

**Валерія Ремез**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*

## **ЕВОЛЮЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОЇ ПЛАТФОРМИ «УКРАЇНСЬКОЇ ПРАВДИ»: ВІД ТЕКСТОВОГО САЙТУ ДО КОНВЕРГЕНТНОГО МЕДІАХОЛДІНГУ**

*У роботі розглянуто трансформація «Української правди». Проаналізовано технічні етапи розвитку видання: від перших форумів до сучасних подкаст-студій та професійного YouTube-мовлення. Особливу увагу приділено впровадженню Mobile First дизайну, роботі та зміні моделі взаємодії з аудиторією через систему членства «Клуб «Української правди». Обґрунтовано, що успіх еволюції видання базується на поєднанні класичних журналістських стандартів із агресивним впровадженням новітніх цифрових форматів.*

**Ключові слова:** *інтернет-журналістика, «Українська правда», медіаконвергенція, мультимедійність, мобільна адаптація, CMS, подкасти, цифровий сторітелінг.*

«Українська правда» – це найвідоміше інтернет-видання в Україні, яке вже 25 років залишається лідером завдяки тому, що постійно оновлює свої технології. Якщо у 2000-му році це була просто сторінка з текстом, то сьогодні це цілий медіацентр, де є відео, звук, графіки та новини. Розвиток видання показує, як журналістика перейшла від звичайного тексту до створення контенту в різних форматах, які доповнюють один одного [3].

Напочатку «Українська правда» виглядала дуже просто. Через повільний інтернет сайт мав бути «легким», щоб швидко відкриватися. На сторінках було мало картинок і багато тексту. Проте саме тоді з'явився знаменитий Форум «Української правди». Технічно це був перший в Україні майданчик, де читачі могли спілкуватися між собою та з журналістами в реальному часі. Саме це заклало основу для створення спільноти активних читачів, яку ми бачимо сьогодні [4].

Згодом видання почало розширюватися. Редакція вирішила не змішувати все на одній сторінці, а створила окремі тематичні проекти: «Економічна правда», «Європейська правда», «Життя» та «Історична правда». Для цього знадобилися нові системи керування сайтом, щоб кожна команда могла працювати над своїми новинами окремо, але всі вони залишалися частиною одного великого бренду. Це допомогло залучити різних читачів: від бізнесменів до любителів історії.

Сьогодні «Українська правда» працює одночасно на багатьох платформах. Дуже важливим стало відео – YouTube-канал видання тепер

нагадує справжнє телебачення. Технічно сайт влаштований так, що відео можна дивитися прямо під час читання статті. Крім того, редакція активно розвиває подкасти. Зручно, бо їх можна слухати через спеціальні додатки в телефоні, навіть коли у вас немає часу дивитися в екран. Так бренд залишається з читачем протягом усього дня [1].

Під час війни видання почало використовувати багато інтерактивних елементів: карти бойових дій, графіки допомоги від інших країн та лічильники, які оновлюються самі. Оскільки зараз майже всі читають новини з телефонів, сайт зробили максимально швидким та зручним саме для смартфонів. Окремим напрямком став Telegram-канал, де новини з'являються дуже коротко і миттєво.

Ще одним важливим кроком став запуск Клубу цього видання. Це спеціальна система, де читачі можуть реєструватися, отримувати особливі листи від редакції та підтримувати видання фінансово. Саме це перетворило звичайних відвідувачів на справжню команду підтримки. Історія «Української правди» доводить: щоб бути успішним, треба не лише писати правду, а й постійно впроваджувати технічні новинки та бути там, де зручно читачеві [1].

### Список використаних джерел

1. Гриценко О.М. Шкляр В.І. Основи теорії міжнародної журналістики. Київ: Видавничо-поліграфічний центр Київський університет, 2002. 304 с.
2. Одобецька І. Адаптація регіонального телевізійного контенту до формату соціальних мереж (на прикладі телеканалу «ВІТА». *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2024. Випуск 54-55. С. 231-239.
3. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика. Львів : ПАІС, 2010. 244 с.
4. Сайт «Українська правда». URL: <https://www.pravda.com.ua/>
5. Махова К. В. Українські регіональні медіа в умовах воєнного стану: виклики та вектори трансформації. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 36 (75) № 5 2025. С. 245-254

**Науковий керівник:** Одобецька І.С., асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського