

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ КЛІКБЕЙТ-ЗАГОЛОВКІВ
В ОНЛАЙН-ДИСКУРСІ**

Студента IV курсу, групи 4Ж

Освітньої програми *Журналістика*

Галузі знань *06 Журналістика*

Спеціальності *061 Журналістика*

Ступеня вищої освіти *бакалавра*

Овсяннікова Євгенія Володимировича

Науковий керівник і доцент, кандидат

філологічних наук **Каленич В.М.**

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка ECTS _____

Голова екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Члени екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Вінниця - 2024

АНОТАЦІЯ

Овсянніков Є. В. Функціональні параметри клікбейт-заголовків в онлайн-дискурсі. Спеціальність 061 Журналістика, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2024.

У кваліфікаційній роботі систематизовано загальнотеоретичні положення наукових інтерпретацій поняття «клікбейт», проаналізовано особливості контенту з питань клікбейту в онлайн-медіа «Знай.Уа», «ВВС Україна», «УНІАН» й функціональні параметри клікбейт-заголовків в онлайн-дискурсі. Висвітлено питання зростання уваги до клікбейт-заголовків та їхньої важливості, а також дає загальне уявлення про природу певних спеціалізованих інтернет-ресурсів з дослідження клікбейту, окреслює різноманітні аспекти їхнього функціонування та поширення контенту.

Аналіз сучасних онлайн-медіа підтвердив, що клікбейт-заголовки є поширеним інструментом для привернення уваги, але їх маніпулятивна природа має негативний вплив на суспільне сприйняття інформації. Вони створюють інформаційний шум, де важливі новини втрачаються серед сенсаційних, але незначущих повідомлень. Це, в свою чергу, призводить до інформаційного перевантаження та зниження критичності мислення у аудиторії, яка все більше орієнтується на емоційні, а не на раціональні критерії при споживанні новин.

Ключові слова: онлайн-медіа, клікбейт, клікбейт-заголовок, інформаційний простір, медіа, критичне мислення, заголовок.

ANNOTATION

Ovsyannikov E. V. Functional parameters of clickbait headlines in online discourse. Speciality 061 Journalism, Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University, Vinnytsia, 2024.

In the qualification work, the general theoretical provisions of scientific interpretations of the concept of "clickbait" are systematized, the features of clickbait content in the online media "Znai.Ua", "BBC Ukraine", "UNIAN" and the functional parameters of clickbait headlines in online discourse are analyzed. The issue of increasing attention to clickbait headlines and their importance is highlighted, and also gives a general idea of the nature of certain specialized Internet resources for the study of clickbait, outlines various aspects of their functioning and content distribution.

Analysis of today's online media has confirmed that clickbait headlines are a common tool for attracting attention, but their manipulative nature can have a negative impact on public perception of information. They can create information noise where important news is lost among sensational but insignificant messages. This, in turn, leads to information overload and a decrease in critical thinking in the audience, which increasingly focuses on emotional rather than rational criteria when consuming news.

Keywords: online media, clickbait, clickbait headline, information space, media, critical thinking, headline.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. Роль клікбейт-заголовків у сучасних медіа	8
1.1 Дослідження клікбейт-заголовків у медіадискурсі.....	8
1.2 Клікбейт-заголовки в сучасних онлайн-медіа.....	14
1.3 Маніпулятивність гучних заголовків.....	23
РОЗДІЛ 2. Функціонування клікбейт-заголовків в онлайн-медіа.....	32
2.1 Специфіка клікбейт-заголовків в онлайн-виданні «Знай.Ua».....	32
2.2 Функціонування провокативних заголовків «BBC Україна».....	38
2.3 Мовні особливості клікбейтів у медіадискурсі «УНІАН».....	44
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54

ВСТУП

Актуальність дослідження. Все частіше гортаючи стрічку новин в телефоні чи сидячи за комп'ютером, можна натрапити на привабливий заголовок, що змушує себе прочитати. Вони створюються з метою привернути максимальну увагу та збільшити кількість переглядів, часто містять провокативні, емоційні та шокуючі фрази. Ці заголовки будуть недостовірними або неточно відображати зміст публікації. Хоч термін «клікбейт» має негативний відтінок, проте заголовки з елементами клікбейту використовують переважно для привернення уваги читачів до певної теми або матеріалу, який є цікавим та корисним для них. Однак важливо, щоб такі заголовки були правдивими та відповідали змісту статті або іншого контенту.

Дослідження клікбейт-заголовків є досить актуальним, оскільки клікбейт – це стратегія привернення читачів до контенту, що викликає складності в інформаційному середовищі. З одного боку, клікбейт-заголовки залучають більше уваги користувачів до певного матеріалу, що є корисним для видавців контенту. З іншого боку, клікбейт-заголовки містять недостовірну, неповну або неправдиву інформацію, це негативно впливає на сприйняття аудиторії, їхнє розуміння світу та прийняття рішень.

Аналіз клікбейт-заголовків допоможе з'ясувати, як вони впливають на користувачів, які наслідки мають для сприйняття новин та іншого контенту, які стратегії реагування можна розробити для боротьби з цим явищем тощо. Дослідження є корисними для журналістів, видавців, соціальних медіа платформ, політиків, дослідників та інших осіб, які займаються питаннями інформаційної грамотності та медіаманіпуляцій.

Мета дослідження – проаналізувати особливості функціонування клікбейт-заголовків у сучасних онлайн-медіа.

Щоб досягти мети, потрібно розв'язати такі **завдання**:

- з'ясувати специфіку клікбейт-заголовків і їхню роль у медіа;

- визначити причини існування таких заголовків та їх способи привернення уваги читачів;
- схарактеризувати специфіку клікбейт-заголовків в онлайн-медіа «Знай.UA»
- проаналізувати функціонування провокативних заголовків на сайті «BBC Україна».
- дослідити мовні особливості у онлайн-виданні «УНІАН».

Об'єктом дослідження є онлайн-медіа «BBC Україна», «Знай.Ua» і «УНІАН» за грудень 2023 по травень 2024 року.

Предметом дослідження є специфіка клікбейт-заголовків і функціональні особливості в сучасному онлайн-дискурсі.

Методи дослідження. Під час дослідження були використані такі методи, як хронологічний метод вивчає умови формування та переходу новинних розділів у виданні та метод контент-аналізу, а також метод синтезу – об'єднання всіх елементів, виявлених у процесі дослідження, в єдину систему та узагальнення – встановлюються загальні властивості та характеристики та робляться висновки.

Джерела дослідження. Серед досліджень, що присвячені аналізу клікбейт-заголовків в онлайн-медіа, особливий інтерес викликають праці таких науковців, як В. Кузь, Х. Дацишин, А. Дзюбко, В. Іванов, С. Зайцева, Б. Станкевич та інші. Вони досліджують явище клікбейту з різних поглядів, включаючи його вплив на читачів, механізми привертання уваги та етичні аспекти використання клікбейт-технік у журналістиці. Результати їхніх досліджень допомагають краще зрозуміти феномен клікбейту та його місце в сучасній медіакультурі.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи. У науковій роботі вперше детально розглянуто проблему дослідження клікбейт-заголовків у сучасних медіа, а саме в онлайн-виданнях «BBC Україна», «Знай.UA» і «УНІАН», з метою виявлення основних характеристик і тенденцій використання маніпулятивних технік заголовків у різних типах новинного контенту.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання практичних та теоретичних матеріалів під час навчання та дослідницької діяльності, а також для написання статей та наукових робіт з цієї теми.

Апробація результатів наукової роботи. Результати дослідження апробовані на Всеукраїнській науково-практичній конференції *«Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку»* (м.Тернопіль, 11 квітня 2023 р.), Другій всеукраїнській науково-практичній конференції молодих вчених *«Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку»*, (м.Тернопіль, 10 квітня 2024 року), Всеукраїнській студентській науково-практичній онлайн-конференції *«Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа»*, (м.Вінниця, 24 квітня 2024 р).

