прив'язані до карти (див. рис. 8).



Рисунок 8. Структура лінійної мультимедійної історії «Riding the New Silk Road» від *The New York Times* (2013 р.)

Повністю візуально орієнтованою є лінійна історія «Clear takeover. How Scientology doubled its downtown Clearwater footprint in 3 years» («Чисте захоплення. Як саєнтологія за три роки вдвічі збільшила свою присутність у центрі Клірвотера») від *The Tampa Bay Times* (2019 р.). Автори від самого початку в експозиції задають алгоритм прочитання тексту, пропонуючи користувачам «скролити, щоб прочитати історію». Оповідь розгортається на фоні затемненої фотоілюстрації, яка демонструє центр Клірвотера з висоти пташиного польоту від *GoogleEarth*. Під час скролінгу праворуч ілюстрації проявляється *progressive bar* (англ. — індикатор прокрутки) задля кращої орієнтації у тексті, а на фото підсвічуються певні локації разом із текстовими фрагментами, де розкриваються ті чи інші факти (див. рис. 9). Усього пропонується 9 таких фрагментів, які складаються з одного речення. На останньому фрагменті фото переводиться у динамічний режим та

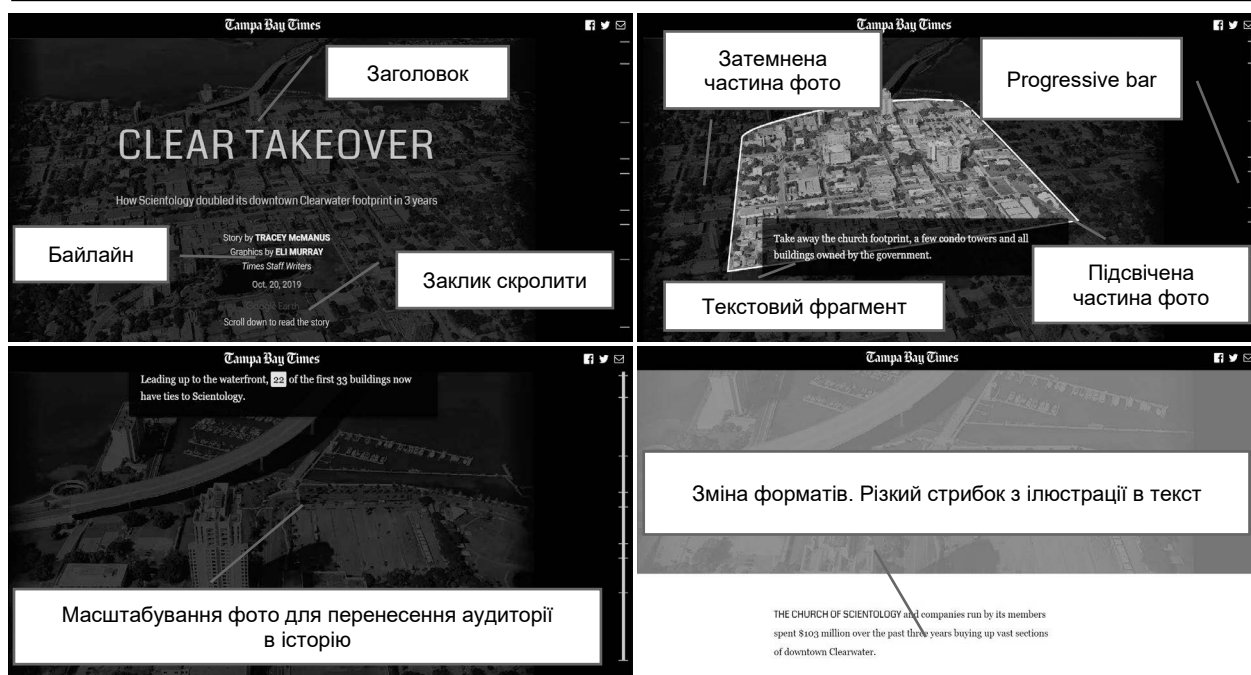


Рисунок 9. Алгоритм розгортання візуальної оповіді у проєкті «Clear takeover. How Scientology doubled its downtown Clearwater footprint in 3 years» від *The Tampa Bay Times* (2019 р.).

наближує об'єкти до користувача. Так створюється відчуття занурення в історію, і аудиторія нібито опиняється у тексті, який проявляється одразу після зупинки масштабування фотографії. Цей текст реалізований у звичайному варіанті лінійного лонгріду з вбудованими мультимедіа, але загальна тональність його сприйняття задається саме візуальною експозицією.

Нелінійні мультимедійні історії являють собою вебпроекти, що надають аудиторії свободу вибору під час взаємодії з елементами оповіді. Користувач, орієнтуючись на запропоновану структуру, самостійно вирішує, що й у якій послідовності вивчати, отримуючи не лише знання про тему та проблему, а й досвід занурення в історію. При цьому деякі дослідники пропонують відрізняти нелінійну історію від багатолінійної. Нелінійна оповідь нехтує класичними принципами викладу сюжету та може мати різні фінали, які залежать від користувацької взаємодії під час споживання контенту. Відповідно, «у процесі створення історії існує не лише один шлях сюжетом, а численність альтернативних шляхів. Автор поєднує елементи оповіді й пов'язує їх з одним з багатьох наступних елементів. У результаті це може привести до різних історій у залежності від вибору реципієнтом у відповідних вузлах взаємодії» (Spaniol et al., 2006, p. 252). При цьому нелінійна структура має не одну, а декілька точок входу в історію. Простіше кажучи, споживати оповідь можна не лише спочатку, а і з середини, і навіть з кінцівки. Внутрішня композиція здебільшого має модульний характер за умови рівнозначності модулів. Взаємодія з історією можлива на декількох рівнях: від найпростішого — сканування, до найглибшого — детального дослідження. Багатолінійна оповідь, як і нелінійна, пропонує варіативні шляхи розвитку сюжету, які можна обрати у вузлах взаємодії, але, на відміну від нелінійної історії, багатолінійна має лише одну точку входу й один оптимальний рівень взаємодії.

У якості прикладу нелінійної мультимедійної історії можна навести вже згадуваний проєкт Джо Вайсома «Touching Hearts», реалізований у 2001 р. в *Durham Herald Sun* (див. рис. 6) або «Шахту» від *Радіо Свобода* (2019 р.), в якій через навігаційну карту (див. рис. 10) користувач отримує можливість перенестися у різні локації об'єкта оповіді на поверхні («Ремонтний завод», «Лісопилку», «Скіпову вежу», «Збагачувальну фабрику», «Диспетчерську», «Лампову», «Відвантаження вугілля») та під землею, «сівши в ліфт» («Ремонтна зміна», «Карета», «Лава. Видобуток», «Комбайн. Проходка»). Як варіант можна «поговорити з шахтарем» без ознайомлення з попередніми локаціями.

Майкл Хаузенблас пропонує виділяти три варіанти нелінійної структури мультимедійної історії:

- структура посилань — структура з вузлами взаємодії, що визначають певний шлях, за яким оповідь може пройти від джерела до цільового вузла. Кожен вузол має логічну умову, що пов'язана з метаданими наративних об'єктів та вхідними даними від користувачів та контекстної інформації;

