

◆NEW

4月15日、ピューリッツァー賞の発表があり、『ニューヨーク・タイムズ』（NYT）紙が4部門で受賞した。そのなかで、特集記事部門を受賞した「Snow Fall」というオンライン記事の評判が、圧倒的にいい。「マルチメディア報道のセンセーション」と、絶賛する声も上がっている。

→ [Snow Fall](#)（NYT）

この記事は、昨年ワシントン州のカスケード山で起きた雪崩事故を扱ったもので、写真はもとより、動画、地図やCG、スライドショーなど、マルチメディア機能を駆使したもの。読者は、これこそがオンライン記事という新しい体験ができるように工夫されている。

その結果、ユーザーの平均的な視聴時間は約12分。50万人以上が直接アクセスしたという。

NYTは、オンライン展開を積極的に進めてきたが、これは一つの到達点と言えるだろう。こうした新しいオンライン記事と、日本の新聞のオンライン記事を比較すると、圧倒的な差がある。日本では、紙の販売を維持するために、オンライン記事を短くしたうえ、紙と同じ記事をただオンラインに移し換えているだけだからだ。