Публікації. Овсянніков Є. Клікбейт-заголовки в онлайн медіа «ВВС Україна» // Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа: зб. матеріал. Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції /за ред. В.О.Гандзюка. Вінниця: ВДПУ імені М. Коцюбинського, 2024. С.100-104.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, що містять шість підрозділів, висновків, списку використаних джерел (38). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи - 58 сторінок. Список використаних джерел поданий на п'яти сторінках.

РОЗДІЛ 1

РОЛЬ КЛІКБЕЙТ-ЗАГОЛОВКІВ У СУЧАСНИХ МЕДІА

1.1 Дослідження клікбейт-заголовків у медіадискурсі

У сучасному інформаційному просторі медіадискурс відіграє ключову роль у формуванні громадської думки та впливі на масову свідомість. З розвитком цифрових технологій та зростанням популярності онлайн-видань, інформаційний потік став ще більш насиченим і швидкоплинним. У цих умовах для медіа важливо не лише створювати якісний контент, але й привертати увагу читачів, що зумовлює появу нових підходів до оформлення новинних матеріалів. Одним із таких підходів є використання клікбейт-заголовків.

Такі заголовки створюються з метою привернення максимальної уваги та збільшення кількості переглядів. Вони часто містять провокативні, емоційні та шокуючі фрази, яку є недостовірними або неточно відображають зміст статті. Хоча термін «клікбейт» має негативний відтінок, заголовки з елементами клікбейту використовують для залучення уваги читачів до важливої або цікавої теми. Важливо, щоб такі заголовки були правдивими та відповідали змісту статті чи іншого контенту. Наприклад, написати «білий» заголовок, який захоплює і залучає користувачів на сайт, але при цьому не вводить в оману, не розчаровує і приносить користь читачам. У такому випадку це є ефективним способом збільшити трафік.

Явище клікбейтингу є одним із найпоширеніших у сучасній журналістиці. Зараз ЗМІ залежать від соціальних медіа, показників та аналітики, які призводять до заголовків –приманок. Зауважимо, що українськими вченими це питання мало досліджене.

Є очевидним, що такі заголовки привертають увагу, створюють інтригу, мотивують користувача натиснути на покликання та дізнатися інформацію у повному обсязі. Бажання збільшити аудиторію сайту, кількість переглядів, а також пізнаваність певного медіа є цілком природним, однак

часто з поняттям «клікбейту» пов'язують негативні явища з маніпуляцією інформацією та перекручуванням фактів. Тому журналістам необхідно чітко розуміти, як складати заголовок так, щоб він водночас стимулював читача прочитати матеріал повністю, але не був яскраво вираженим клікбейтом.

Вивчення клікбейт-заголовків може бути аналіз того, які заголовки найчастіше використовують у наукових дослідженнях, щоб залучити увагу читачів, а також вивчення того, як ці заголовки впливають на розуміння і сприйняття контенту.

Дослідження проводяться з використанням різних методів, враховуючи аналіз тексту, експерименти зі зміною заголовків і опитування читачів. Наприклад, порівнювати ефективність клікбейт-заголовків з заголовками, які чітко відображають зміст, або аналізувати, як різні типи заголовків впливають на різні аудиторії.

Аспекти клікбейт заголовків, їхні функції, особливості та безпосередньо вплив на читача у своїх роботах досліджували і А. Дзюбко, Є. Довганюк, Ю. Мельничук, В. Іванов

На думку науковців, клікбейтні заголовки виконують такі функції: інформативну, модальну, завершеності, текстотвірності, проекції тощо. За допомогою клікбейтного заголовка автор одночасно здійснює генералізацію та конкретизацію змісту, у цьому й полягає семантична специфіка такого типу заголовка. Спершу відбувається прив'язування до конкретної події, яка описана у тексті, а потім здійснюється включення для розуміння множинних значень заголовка, що передбачає сприймання заголовка як унікального. У дослідженнях фахівців знаходимо три основні типи клікбейтних заголовків: інтрига, гіперболізація та перефразування. Інтригуючи, заголовки зазвичай створюють до тем, які є найбільш актуальними для більшої частини суспільства. Йдеться про масові соціальні питання чи проблеми [16, с. 4]. Так за думкою науковця Є. Довганюк «Фейкові новини в сучасних медіакомунікаціях відіграють подвійну роль: з одного боку, вони є інструментом маніпуляції масовою свідомістю, а з іншого – викликом для

традиційної журналістики, що стимулює її до підвищення стандартів правдивості та відповідальності перед аудиторією» [5, с. 349].

Наприклад, рішення влади, які, відповідно, впливають на велику долю людей, зростання цін на продукти, проїзд, бензин, зміни курсу валют, різкі перемини погодних умов тощо. Перефразування передбачає викидання слів з контексту, спотворення та перекручування інформації.

Дослідження клікбейт-заголовків у медіа є важливою темою, особливо в контексті впливу інформаційних платформ на сприйняття та поведінку аудиторії. Клікбейт-заголовки – це заголовки, які призначені привернути увагу користувачів і залучити їх до перегляду вмісту, часто за допомогою сильно емоційно заряджених або загадкових формулювань.

Дослідження такого типу включає аналіз кількості кліків, переглядів або взаємодій з контентом з різних джерел медіа. Це також буде досліджувати співвідношення між заголовками, які мають клікбейт-елементи, і реальним вмістом статей або відео, на які вони посилаються.

Науковиця І. Мудра перерахувала основні аспекти дослідження:

Аналіз заголовків: Систематичний аналіз клікбейт-заголовків для виявлення спільних шаблонів, мовних засобів та стратегій, які використовуються для привертання уваги.

Відслідковування реакції аудиторії: Спостереження за реакцією аудиторії на клікбейт-заголовки, включаючи кількість кліків, час, проведений на сторінці, і рівень взаємодії.

Вплив на довіру та перспективу читачів: Дослідження того, як використання клікбейт-заголовків впливає на довіру аудиторії до джерела медіа та сприйняття ними інформації.

Етичні аспекти: Розгляд етичних питань, пов'язаних із використанням клікбейт-стратегій у медіа та їх вплив на якість журналістики та сприйняття інформації [15, с.2].

Автори клікбейтів у заголовку відображають щось резонансне та незвичне, або виривають фрази з контексту та подають їх як вислови відомих особистостей.

Вивчення клікбейт-заголовків допомагають виявити можливі негативні наслідки використання, такі як зниження довіри до автора або видавництва, або неправильна інтерпретація контенту статті. Це призведе до наслідків для всього медіабізнесу, а також до складнішого взаємодії з читачами у майбутньому.

Завдяки дослідженням зрозуміло, які типи заголовків більш ефективні для різних типів контенту, наприклад, для наукових статей, новинних повідомлень або рекламних матеріалів. Це допоможе авторам та видавництвам вибрати більш ефективні заголовки та стратегії привернення уваги читачів.

Дослідниця Х. Дацишин пропонує також називати клікбейтними саме запитальні заголовки, відповідь яких у тексті є заперечною. Наприклад, у публікації під заголовком «Коли в Україну повернуться морози?» йдеться про те, що найближчим часом морозів не передбачається, натомість синоптики прогнозують дощі і мокрий сніг. Таким чином, заголовок говорить про те, що через якийсь час в Україні будуть морози і пропонує у тексті дізнатися, коли саме. Цим самим автор новини вводить отримувача інформації в оману. Підтримуємо думку Х. Дацишин, яка зауважила, що «Постійне використання клікбейтних заголовків свідчить про недотримання журналістських стандартів, а також сприяє зниженню рівня довіри до медіа» [3, с.7]. Дослідниця зазначає, що середовищем, де вони розповсюджуються, переважно є онлайнві видання, зокрема жовта преса. Автори таких видань мають на меті створити шокуючий та екстравагантний заголовок. Для цього вони навмисне спотворюють, спрощують тему та перекручують факти [3, с.8].

Підтримуємо розробки мовознавиці В. Кузь, яка докладніше перерахувала ознаки клікбейт-заголовків. До них належать: використання

числівників; невиправдане вживання великої кількості розділових знаків, наприклад, багато знаків запитань, знаків оклику чи крапок; незавершеність думки – заголовок обривається на різних частинах, як правило, на найбільш цікавій інформації; заклик до дії – прочитати, подивитися, проголосувати, дізнатися, зайти на сайт, довідатися правду, переглянути фото, відео чи інфографіку тощо; нав'язливість; звертання до отримувача інформації на ти, низка яскравих епітетів; поєднання буденних речей з незвичними тощо [12, с.2].

Дослідження клікбейт-заголовків є корисними для рекламодавців і маркетологів, які бажають залучити більше клієнтів через рекламні заголовки. Вони можуть вивчити техніки та стратегії написання заголовків, які будуть привертати увагу, але не будуть обманювати своїх потенційних клієнтів.

До фейків, на думку Г. Почепцова, варто додати ще більш ранні явища. «Папа Римський побачив перші фейкові новини в словах змія в раю, коли той розмовляв з Євою. З цього фейку і розпочалося людське гріхопадіння. При цьому Папа Римський дуже чітко позначає суть фейку: Термін фейкові новини серйозним чином обговорюється і дебатується» [17, с. 193]. Науковець має справу з неправдивою інформацією, заснованої на неіснуючих або змінених фактах, покликаних обдурити або маніпулювати з читачем. Поширення фейкових новин слугує досягненню конкретних цілей, впливу на політичні рішення, служити економічним інтересам. Ефективність фейків базується на їхній особливості імітувати справжні новини, здаватися правдоподібними. Ці фальшиві, що здаються достовірними новини «прив'язливі», оскільки вони захоплюють увагу людей, апелюючи до стереотипів і соціальних забобонів і експлуатуючи миттєві емоції, такі як занепокоєння, презирство, гнів і розчарування. «Здатність поширювати такі фейкові новини часто ґрунтується на маніпулятивному використанні соціальних мереж і способів їх функціонування. Неправдиві історії можуть

поширюватися так швидко, що навіть авторитетне спростування не зупинить завдані збитки» [17, с. 301] .

Сутність фейкових новин полягає в тому, що вони теж є «новинами», але новинами недостовірними у тому чи тому ступені. Фейковим новинам притаманні ознаки сенсаційності. Такі «новини» завжди матимуть певний успіх у недосвідченої аудиторії. Причому успіх фейкових новин у масовій аудиторії в більшості випадків буде вищим, аніж у новин справжніх. Фейкові новини креативні, сенсаційні, привабливі для маси людей своїм часто пікантним характером і, отже, більш цікаві їй, аніж тривіальні новини і факти.

На думку Г. Почепцова «багато залежить не від самих фейків і їх прихованих творців, а від споживачів інформації, які самі включаються до поширення брехливих новин» [17, с. 111].

Що стосується функційного навантаження фейкових новин, то І. Мудра виокремлює: дезінформування аудиторії; пропаганда власного бачення, політики чи позиції; виклик агресії; послаблення позиції індивідуума і змушення його засумніватися; породження паніки; зміна уставленої думки в аудиторії; спонукання по певної дії; активізація уваги і зацікавлення аудиторії; переконання аудиторії за допомогою вигаданих фактів; залякування аудиторії тощо. Ми спробуємо спочатку здійснити лінгвостилістичний аналіз текстів новин, які вивчаємо, адже для філолога важливим постає питання, які мовні засоби властиві фейковим новинам. «Мовні властивості фейкових новин включають використання сенсаційних заголовків, емоційно забарвлених висловів та навмисне викривлення фактів, що сприяє підвищенню їх вірусності та маніпулятивного впливу на аудиторію.» [15, с.8] .

У цілому, дослідження клікбейт-заголовків допоможуть покращити якість медіа-контенту та забезпечити більш ефективний спосіб взаємодії з читачами. Проте важливо пам'ятати, що якість контенту та його цінність є

найважливішими факторами для будь-якої публікації, тому що це те, що залишається в пам'яті читачів після того, як вони закінчили читання.

У сучасному світі, де інформація є однією з ключових валют, заголовки стають важливим елементом привертання уваги аудиторії в онлайн-медіа. Клікбейт-заголовки, які створюються для максимізації кількості кліків та переглядів і є в центрі уваги як для дослідників, так і для практикуючих у сфері медіа.

1.2. Клікбейт-заголовки в сучасних онлайн-медіа

Клікбейт – це спосіб привернення уваги користувачів до матеріалу, використовуючи заголовки, які обіцяють захоплюючий контент, але насправді не завжди відповідають дійсності. Такі заголовки зазвичай містять сенсаційні твердження, емоційні апеляції або шокуючі заяви, щоб залучити увагу читачів і змусити їх натиснути на публікацію.

Клікбейт став популярним у онлайн-медіа через те, що він дозволяє збільшити кількість переглядів і рекламних доходів, що отримують видавці. Однак, такий підхід зазвичай зводиться до натискання на короткострокову вигоду, ніж до створення якісного інформаційного контенту.

Такий спосіб створення заголовків не тільки спричинить розчарування читачів, але й стати причиною втрати довіри до видавців. Тому, хоча клікбейт здається привабливим для збільшення відвідуваності сайту, більш ефективним і довгостроковим підходом буде створення якісного інформаційного контенту з розумними, корисними і привабливими заголовками.

Клікбейт-заголовки в сучасних онлайн-медіа часто використовуються для зацікавлення аудиторії та залучення уваги до статей або відео. Вони включають загальні тези, які привертають увагу, але не завжди точно відображають зміст матеріалу. Такі заголовки сприяють поширенню спекуляцій, стереотипів або навіть фейків.

Наприклад, заголовок використовує загальні тези, щоб привернути увагу, але фактично бути перекрученим або перебільшеним. Це створює спотворене враження про те, що відбувається, і маніпулювати читачем чи глядачем. Такі заголовки часто надаються з метою залучення трафіку до веб-сайту або платформи, незалежно від того, наскільки точним або об'єктивним є їх зміст.

Крім того, використання клікбейту має й інші негативні наслідки. Наприклад, він сприяє поширенню фейкових новин, які намагаються зловживати чутливими темами для залучення уваги читачів. Клікбейт може стати причиною зростання числа «клік-ферм» – сайтів, які створюють тисячі статей з метою залучення багатьох кліків, а не для надання якісного контенту.

Клікбейт-заголовки поділяються на кілька видів залежно від їхньої характеристики та цілей. Деякі з найбільш поширених видів клікбейт-заголовків включають:

- Навмисний обман: заголовки, які містять неправдиву або перебільшену інформацію з метою привернути увагу аудиторії і збільшити кількість переглядів.
- Емоційна маніпуляція: заголовки, які використовують загострену мову або розмальовують ситуації у яскравих кольорах, щоб спровокувати емоційну реакцію від читачів.
- Використання сенсацій: заголовки, які використовують скандальні події або проблеми, щоб привернути увагу аудиторії.
- Заохочення до дії: заголовки, які намагаються переконати читачів зробити певну дію, наприклад, придбати товар, переглянути відео або підписатися на ресурс.
- Містифікація: заголовки, які надаються як заголовки новин, але насправді містять вигадки або сатиричний контент.
- Використання схожостей з популярними брендами або лідерами думок: заголовки, які намагаються залучити увагу аудиторії, використовуючи

ім'я відомої людини або популярного бренду, хоча немає жодного пов'язаного з ними контенту.

- Заголовки з таємницями або обіцянками: заголовки, які намагаються залучити увагу аудиторії, пропонуючи щось таємниче або обіцяючи розкрити якісь важливі секрети.
- Заголовки з привабливими зображеннями: заголовки, які використовують зображення, щоб залучити увагу читачів, хоча вони можуть бути не пов'язані з контентом.
- Заголовки, які порушують етичні норми: заголовки, які використовують шокуючі або непристойні вирази, щоб привернути увагу аудиторії.
- Заголовки, які використовують підступні методи: заголовки, які намагаються залучити увагу читачів, використовуючи підступні методи, такі як використання негативних відгуків або порівняння з конкурентами.
- Заголовки, які порушують правдивість: заголовки, які містять неправдиву інформацію, щоб привернути увагу аудиторії. Це стосується як фактів, так і тем, про які написано в заголовку.
- Заголовки з «кліше»: заголовки, які використовують загальноприйняті вирази або слова, щоб привернути увагу аудиторії, але не мають нічого нового або цікавого в своєму змісті.
- Заголовки, які використовують зневажливі висловлювання: заголовки, які використовують зневажливі висловлювання щодо конкретної людини, групи або ідеї, щоб привернути увагу аудиторії.
- Заголовки, які пропонують рішення на всі проблеми: заголовки, які обіцяють просте рішення на всі проблеми, що в своєму змісті є недостовірним або неможливим до досягнення.
- Заголовки, які спонукають до обману: заголовки, які використовують обманливі методи, щоб переконати читачів зробити певну дію, наприклад, поділитися особистою інформацією або купити підроблені товари [6, с 777].