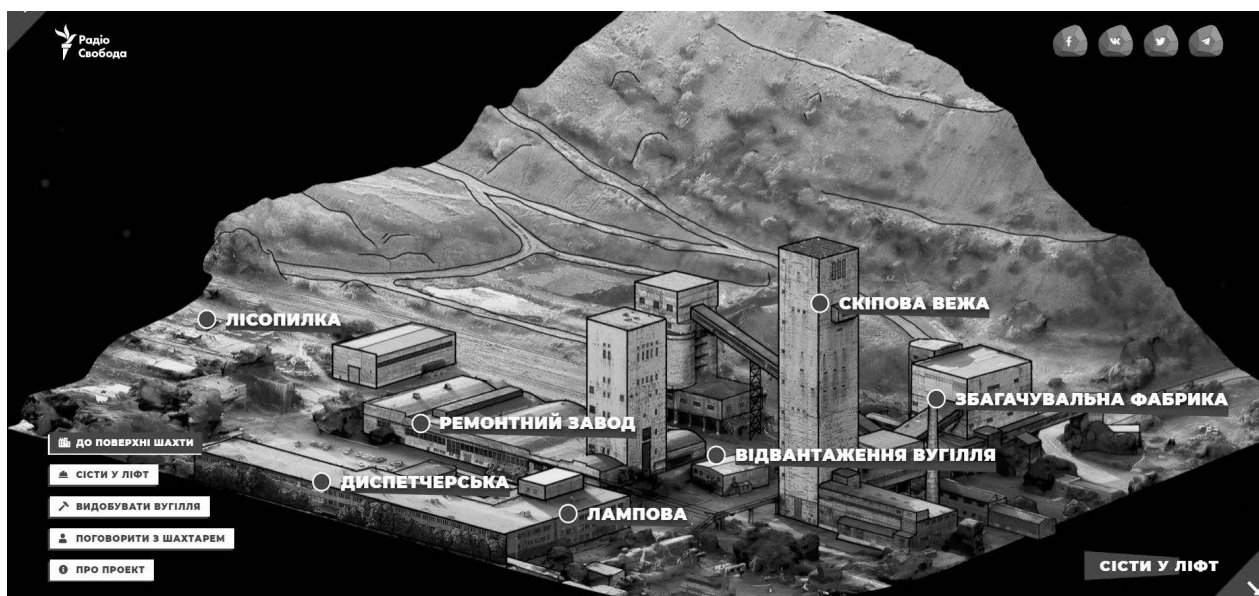


Рисунок 10. Навігаційна карта проекту «Шахта» від Радіо Свобода (2019 р.)

- шарувата структура має декілька шарів, кожен з яких складається з об'єктів оповіді. Структура організується завдяки тому, що актуалізується той чи інший шар, а його розвиток розгортається паралельно списку відтворення дії. Дві оповіді транслюються одночасно (наприклад, аудіо+відео; аудіо+текст);

- вибіркова структура організовує контент у вигляді набору наративних об'єктів. Контент актуалізується через пряме посилання на об'єкт. Кожна лінія оповіді має необов'язкову умову завершення, що можна використовувати для циклічної інтерпретації (Hausenblas, 2008).

Слід сказати, що деякі дослідники проти того, щоб відносити нелінійні лонгформи до лонггрідів, називаючи їх мультимедійними історіями. Лонггрід же є варіантом лінійної мультимедійної історії, базисом якої виступає текст (Galustyan & Kulchitskaya, 2016).

Отже, ми можемо говорити про журналістику довгої форми як про своєрідний медійний наратив, що відповідає запитам сучасного цифрового медійного середовища і є актуальним варіантом презентації диджитального контенту та привабливим для аудиторії форматом.

