Бирюкова Татьяна Алексеевна, редактор и автор отдела спецпроектов телеканала «РЖД ТВ», Москва, Россия; e-mail: dominicata@gmail.com

ВОЗМОЖНОСТИ ГИПЕРТЕКСТА ДЛЯ ЖАНРА ЖУРНАЛИСТСКОГО РАССЛЕДОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЭЛЕКТРОННОГО ИЗДАНИЯ *PROPUBLICA*)

В данной статье отражены результаты исследования, посвящённого использованию гипертекста в жанре журналистского расследования. В качестве эмпирических объектов использованы статьи американского издания Propublica, которое является сегодня одним из самых ярких образцов качественной онлайн-журналистики США. Опираясь на выборку из 30 статей, автор проанализировал основные черты гипертекста, которые используют журналисты Propublica. Исследование показывает, что журналисты издания используют так называемый осевой тип гипертекста: статья представляет собой стержневой линейный текст. Гипертекстовость же создаётся за счёт включения в этот текст дополнительных ссылок, которые можно разделить на три типа: внешние, внутритекстовые и межтекстовые. Гиперссылки, как показано в исследовании, предоставляют журналистам ряд возможностей, которые отсутствуют в традиционных печатных СМИ. Они позволяют включить в рамки статьи большое количество дополнительной информации, не перегружая основной текст. Кроме того, гиперссылки делают журналистские расследования более прозрачными и увеличивают активность читателя, превращая его из пассивного потребителя информации в соавтора журналиста.

Ключевые слова: *гипертекст, онлайн-журналистика, новые медиа, Propublica, гиперссылки.*

Tatiana A. Biryukova, Editor of the Special Projects Department of the RZD TV channel, Moscow, Russia; e-mail: dominicata@gmail.com

OPPORTUNITIES OF A HYPERTEXT FOR THE GENRE OF INVESTIGATIVE REPORTING (A CASE STUDY OF THE PROPUBLICA ONLINE PUBLICATION)

This paper presents the result of a study into the use of hypertexts in the genre of investigative reporting. As empirical objects, the author resorted to articles from Propublica, an American publication which is a vivid example of quality online journalism in the USA. Based on a sample of 30 articles, the author identified and analyzed the main hypertext features employed by Propublica journalists. The study shows that they use the so-called axial type of hypertext: the structure of the article has nothing in common with the labyrinth principle but involves a core linear text. What contributes to hypertextuality is additional links, which can be divided into three groups: external, intratextual and intertextual ones. Hyperlinks provide journalists with

some opportunities that are missing in traditional print media. They make it possible to supply an article with a lot of additional information without overloading the main text. In addition, hyperlinks make investigative reporting more transparent and turn the reader from a passive information consumer into the journalist's co-author.

Key words: *hypertext, online journalism, new media, Propublica, hyperlinks.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2020.7999

Введение

В 1996 г. американский электронный журнал *FEED* (1996–2001) одним из первых показал огромный потенциал новой текстовой формы для онлайн-изданий. В то время как подавляющее большинство онлайн-СМИ представляло собой точную копию печатных газет, журналисты *FEED* активно экспериментировали с гиперссылками, возможностями нелинейного повествования, пространственной формой подачи материала и т. д. Уже с 2000-х гг. гипертекст стали осваивать многие американские электронные издания. После так называемой эпохи «упадка *dot.com*» (этот термин отсылает к 2001 г., когда в США за несколько месяцев закрылась большая часть онлайн-проектов) вновь начинается возрождение электронной журналистики, а вместе с ней и гипертекста как новой формы статей.

Цель данного исследования – анализ возможностей гипертекста для жанра журналистского расследования. В качестве примера для изучения мы выбрали электронное издание *Propublica*.

Независимое некоммерческое интернет-издание *Propublica* было основано по инициативе (и при финансовой поддержке) бизнесменов Герберта и Марион Сэндлер в Нью-Йорке в 2008 г. С самого начала оно выделялось на фоне других онлайн-СМИ. Вместо новостей или развлекательного контента *Propublica* сделало ставку на нетипичный для онлайн-изданий жанр журналистского расследования. Кредо издания гласит: «Используя силу журналистского расследования, мы хотим вывести на чистую воду все злоупотребления властью и общественным доверием, допускаемые правительством, бизнесом и другими институтами».

Под руководством бывшего шеф-редактора *The Wall Street Journal* Пола Штайгера журналисты издания (первоначально их штат насчитывал всего 28 человек) публиковали материалы, посвященные наиболее острым вопросам американской жизни: полити-

ке, бизнесу, уголовной юстиции, экологии, образованию, здравоохранению и т. д. Спустя два года после запуска, в 2010 г., *Propublica* стала первым в истории онлайн-СМИ, получившим Пулитцеровскую премию (за написанную Шери Финк статью *The deadly choices at Memorial*[1], рассказывающую о действиях докторов одной из больниц Нового Орлеана во время урагана Катрина).

Сегодня штат редакции вырос до 120 человек. *Propublica* попрежнему позиционирует себя как некоммерческое издание и существует на деньги, получаемые от добровольных пожертвований. По информации, опубликованной в ежегодном отчете *Propublica,* тысячи людей ежемесячно жертвуют изданию деньги. В 2018 г. сумма только от небольших пожертвований превысила 4 млн долларов.

С момента открытия в 2008 г. *Propublica* опубликовала больше 80 громких, резонансных расследований. Так, к примеру, в 2010 г. на сайте издания появилась статья *Dollars for Docs*[2], в которой раскрывается, как фармацевтические компании финансово поощряют докторов к выписыванию «нужных» лекарств. Страница материала набрала более 4 млн просмотров, 125 местных новостных редакций США впоследствии опубликовали собственные расследования о врачебных злоупотреблениях такого рода в своих городах. В результате правительство США обратило внимание на проблему и ужесточило контроль в этой сфере. Также в 2017 г., после серии статей о том, как американские военные базы избавляются от отходов (в том числе старых взрывчатых веществ) путем их сжигания, что катастрофически влияет на загрязнение воздуха и почвы в десятках городов, в США вышел законопроект, запрещающий Пентагону использовать подобный вид утилизации.