Замість клікбейту, онлайн-медіа повинні ставити на перше місце якість свого контенту, корисність для читачів і їхні потреби. Заголовки повинні бути зрозумілими, інформативними і привабливими для того, щоб залучити увагу, але при цьому не вводити читачів в оману. Важливо робити акцент на фактах і перевірній інформації, щоб не сприяти поширенню неправдивої інформації [6, с 778].

Функції клікбейт-заголовків поділяються на дві категорії: для користувачів і для власників сайтів.

Функції клікбейт-заголовків для користувачів:

- Привернення уваги: заголовки, які використовують шокуючі, вражаючі або несподівані заявки, викликають більше уваги, ніж заголовки зі звичайним змістом.
- Підвищення цікавості: заголовки, які надають новий або неочікуваний погляд на відому тему, підвищують цікавість читачів і збільшити їхню зацікавленість у контенті.
- Збільшення взаємодії: заголовки, які стимулюють читачів коментувати, ділитися думками і взаємодіяти з контентом, сприяють збільшенню взаємодії на сайті.

Функції клікбейт-заголовків для власників сайтів:

- Збільшення кількості переглядів: клікбейт-заголовки збільшують кількість переглядів сторінок на сайті, що дозволяє збільшити популярність сайту.
- Збільшення рекламних прибутків: збільшення кількості переглядів дозволяє збільшити кількість рекламних переглядів і відповідно збільшити прибуток від реклами.
- Збільшення популярності сайту: сайти з більшою кількістю переглядів мають більше шансів на підвищення популярності в пошукових системах, що приведе до більшого трафіку на сайті.

Нарешті, відновлення довіри до онлайн-медіа є важливим елементом будь-якої ефективної стратегії медіа комунікацій. Це допомагає зберегти

аудиторію та вплив на неї, а й сприяє підвищенню рівня довіри до інформації, яка надходить до користувачів. Отже, важливо дотримуватися етичних стандартів і не використовувати клікбейт як спосіб привернення уваги читачів.

Крім того, потрібно враховувати інтереси та потреби своєї аудиторії. Саме вона є основою для успіху будь-якого онлайн-медіа і розуміти, що саме цікавить вашу аудиторію і яку інформацію вони шукають. На цій основі створювати якісний контент, який буде корисним для читачів і забезпечить стабільну аудиторію та зростання впливу на неї.

Для того, щоб відмовитися від клікбейту і розвивати якісний контент, потрібно використовувати різні підходи. Наприклад, створювати заголовки з акцентом на корисності, включати цікаві факти та статистику, давати поради та рекомендації. Також застосовувати різноманітні формати контенту, такі як відео, інфографіка, подкасти, що допоможе залучити аудиторію.

Крім того, потрібно дотримуватися етичних принципів при створенні контенту. Не можна маніпулювати або обманювати аудиторію, використовуючи зловживання заголовків або фейкову інформацію. Такий підхід не тільки втратить довіру аудиторії, але й порушити етичні норми журналістики та порушити законодавство. Важливо враховувати відповідальність за інформацію, яку ми публікуємо в онлайн-медіа. Часом неперевірена та недостовірна інформація, а й заподіє шкоду та призведе до серйозних наслідків. Тому важливо перевіряти інформацію та джерела, з яких ми беремо її [7, с 179].

Розвиток онлайн-медіа потребує постійного оновлення та розвитку. Необхідно слідкувати за трендами, новинами та інноваціями у медіа-середовищі, а й враховувати потреби та побажання своєї аудиторії. Тільки таким чином забезпечать успіх та стабільність свого онлайн-медіа.