Література

- Barnhurst, K. G. (2012). Newspapers experiment online: Story content after a decade on the web. *Journalism*, 14(1), 3-21. <https://doi.org/10.1177/1464884912448898>
- Berning, N. (2014). Narrative journalism from a Transdisciplinary perspective: A Narratological analysis of award-winning literary reportages. *Beyond Classical Narration*, 117-136. <https://doi.org/10.1515/9783110353242.117>
- Bowden, M. (2000, September 15). *Narrative journalism goes multimedia*. Nieman Reports. <https://niemanreports.org/articles/narrative-journalism-goes-multimedia/>
- Boynton, R. S. (2013). Notes toward a Supreme Nonfiction: Teaching Literary Reportage in the Twenty-first Century. *Literary Journalism Studies*, 5(2), 125-131. https://www.ialjs.org/wp-content/uploads/2014/01/125-131_Supreme-Nonfiction.pdf
- Branch, J. (2012, December 26). *Snow fall: The avalanche at tunnel Creek*. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos. <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html/?part=discovery>
- Campbell, B. (2014, August 15). *Multimodal analysis: "Snow fall: The avalanche at tunnel Creek"*. Multimodal Studies: The Remediated Annotation. <https://theremediatedannotation.wordpress.com/multimodal-analysis-snow-fall-the-avalanche-at-tunnel-creek/>
- Chigaev, D. P. (2017). Longread as a Type of a Creolized Text. *Mediascope*, (1). <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/736>
- Desjardins, J. (2019, March 11). *Chart: The slow death of traditional media*. Visual Capitalist. <https://www.visualcapitalist.com/chart-slow-death-traditional-media/>
- Dowling, D., & Vogan, T. (2014). Can we "Snowfall" this? *Digital Journalism*, 3(2), 209-224. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.930250>

- Galustyan, A., & Kulchitskaya, D. (2016). Multimedia longreads as a new format of online journalism. In *How new media have changed journalism. 2012—2016* (pp. 179-205). Humanitarian University.
- Hahn, O., & Stalph, F. (2018). *Digital investigative journalism: Data, visual analytics and innovative methodologies in international reporting*. Springer.
- Hartsock, J. C. (2000). *A history of American literary journalism: The emergence of a modern narrative form*. University of Massachusetts Press.
- Hausenblas, M. (2008). Non-linear interactive media productions. *Multimedia Systems*, 14(6), 405-413. <https://doi.org/10.1007/s00530-008-0131-3>
- Hayes, J. W. (2018, June 25). *The death of the newspaper industry*. Medium. <https://john-w-hayes.medium.com/the-death-of-the-newspaper-industry-4fa89c593861>
- Hiippala, T. (2016). The Multimodality of digital Longform journalism. *Digital Journalism*, 5(4), 420-442. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1169197>
- Hill, J. (2013, July 21). *Riding the new Silk Road*. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos. <https://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/07/21/silk-road/index.html>
- Jacobson, S. (2012). Transcoding the news: An investigation into multimedia journalism published on nytimes.com 2000–2008. *New Media & Society*, 14(5), 867-885. <https://doi.org/10.1177/1461444811431864>
- John Branch. (2021, May 10). The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos. <https://www.nytimes.com/by/john-branch>
- Mahler, J. (2014, April 30). *When 'long-form' is bad form*. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos. https://www.nytimes.com/2014/01/25/opinion/when-long-form-is-bad-form.html?_r=0
- Mir, A. (2020). *Postjournalism and the death of newspapers. The media after Trump: Manufacturing anger and polarization*. Independently Published.
- Newman, D. (2014, May 13). *Why brand media may be the death of traditional media*. Future Of Work. <https://fowmedia.com/brand-media-death-traditional-media/>
- richmeyer. (2019, April 7). *The death of traditional media*. New Media and Marketing. <https://www.newmediaandmarketing.com/the-death-of-traditional-media/>
- Royal, C., & Tankard, J. (2002). The Convergence of Literary Journalism and the World Wide Web: The Case of Blackhawk Down. In *Presentado en Dynamics of Convergent Media Conference*, Columbia, SC.
- Rue, J. (2013, December 9). *Dissecting snow fall: New effects in multimedia storytelling*. PDN Online. <https://pdnonline.com/gear/techniques/video-filmmaking/dissecting-snow-fall-new-effects-in-multimedia-storytelling/>
- Spaniol, M., Klamma, R., Sharda, N., & Jarke, M. (2006). Web-based learning with non-linear multimedia stories. *Advances in Web Based Learning — ICWL 2006*, 249-263.