Журналисты издания пять раз удостаивались Пулитцеровской премии. Последняя из них была присуждена в 2019 г. автору издания Ханне Драйер за серию статей о *MS*-13[3]. Также отметим, что нередко расследования журналистов *Propublica* появляются одновременно на сайте издания и на страницах ведущих американских газет и журналов, среди которых *The New York Times, Chicago Tribune, The Washington post, The Atlantic, Vanity Fair* и т. д. *Propublica* ежемесячно имеет 4, 4 млн просмотров страниц на самом сайте, а также 4,5 млн просмотров на сайтах партнеров издания, дублирующих ее статьи: *Apple News*, *Microsoft News*, *Google News* and *SmartNews*.

Таким образом, *Propublica* сегодня – один из самых ярких образцов качественной онлайн-журналистики США. И в отличие от большинства онлайн-СМИ, *Propublica* не публикует короткие

новостные заметки или небольшие репортажи. Именно эта особенность представляется нам наиболее интересной, поскольку форма гипертекста может быть использована в полной мере только в материалах, содержащих объемный текст. Каждая новая публикация в *Propublica* – это лонгрид (Кульчицкая, Галустян, 2016), объем которого может превышать 70 тысяч знаков, и, если принять во внимание все ссылки на дополнительные материалы, ее вдумчивое чтение может занять несколько часов.

Методология

В рамках настоящей статьи мы исходим из того, что использование возможностей гипертекста не усложняет статью, а, напротив, помогает авторам сделать объемные, сложные тексты (в том числе журналистские расследования) более удобными для чтения онлайн. Подтверждение этой гипотезы позволит нам утверждать, что, несмотря на то что сегодня большая часть онлайн-изданий использует гипертекстовые черты весьма скудно (что будет показано ниже), можно с оптимизмом говорить о перспективах развития гипертекста в онлайн-журналистике.

В ходе исследования перед автором стояла задача выявить черты гипертекста в материалах издания *Propublica* и определить их функции. В выборку было включено 30 статей, опубликованных изданием *Propublica* за трехлетний временной интервал (11.2015–11.2018), среди них:

— 6 расследований о злоупотреблениях врачей (цикл статей объединен общим названием *The Prescribers*);

— 10 расследований на политические темы;

— 6 материалов, разоблачающих катастрофическое влияние на экологию Пентагона (*Bombs in our Backyard*);

— 4 расследования о дискриминации разного рода (*Machine Bias, Temp Land*);

— 4 расследования в области криминального права (*Documenting hate, The Etan Patz Case, Nuisance Abatement*).

Таким образом, подборка статей оказалась максимально разнообразной и позволила не только судить об использовании гипертекста конкретными авторами применительно к конкретной тематике, но и выявить общие тенденции, в целом характерные для данного издания.

Анализ каждой из отобранных статей включал в себя два этапа. Сначала мы анализировали сам текст статьи, а после проводили

анализ каждого текстового фрагмента, скрываемого за ссылками. Таким образом, были проанализированы более 250 текстовых фрагментов. Чтобы выявить общие для всех статей черты, нами были сконструированы таблицы, которые позволили подсчитать и классифицировать гиперссылки.

История развития гипертекста в журналистике

В 1960-х гг. американский первооткрыватель в области электронных технологий Теодор Нельсон употребил термин «гипертекст», описав его следующим образом: «Гипертекст – это комбинация естественного языка с компьютерными возможностями <...> Или, более широко, гипертекст – это общее обозначение для любого текста, который не может быть напечатан <...> на обычной бумажной странице или использован в полной мере будучи заключенным в переплет. Близкое ему понятие – "нелинейный текст"» (Nelson, 1967: 195). На конец 1980 – начало 1990-х гг. приходится немало попыток реализовать идеи гипертекста на практике. Среди них так и не законченный проект «Ксанаду» (*Xanadu*) самого Т. Нельсона, разработанная компанией *Apple* программа *HyperCard* и, наконец, представленная в 1991 г. Тимом Бернерсом-Ли Всемирная паутина (*World Wide Web*).

Отметим, что в начале своего существования термин *гипертекст* воспринимался большинством исследователей исключительно в рамках компьютерных технологий, как новый способ организации информации. Так он понимается, к примеру, в известной работе Дж. Конклина (Conklin, 1987). Но с появлением Всемирной паутины, гипертекст все чаще рассматривается как отдельный текст, который, в отличие от печатного, имеет ряд уникальных черт, среди которых особое место занимает возможность создания читателем разных вариантов текста. Так, Лев Манович в своей книге «Язык новых медиа» (2000) отмечает: «Каждый читатель гипертекста создает собственную версию текста, выбирая определенный маршрут чтения» (Manovich, 2001: 42).

Таким образом, кроме широкого понимания гипертекста как системы организации электронной информации, есть и другое – более узкое. Один из исследователей электронной литературы Дж. П. Лэндоу определяет гипертекст следующим образом: «Гипертекст – это текст, состоящий из словесных блоков (или образов), которые соединены электронными ссылками и создают мно-

гочисленные маршруты, сети или тропы в открытом, принципиально не завершенном тексте» (Landow, 1991:147).

Согласно этому узкому (назовем его художественным) определению, гипертекст – это не просто любой текст, опубликованный в Интернете, а текст, отвечающий ряду критериев, главным из которых является нелинейность. Именно поэтому многие литературоведы называют роман М. Павича «Хазарский словарь» (1984), опубликованный в виде обычной книги, гипертекстом. По аналогии некоторые сугубо электронные художественные тексты исследователи относят не к гипертексту, а к другим формам, к примеру к кибертексту (Aarseth, 1997).

Основными чертами гипертекста как художественной формы являются следующие черты:

– разветвленная, нелинейная структура текста;

– возможность выбора маршрута чтения;

– возможность варьирования глубины чтения (несколько уровней текста);

– пространственная, а не временная форма повествования;

– наличие ссылок (впрочем, есть гипертексты и без них).

Отметим, что именно это узкое понятие использовали исследователи гипертекста в журналистике начиная с 1990-х гг. Первым из них был профессор университета Огайо Эрик Фредин. В 1997 г. он публикует первую в мире статью о гипертексте в журналистике *Rethinking the News Story for the Internet: Hyperstory Prototypes and a Model of the User* (Fredin, 1997), в которой описывает, как гипертекст может изменить новостную журналистику. Фредин дает подробное описание того, как должен выглядеть гипертекстовый материал. Статья журналиста разворачивается по принципу *a little, then a lot*. Она разделена на многочисленные текстовые блоки, соединенные системой ссылок. Основной текст представляет собой заголовок и выдержку самых важных фактов – все остальное автор оставляет за ссылками.

Вслед за статьей Фредина появляется целый ряд научных работ, посвященных развитию идей гипертекста в журналистике (Deuze, 1999; McAdams, Berger, 2001; Engebretsen, 2000; Pavlik, 2001 и т. д.), основополагающий тезис которых в том, что гипертекст должен открыть для журналистики принципиально новые возможности, отсутствующие в традиционных печатных СМИ. Среди них можно отметить:

— *интерактивность* (выбирая, какие ссылки открывать, читатель создает свой собственный маршрут чтения);

— *объективность* (благодаря ссылкам журналист может представить читателю полную картину. Например, к опубликованному интервью может быть приложена ссылка с полной его расшифровкой или даже аудиозапись этого интервью. Возможность скрывать документы за ссылками позволяет журналистам «рассказывать кратко и емко даже сложные истории»[4]);

— *открытость* (исследуя ссылки, читатель может понять, как журналист собирал информацию для материала, на какие источники и документы опирался);

— *разнообразие* (даже небольшая заметка может включать в себя неограниченный объем совершенно разных текстов – от документов до аудио- и видеофайлов).

Однако исследования вышеназванных авторов основывались на изучении потенциала гипертекстовой журналистики, а не на анализе конкретных примеров электронных изданий. Авторы, изучавшие развитие онлайн-СМИ, отмечают, что, несмотря на все преимущества гипертекста, линейный текст является превалирующей формой в онлайн-изданиях, а гиперссылки – мало развитая черта (Deuze, 2001; Oblak, 2005; van der Wurff van der and Lauf, 2005; Dimitrova and Neznanski, 2006; Steensen, 2011). Исследование, проведенное в 1998 г., показало, что из 296 новостных статей, взятых со 100 разных новостных сайтов, 94% вообще не содержат ссылки (Tankard, Ban, 1998). Со временем количество ссылок, естественно, увеличивается, однако они так и не становятся обязательной чертой онлайн-СМИ. Так, в 2000 г. группа исследователей проанализировала 100 онлайн-газет: ссылки использовали только 32% из них (Kenney, Gorelik, Mwangi, 2000).

Развитие онлайн-журналистики не приводит к резкому росту ссылок, и большинство изданий так и не начинает пользоваться всеми возможностями гипертекста[5] (Doherty, 2013). Подобные тенденции наблюдаются и в российской онлайн-журналистике: «В большинстве случаев основной контент интернет-версий – это практически не измененные или слабо измененные (сокращенные) статьи печатной версии <...> Преимущественно главным инструментом визуализации на сайтах является привычная для печати форма – фотография. Появляются также и видеоматериалы, а иногда и аудио (плейлисты), но это скорее исключение, чем правило» (Круглова, 2016).

Отметим, что, несмотря на то что сегодня гипертекстуальные черты не используются в полной мере, исследование возможностей гипертекста продолжается. В последнее десятилетие вышел ряд работ, посвященных роли гиперссылок в современных онлайн-СМИ (Coddington M., 2012; 2014; De Mayer J., 2012; De Maeyer J., Holton, A. E., 2016; Doherty S., 2013). Все вышеназванные исследования подчеркивают огромную роль гиперссылок для онлайн-СМИ, но, в большинстве они направлены на изучение новостных онлайн-изданий, публикующих короткие новостные материалы. В рамках же данной статьи мы обращаемся к жанру журналистского расследования, который предполагает объемные тексты, в которых, как нам кажется, роль ссылок и других гипертекстовых черт может быть особенной.

Использование гипертекста в издании *Propublica*

Все 30 проанализированных нами статей можно отнести к осевому типу гипертекста. То есть материал состоит из стержневого линейного текста, а гипертекстовость создается за счет использования ссылок, которые уводят читателя в другие тексты. На одну статью в издании *Propublica* приходится в среднем 10 ссылок (хотя в некоторых статьях их может быть в несколько раз больше). Почти каждая из них содержит ссылки и на другие источники, уводя читателя еще дальше от основного текста.

В качестве примера рассмотрим статью *Minority Neighborhoods Pay Higher Car Insurance Premiums Than White Areas With The Same Risk*[6] (от 5 апреля 2017), которая является результатом расследования журналистами неравенства в сфере автомобильных страховых платежей в США. Как показывает автор, жители *черных* районов платят за автомобильную страховку на 30% больше, чем жители *белых* районов тех же штатов.

Стержневой текст статьи имеет классическую линейную структуру и читается от первого абзаца к последнему. Ниже представлена условная схема статьи, где в центре изображен стержневой текст, от которого при помощи ссылок читатель может перейти еще на 15 других текстовых фрагментов (см. рис. 1).

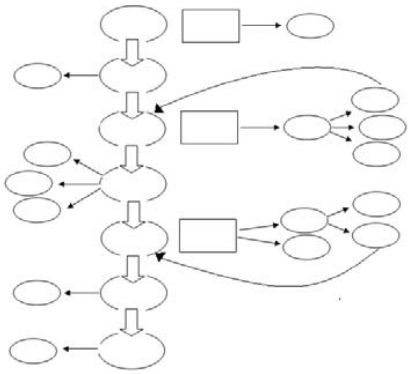


Рисунок 1. Условная схема осевого гипертекста

Ссылки в статье можно разделить, используя традиционную компьютерную терминологию, на внешние и внутренние. В свою очередь, последние мы считаем целесообразным разделить на две категории – ссылки межтекстовые и ссылки внутритекстовые.

Внешние ссылки уводят читателя с сайта *Propublica* на другие источники. Чаще всего это ссылки на официальные сайты разных организаций, где читатель может получить дополнительную информацию по обсуждаемой теме.

Внутритекстовые ссылки (то есть ссылки на фрагменты текста в рамках одной статьи) позволяют автору размещать в статье любой объем информации, не перегружая основной текст (всю дополнительную информацию автор выносит на отдельные текстовые страницы).

Межтекстовые ссылки позволяют читателю перемещаться от одной статьи издания к другой. Используя возможность соединять ссылками разные статьи, издание *Propublica* продвинулось в использовании нелинейного повествования дальше журнала *FEED*, создав структуру, которую можно назвать *гипертекстом в гипертексте,* или, в терминологии Э. Фредина, *метаисторией*.

В большинстве случаев журналисты публикуют свое расследование в виде цикла статей, которые объединяет общая тематика. Таким образом, отдельная статья – всего лишь фрагмент гипертекста. Так, рассмотренная нами выше статья вышла под рубрикой *Machine Bias* (Предубеждение машин), в которой опубликованы 62 статьи (на момент 15 апреля 2019 г.). Каждая из них – отдельное расследование того, как алгоритмы и формулы, заложенные в компьютер-

ные системы, повышают уровень неравенства в обществе. И случай с ценами на автостраховки – лишь фрагмент общей картины. В этом же *гипертексте в гипертексте* опубликованы другие расследования: например, как портал *Amazon* при помощи компьютерных алгоритмов скрывает от покупателя наиболее выгодные предложения (*Amazon Says It Puts Customers First. But Its Pricing Algorithm Doesn't*). Или расследование о программном обеспечении, которое позволяет выявить потенциальных преступников в магазинах (*Machine Bias)*, но при этом в большинстве случаев видит преступников во всех чернокожих. При помощи ссылок читатель может перемещаться по отдельным статьям-фрагментам, а сами журналисты могут дополнить общую картину новым расследованием.

Таким образом, за счет разного типа ссылок журналисты издания *Propublica* могут предлагать читателю огромное количество дополнительного материала. Официальные документы, интерактивные приложения, таблицы и графики, методология расследования и т. д. – каждая ссылка ставит читателя перед выбором, оставаться ли в рамках статьи или углубляться в дополнительный материал. Так же, как в эксперименте Майкла Гродена с электронной версией «Улисса», за счет ссылок информация в статье подается слоями – от лежащей на поверхности до самой глубокой. Читатель же сам выбирает уровень погружения в тему и в зависимости от этого открывает или не открывает те или иные ссылки.

Проанализировав 30 статей, опубликованных изданием *Propublica*, мы смогли разделить все использованные ссылки на несколько групп в зависимости от того, какую функсцию они выполняют и на какой источник уводят (см. табл.).

Таблица

Количество ссылок разного типа в 30 проанализированных статьях издания *Propublica*

Межтекстовые ссылки на другие статьи расследования	PDF-файлы с официальными документами	Сайты правительства, организаций и т. д.	Другие СМИ	Интерактивные приложения к статье	Сайты со справочной информацией
78	75	69	69	23	18

Отметим, что журналисты издания публикуют ссылки либо на проверенные источники, которые находятся в открытом доступе, либо на собственные материалы. Таким образом, правовая состав-

ляющая использования ссылок не вызывает вопросов. Чаще всего журналисты издания помещают внутрь статьи *ссылки на метаисторию*. К примеру, в рубрике *The Prescribers* опубликовано 50 статей. Каждая из них описывает случай, когда врачи незаконно выписывали пациентам лекарства, и одновременно содержит ссылки на другие статьи расследования. Таким образом, начав читать материал и переходя по ссылкам, читатель может перемещаться с одной статьи на другую, пока не прочитает их все.

По принципу *гипертекста в гипертексте* публикуются все статьи в издании. Так, серия статей *Bombs in our Backyard* представляет собой гипертекст, который состоит в общей сложности из 18 статей. Все они посвящены расследованию того, какое влияние на экологию оказывают военные базы США и как это сказывается на здоровье американцев. Каждая статья – своего рода фрагмент пазла, и, только прочитав их все, можно составить целую картину.

Почти так же часто, как ссылки на метаисторию, журналисты издания используют *ссылки на источники информации*. Ими могут быть другие СМИ, сайты правительства, а также ссылки на *PDF*-файлы – электронные версии официальных документов. За счет этих ссылок читатель всегда понимает, откуда у журналиста та или иная информация. Журналист дает ссылки на каждый документ, упоминаемый в статье. За счет этого расследование журналиста становится прозрачным для читателя, выводы – убедительными. А это расширяет и углубляет текст статьи.

Отметим: обилие внешних гиперссылок показывает, что журналисты издания не боятся потерять читателя, который по ссылке может уйти на другой сайт. Все материалы издания представляют собой крупные журналистские расследования, и любая ссылка – лишь небольшой фрагмент мозаики. В итоге у перешедшего по ссылке читателя остается стимул вернуться назад и дочитать статью до конца. Именно в этом, на наш взгляд, кроется причина того, почему в издании *Propublica* ссылки используются более активно, чем в большинстве новостных онлайн-СМИ: на новостном портале главная цель читателя – получение информации, а не вдумчивое чтение, следовательно, риск «невозвращения» гораздо выше.

Рассмотрим в качестве примера статью *Florida Doctor Pleads Guilty To Fraud – Years After Complaints About His Prescribing*[7] (от 23 июня 2016 г.). Она рассказывает о том, что после многолетних судебных разбирательств доктор, который незаконно выписывал мигрантам лекарства и намеренно ставил им ложные диагнозы, был признан виновным. При

написании статьи журналист использовал судебные документы. На 13 самых важных из них он дает ссылки. Таким образом, прочитав статью, читатель может также ознакомиться со следующими документами:

— письмо сенатора финансового комитета к департаменту здравоохранения от 2009 г., в котором упомянута подозрительная активность доктора – героя статьи;

— ответ доктора на письмо сенатора, в котором он объясняет необходимость выдачи рецептов большому количеству тяжелых больных;

— документ Департамента Здравоохранения от 2010 г., согласно которому доктор лишается права выписывать лекарства;

— документ Департамента здравоохранения 2013 г., подтверждающий, что доктору назначен штраф;

— судебный документ 2016 г. о признании вины подозреваемым;

— дополнение к нему – «Фактические основания для признания вины»;

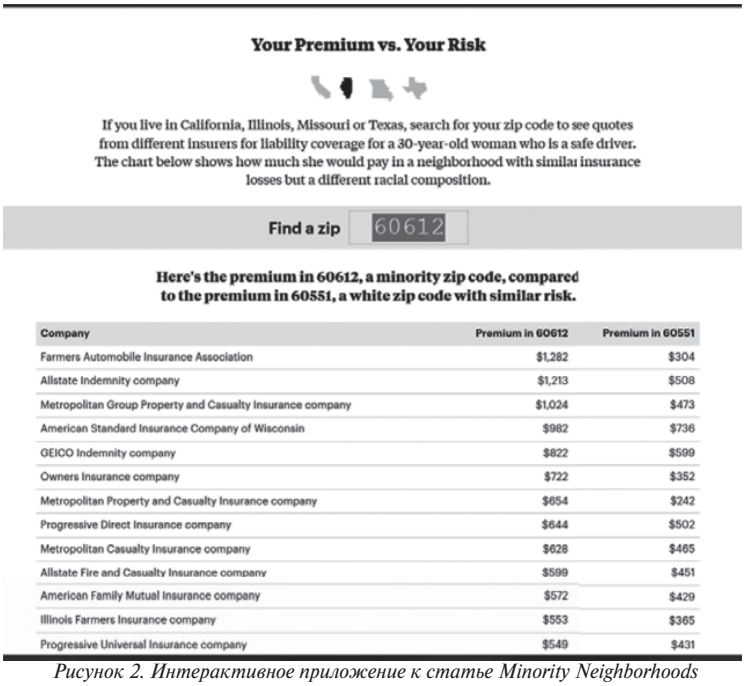
— судебный документ, сообщающий, что оглашение приговора назначено на 22 июля.

Таким образом, читатель может исследовать в полном объеме материал, который исследовал журналист, прежде чем написать статью. И более того, активное размещение документов позволяет авторам издания сделать статью значительно глубже. К примеру, статья *The bomb that went off twice*[8] (от 18 декабря 2017) из упомянутой выше серии *Bombs in our Backyard* рассказывает о взрывчатом веществе *RDX*, которое американские военные активно использовали со второй половины XX в., скрывая его катастрофическое влияние на экологию и, как следствие, на здоровье американцев. Расследование содержит ссылки на 17 ПДФ-файлов с документами, среди которых обширные исследования влияния этого вещества на почву и воду в регионах, где изготавливались бомбы (среди них есть отсканированные и даже просто сфотографированные журналистом бумаги). Открыв данную статью, читатель может не только ознакомиться с расследованием журналиста, но и получить доступ к уникальным документам, которые сам он не смог бы отыскать в Сети.

Помимо ссылок на официальные документы и источники, журналисты издания часто помещают в текст статьи *ссылки на справочную информацию*. Любой термин, географическое название, название книги или имя известного человека сопровождает справка в отдельном текстовом фрагменте либо на другом сайте. Так, в статье *Brand-Name Drugs Increase Cost But Not Patient Satisfaction*[9] (от 19 ноября 2015), которая также входит в гипертекст *The Prescribers*,

упоминается большое количество препаратов и действующих веществ. Каждое название выделено как ссылка – нажав на нее, читатель попадает на сайт Иодин (https://www.iodine.com), который содержит широкую справочную информацию обо всех продаваемых в США лекарствах. Таким образом, основной текст не перегружен лишними пояснениями, в то время как читатель всегда может подробнее узнать о любом лекарстве (причем информация подается на разных уровнях – от краткого описания лекарства до глубокого пояснения принципов его работы).

Интерактивные приложения размещаются, как правило, на отдельных страницах. Их главная задача – своего рода персонализация статьи для каждого читателя: упомянутая выше статья *Minority Neighborhoods Pay Higher Car Insurance Premiums Than White Areas With The Same Risk*[10] содержит приложение, в которое читатель (при условии, что живет в определенных штатах США) может ввести почтовый индекс и узнать среднюю цену на страховку для автомобиля в своем районе и сравнить ее с другими районами (рис. 2).



Your Premium vs. Your Risk

If you live in California, Illinois, Missouri or Texas, search for your zip code to see quotes from different insurers for liability coverage for a 30-year-old woman who is a safe driver. The chart below shows how much she would pay in a neighborhood with similar insurance losses but a different racial composition.

Find a zip 60612

Here's the premium in 60612, a minority zip code, compared to the premium in 60551, a white zip code with similar risk.

Company	Premium in 60612	Premium in 60551
Farmers Automobile Insurance Association	$1,282	$304
Allstate Indemnity company	$1,213	$508
Metropolitan Group Property and Casualty Insurance company	$1,024	$473
American Standard Insurance Company of Wisconsin	$982	$736
GEICO Indemnity company	$822	$599
Owners Insurance company	$722	$352
Metropolitan Property and Casualty Insurance company	$654	$242
Progressive Direct Insurance company	$644	$502
Metropolitan Casualty Insurance company	$628	$465
Allstate Fire and Casualty Insurance company	$599	$451
American Family Mutual Insurance company	$572	$429
Illinois Farmers Insurance company	$553	$365
Progressive Universal Insurance company	$549	$431

Рисунок 2. Интерактивное приложение к статье Minority Neighborhoods Pay Higher Car Insurance Premiums Than White Areas With The Same Risk

В интерактивном приложении к статье *Brand-Name Drugs Increase Cost But Not Patient Satisfaction* читатель также по почтовому коду может узнать, какие лекарства чаще всего выписывают врачи в его регионе и есть ли здесь врачи с подозрительно высокой активностью. Более того, читатель может ввести имя своего доктора и узнать, какие именно лекарства и в каком количестве он выписал пациентам (рис. 3).

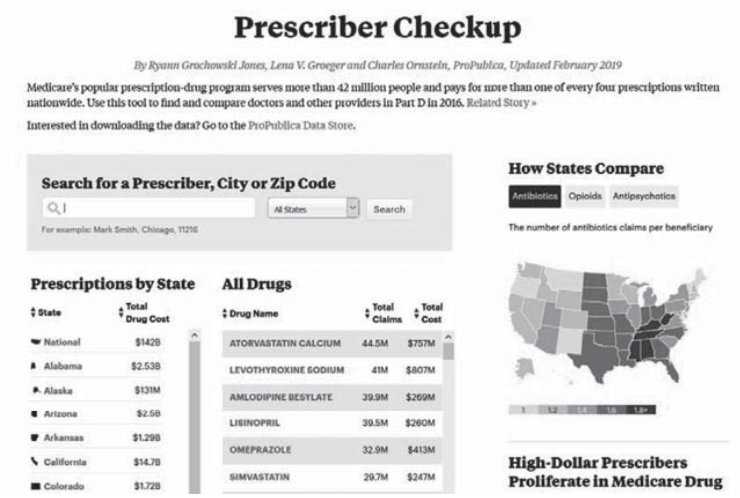


Рисунок 3. Интерактивное приложение к статье Brand-Name Drugs Increase Cost But Not Patient Satisfaction

Таким образом, о какой бы теме ни писал журналист, при помощи интерактивных таблиц можно сделать ее более близкой читателю. Приложения часто содержат дополнительную информацию, которая из-за большого объема не может войти в основной текст статьи. В приложениях читатель имеет возможность познакомиться с дополнительными графиками, таблицами, получить ссылки на другие ресурсы и т. д. Кроме того, приложения содержат подробную методологию исследования, что делает расследование журналиста максимально прозрачным для читателя.

Все это повышает активность читателя, помогает ему варьировать глубину чтения. Благодаря включению ссылок, интерактивных приложений и т. д., читатель превращается из пассивного потребителя информации в соавтора, который может провести свое

расследование, изучив те же источники, что и журналист. Кроме того, гипертекстуальность повышает уровень доверия читателя: благодаря ссылкам каждое утверждение журналиста и каждый его вывод можно проверить лично.

Выводы

В период зарождения первых электронных журналов гипертекст вызвал немалый энтузиазм у исследователей и рассматривался как новый способ организации текста, который позволит журналистике выйти на новый уровень и сулит больше объективности, прозрачности и т. д. Одним из первых попытки реализовать идеи гипертекстовой журналистики на практике осуществил журнал *FEED* (1995–2001). Стремясь создать идеальный гипертекст, отвечающий всем критериям Теда Нельсона и других теоретиков новой текстовой формы, журналисты *FEED* часто заходили в тупик – их разветвленные статьи нередко получались слишком сложными для восприятия: обилие текстовых фрагментов могло запутать читателя, ссылки заставляли его уйти с сайта издания на другой источник и т. д. Неудивительно, что в 1990-е гг. большинство интернет-изданий относилось к гипертексту настороженно, предпочитая печатать привычные линейные тексты. Тем не менее, несмотря на закрытие журнала *FEED* и признание его редакторов в том, что попытка использовать новую форму потерпела крах, гипертекст не исчезает из журналистики.

Как было показано на примере журнала *Propublica,* вместо стремления копировать сложную структуру электронной литературы, сегодня журналисты перенимают лишь некоторые черты гипертекста, которые действительно дают дополнительные возможности, но при этом не перегружают материал и не делают его слишком сложным для восприятия. Именно поэтому в издании *Propublica* используется так называемый «осевой» тип гипертекста. Статья не выстроена по принципу лабиринта, в котором читатель может бродить бесконечно, а имеет стержневую линейную структуру. Гипертекстовость же создается за счет включения дополнительных ссылок, которые уводят читателя на другие текстовые фрагменты. В среднем на одну статью в издании *Propublica* приходится около 10 ссылок.

Журналисты издания используют три типа гиперссылок. Это:

— внешние ссылки, за которыми скрываются в большинстве случаев источники информации;

— внутритекстовые ссылки, которые представляют собой приложения к статье. В них излагается методология расследования, размещены таблицы, графики, а также интерактивные программы, позволяющие читателю применить описанную в статье проблему к себе самому;

— межтекстовые ссылки. Они делают конкретную статью частью гипертекста (метаистории), посвященного определенной теме.

Гиперссылки позволяют разместить в рамках даже небольшой статьи дополнительную информацию, не перегружая текст. Они увеличивают активность читателя, превращая его из пассивного потребителя информации в соавтора журналиста, который может определять глубину чтения и самостоятельно делать выводы. Еще одна важная функция: гиперссылки обеспечивают максимальную прозрачность материала. Они дают журналисту возможность указать все ресурсы и источники, которые были использованы в ходе расследования. Таким образом, читатель не просто понимает, откуда у журналиста та или иная информация, но и может изучить первоисточник более детально.

Пример издания *Propublica* показывает, что возможности гипертекста могут существенно изменить структуру журналистских материалов в электронных изданиях. При использовании гиперссылок текст статьи становится динамичнее – за счет того, что журналисту нет необходимости включать в него дополнительные пояснения (не нужно пояснять содержание упоминаемых в тексте документов, встраивать в текст таблицы и графики, воссоздавать контекст обсуждаемой ситуации). Гиперссылки дают журналисту возможность разместить всю эту дополнительную информацию за пределами основного текста. Причем, в отличие от бумажных носителей, электронная площадка позволяет включать в текст при помощи ссылок неограниченное количество материала, не утяжеляя его. Так, в статьях издания *Propublica* порой встречаются десятки ссылок на официальные документы и дополнительные статьи.

Именно поэтому, на наш взгляд, использование осевого гипертекста и гиперссылок может быть перспективным и для дальнейшего развития электронной журналистики. И прежде всего, гипертекстовые черты актуальны для объемных жанров (таких как журналистские расследования), для которых гипертекст открывает ряд возможностей, отсутствующих в традиционных печатных СМИ.

Примечания

[1] Fink S. (2009) The deadly choices at memorial. *Propublica*, 27 August. Available at: https://www.propublica.org/article/the-deadly-choices-at-memorial-826 (accessed: 27.12.2019).

[2] Ornstein C., Weber T. (2010) Dollars for Docs. *Propublica*, 1 November. Available at: https://www.propublica.org/article/profiles-of-the-top-earners-in-dollar-for-docs (accessed: 27.12.2019).

[3] Dreier H. (2018) Trapped in Gangland. *Propublica*. Available at: https://www.propublica.org/series/ms-13-on-long-island (accessed: 22.04.2019).

[4] Stray J. (2010 a) Why link out? Four journalistic purposes of the noble hyperlink. *Nieman Journalism Lab*. Available at: https://www.niemanlab.org/2010/06/making-connections-how-major-news-organizations-talk-about-links/ (accessed: 29.03.2019).

[5] Stray J. (2010 b) Making connections: How major news organizations talk about links. *Nieman Journalism Lab*. Available at: https://www.niemanlab.org/2010/06/making-connections-how-major-news-organizations-talk-about-links/ (accessed: 29.03.2019).

Stray J. (2010 c) Linking by the numbers: How news organizations are using links (or not). *Nieman Journalism Lab*. Available at: http://www.niemanlab.org/2010/06/linking-by-the-numbers-how-news-organizations-are-using-links-or-not/ (accessed: 23.04.2019).

[6] Angwin J., Larson J., Kirchner L., Mattu S. (2017) Minority Neighborhoods Pay Higher Car Insurance Premiums Than White Areas With The Same Risk. *Propublica*, 5 April. Available at: https://www.propublica.org/article/minority-neighborhoods-higher-car-insurance-premiums-white-areas-same-risk (accessed: 16.12.2019).

[7] Ornstein C. (2016) Florida Doctor Pleads Guilty To Fraud – Years After Complaints About His Prescribing. *Propublica,* 23 June. Available at: https://www.propublica.org/article/florida-doctor-pleads-guilty-fraud-years-after-complaints-prescribing (accessed: 16.12.2019).

[8] Lustgarten A. (2017) The bomb that went off twice. *Propublica*, 18 December. Available at: https://features.propublica.org/bombs-in-our-backyard/military-pollution-rdx-bombs-holston-cornhusker/ (accessed: 16.12.2019).

[9] Ornstein C. (2015) Brand-Name Drugs Increase Cost But Not Patient Satisfaction. *Propublica*, 19 November. Available at: https://www.propublica.org/article/brand-name-drugs-increase-cost-but-not-patient-satisfaction (accessed: 16.12.2019).

[10] Angwin J., Larson J., Kirchner L., Mattu S. (2017) Minority Neighborhoods Pay Higher Car Insurance Premiums Than White Areas With The Same Risk. *Propublica,* 5 April. Available at: https://www.propublica.org/article/minority-neighborhoods-higher-car-insurance-premiums-white-areas-same-risk (accessed: 16.12.2019).

Библиография

Круглова Л. А. Российские печатные СМИ: специфика онлайн-версий // Медиаскоп. 2016. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2205 (дата обращения 15.04.2019).

Кульчицкая Д. Ю., Галустян А. А. Лонгриды в онлайн-СМИ. Особенности и технология создания. М.: Аспект Пресс, 2016.

Aarseth E. J. (1997) *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: JHU Press.

Coddington M. (2012) Building frames link by link: The linking practices of blogs and news sites. *International Journal of Communication* 6: 2007–2026.

Coddington M. (2014) Normalizing the hyperlink: How bloggers, professional journalists, and institutions shape linking values. *Digital Journalism* 2 (2): 140–155. DOI: http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2013.785813

Conklin J. (1987). Hypertext: An Introduction and Survey. *Computer* 20 (9): 17–41. DOI: 10.1109/MC.1987.1663693

De Maeyer, J., Holton, A. E. (2016) Why linking matters: A metajournalistic discourse analysis. *Journalism* 17 (6): 776–794. DOI: https://doi.org/10.1177/1464884915579330

De Mayer J. (2012) The journalistic hyperlink Prescriptive Discourses about Linking in Online News. *Journalism practice*. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667273

Deuze M. (1999) Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standarts in an Online Environment. *International Communication Gazette* 61 (5): 373–390. DOI: https://doi.org/10.1177/0016549299061005002

Deuze M. (2001) Online Journalism: Modelling the first Generation of News Media on the World Wide Web. *First Monday* 6. Available at: http://ojphi.org/ojs/index.php/ fm/article/view/893/802 (accessed: 21.12.2016). DOI: 10.5210/fm.v6i10.893

Dimitrova D., Neznanski M. (2006) Online journalism and the war in Cyberspace. *Journal of computer-mediated communication* 12 (1): 248–263. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00324.x

Doherty S. (2013) Hypertext and news stories. In *ITEE Technical Report No. 2013-03. School of Information Technology and Electrical Engineering. Australia*. Available at: https://espace.library.uq.edu.au/view/UQ:313369/UQ313369_fulltext.pdf?dsi_version=a5d7e0cab4692e25c13d652177ca3504 (accessed: 16.04.2019).

Engebretsen M. (2000) Hypernews and Coherence. *Nordicom Review* 21 (2). Available at: https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/45_engebretsen.pdf (accessed: 17.04.2019). DOI: https://doi.org/10.1515/nor-2017-0381

Fredin E. (1997) Rethinking the news story for the Internet: Hyperstory prototypes and a model of the user. *Journalism and Mass Communication Monographs* 163. Available at: https://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Eric-S.-Fredin.Rethinking-the-News-Story-for-the-Internet.September-1997.pdf (accessed: 17.04.2019).

Kenney K., Gorelik A., Mwangi S. (2000) Interactive features of online newspapers. First Monday 5 (1). Available at: https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/720/629 (accessed: 27.03.2019). DOI: https://doi.org/10.5210/fm.v5i1.720.

Landow G. P. (1991) *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*. Baltimore.

Manovich L. (2001) *The Language of New Media*. Cambridge.

McAdams M., Berger S. (2001) Hypertext. *The Journal of Electronic Publishing*. Available at: https://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0006.301?view=text;rgn=main (accessed: 28.03.2019).

Nelson T. H. (1967) Getting it out of our System. In *Information Retrieval: A critical view*. Washington, D.C.: Thompson Books.

Oblak T. (2005) The lack of intractivity and hypertextuality in online media. *Gazette* 67 (1): 87–106. DOI: https://doi.org/10.1177/0016549205049180

Pavlik J. (2001) *Journalism and New Media*. Columbia University Press.

Steensen S. (2011) Online Journalism and the promises of new technology. *Journalism Studies* 12 (3): 311–327. DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.501151

Tankard J. W., Ban H. (1998) Online newspapers: living up to the potential? In *Annual Convention of the Association for Journalism and Mass Communication*. Baltimore.

Wurff van der R., Lauf E. (2005) *Print and Online Newspapers in Europe: A Comparative Analysis in 16 Countries*. Amsterdam: Transaction Publ.

Notes

Angwin J., Larson J., Kirchner L., Mattu S. (2017) Minority Neighborhoods Pay Higher Car Insurance Premiums Than White Areas With The Same Risk. *Propublica*, 5 April. Available at: https://www.propublica.org/article/minority-neighborhoods-higher-car-insurance-premiums-white-areas-same-risk (accessed: 16.12.2019).

Dreier H. (2018) Trapped in Gangland. *Propublica*. Available at: https://www.propublica.org/series/ms-13-on-long-island (accessed: 22.04.2019).

Fink S. (2009) The deadly choices at memorial. *Propublica*, 27 August. Available at: https://www.propublica.org/article/the-deadly-choices-at-memorial-826 (accessed: 27.12.2019).

Lustgarten A. (2017) The bomb that went off twice. *Propublica*, 18 December. Available at: https://features.propublica.org/bombs-in-our-backyard/military-pollution-rdx-bombs-holston-cornhusker/ (accessed: 16.12.2019).

Ornstein C. (2015) Brand-Name Drugs Increase Cost But Not Patient Satisfaction. *Propublica*, 19 November. Available at: https://www.propublica.org/article/brand-name-drugs-increase-cost-but-not-patient-satisfaction (accessed: 16.12.2019).

Ornstein C., Weber T. (2010) Dollars for Docs. *Propublica*, 1 November. Available at: https://www.propublica.org/article/profiles-of-the-top-earners-in-dollar-for-docs (accessed: 27.12.2019).

Stray J. (2010 a) Why link out? Four journalistic purposes of the noble hyperlink. *Nieman Journalism Lab*. Available at: https://www.niemanlab.org/2010/06/making-connections-how-major-news-organizations-talk-about-links/ (accessed: 29.03.2019).

Stray J. (2010 b) Making connections: How major news organizations talk about links. *Nieman Journalism Lab*. Available at: https://www.niemanlab.org/2010/06/making-connections-how-major-news-organizations-talk-about-links/ (accessed: 29.03.2019).

Stray J. (2010 c) Linking by the numbers: How news organizations are using links (or not). *Nieman Journalism Lab*. Available at: http://www.niemanlab.org/2010/06/linking-by-the-numbers-how-news-organizations-are-using-links-or-not/ (accessed: 23.04.2019).

References

Aarseth E. J. (1997) *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: JHU Press.

Coddington M. (2012) Building frames link by link: The linking practices of blogs and news sites. *International Journal of Communication* 6: 2007–2026.

Coddington M. (2014) Normalizing the hyperlink: How bloggers, professional journalists, and institutions shape linking values. *Digital Journalism* 2 (2): 140–155. DOI: http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2013.785813

Conklin J. (1987). Hypertext: An Introduction and Survey. *Computer* 20 (9):17–41. DOI: 10.1109/MC.1987.1663693

De Mayer J. (2012) The Journalistic Hyperlink. Prescriptive Discourses about Linking in Online News. *Journalism Practice* 6 (5–6): 692-701. DOI: https://doi.org/10.1080/175 12786.2012.667273

De Maeyer, J., Holton, A. E. (2016) Why linking matters: A metajournalistic discourse analysis. *Journalism* 17 (6): 776–794. DOI: https://doi.org/10.1177/1464884915579330

Deuze M. (1999) Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standarts in an Online Environment. *International Communication Gazette* 61 (5): 373–390. DOI: https://doi.org/10.1177/0016549299061005002

Deuze M. (2001) Online Journalism: Modelling the first Generation of News Media on the World Wide Web. *First Monday* 6. Available at: http://ojphi.org/ojs/index.php/ fm/article/view/893/802 (accessed:21.12.2016). DOI: 10.5210/fm.v6i10.893

Dimitrova D., Neznanski M. (2006) Online journalism and the war in Cyberspace. *Journal of computer-mediated communication* 12 (1): 248–263. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00324.x

Doherty S. (2013) Hypertext and news stories. In *ITEE Technical Report No. 2013-03. School of Information Technology and Electrical Engineering. Australia*. Available at: https://espace.library.uq.edu.au/view/UQ:313369/UQ313369_fulltext.pdf?dsi_version=a5d7e0cab4692e25c13d652177ca3504 (accessed:16.04.2019).

Engebretsen M. (2000) Hypernews and Coherence. *Nordicom Review* 21 (2). Available at: https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/45_engebretsen.pdf (accessed:17.04.2019). DOI: https://doi.org/10.1515/nor-2017-0381

Fredin E. (1997) Rethinking the news story for the Internet: Hyperstory prototypes and a model of the user. *Journalism and Mass Communication Monographs* 163. Available at: https://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Eric-S.-Fredin.Rethinking-the-News-Story-for-the-Internet.September-1997.pdf (accessed: 17.04.2019).

Kenney K., Gorelik A., Mwangi S.(2000) Interactive features of online newspapers. *First Monday* 5 (1). Available at: https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/720/629 (accessed:27.03.2019). DOI: https://doi.org/10.5210/fm.v5i1.720.

Kruglova L. A. (2016) Rossijskie pechatnye SMI: specifika onlajn-versij [Russian Print Media: Online Version Specifics]. *Mediascope*. Available at: http://www.mediascope.ru/2205 (accessed: 15.04.2019). (In Russian)

Kul'chitskaya D. Yu., Galustyan A. A. (2016) *Longridy v onlayn-SMI. Osobennosti i tekhnologiya sozdaniya* [Longreads Online: Specifics and Creation Technology]. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)

Landow G. P.(1991) *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*. Baltimore.

Manovich L. (2001) *The Language of New Media*. Cambridge.

McAdams M., Berger S. (2001) Hypertext. *The Journal of Electronic Publishing*. Available at: https://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0006.301?view=text;rgn=main (accessed: 28.03.2019).

Nelson T. H. (1967) Getting it out of our System. In *Information Retrieval: A critical view*. Washington, D.C.: Thompson Books.

Oblak T. (2005) The lack of intractivity and hypertextuality in online media. *Gazette* 67 (1): 87–106. DOI: https://doi.org/10.1177/0016549205049180

Pavlik J. (2001) *Journalism and New Media*. Columbia University Press.

Steensen S. (2011) Online Journalism and the promises of new technology. *Journalism Studies* 12 (3): 311–327. DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.501151

Tankard J. W., Ban H. (1998) Online newspapers: living up to the potential? In *Annual Convention of the Association for Journalism and Mass Communication*. Baltimore.

Wurff van der R., Lauf E. (2005) *Print and Online Newspapers in Europe: A Comparative Analysis in 16 Countries*. Amsterdam: Transaction Publ.

Поступила в редакцию
15.01.2020