Інші аспекти впливу клікбейту на сучасні онлайн-медіа включають його вплив на журналістику та стандарти інформаційної достовірності.

Завдяки поширенню клікбейту, деякі видання відступають від традиційних принципів об'єктивності та точності в медіа.

Втрата довіри до медіа: Коли читачі постійно стикаються з заголовками, які обіцяють одне, але не виправдовують очікувань, вони втрачають довіру до медіа.

Збурення інформаційного ландшафту: Клікбейт спотворює сприйняття громадськістю важливих подій та проблем. Оскільки статті, які використовують клікбейт, нерідко мають мало спільного зі своїми заголовками, це призведе до спотворення реальності та збурення інформаційного ландшафту.

Відволікання від суті проблем: Клікбейт відволікає увагу від справжніх проблем, змушуючи читачів зосередитися на сенсаційних заголовках замість на реальних проблемах, які варто вирішувати [23, с.2].

Збільшення кількості переглядів, це не завжди призводить до збільшення відомостей або рекламних прибутків. Рекламодавці можуть виявити, що такі перегляди не приносять реальних результатів, що вплине на їхню підтримку видань.

Клікбейт-заголовки стають все більш поширеними в сучасному цифровому середовищі з появою соціальних медіа та інших онлайн платформ. Ці заголовки є дуже емоційно зарядженими, сенсаційними або навіть шокуючими, і вони привертають увагу читачів.

Однак важливо розрізняти між заголовками, які просто зацікавлюють, і тими, що маніпулюють читачами або навіть дезінформують. Клікбейт-заголовки можуть перекручувати факти, перебільшувати проблеми або спотворювати події для досягнення певної реакції в аудиторії.

Ці заголовки часто використовуються для залучення уваги та збільшення кількості переглядів або підписників, а не завжди з метою передачі об'єктивної інформації. Читачам важливо розвинути критичне мислення та вміння аналізувати інформацію, щоб вони могли розрізняти між

об'єктивними джерелами та тими, що намагаються маніпулювати їхніми переконаннями або емоціями.

Таким чином, критичне оцінювання заголовків та активний пошук інших джерел інформації є важливими кроками для розуміння сучасних медійних дискурсів і уникнення маніпуляцій.

Додатково важливо враховувати, що клікбейт-заголовки не лише впливають на сприйняття конкретної статті або відео, але також мають подальший вплив на формування громадської думки та уявлень про різноманітні суспільні питання.

Ці заголовки викликають емоційні реакції, але при цьому не завжди передають об'єктивну та правдиву інформацію. Вони підштовхують читачів до вирішення, що ґрунтується на емоціях, а не на фактах та логіці.

Деякі клікбейт-заголовки засновані на стереотипах або навмисному спрощенні складних проблем. Це призведе до поглиблення поділу в суспільстві та підтримувати вплив стереотипів та упереджень.

Навіть якщо за метою таких заголовків стоїть привернення уваги до певної теми чи проблеми, важливо, щоб це не призвело подальшої дезінформації та недостовірної інтерпретації подій.

Для запобігання використанню клікбейту в онлайн-медіа застосовуються різні підходи. Один із них полягає у зосередженні на якості контенту та відмові від створення сенсаційних заголовків, які мають на меті привернути увагу, а не передати важливу інформацію. Важливо також використовувати об'єктивну мову та перевіряти джерела, щоб уникнути поширення неперевіреної інформації.

Інший підхід полягає у залученні аудиторії до створення контенту. Наприклад, запропонувати читачам створити свої власні матеріали та підібрати для них заголовки, що спонукають до уваги, але не обманюють. Це дозволить залучити аудиторію до процесу створення контенту, збільшити її інтерактивність та забезпечити більшу відповідність потребам читачів.

Розуміння того, як працюють маніпулятивні заголовки, допоможе нам більш об'єктивно оцінювати інформацію, яку ми сприймаємо. Важливо пам'ятати, що заголовок – це лише початок статті чи матеріалу, і наша реакція на нього визначить наше розуміння подій.

Одним із ключових аспектів розуміння маніпулятивних заголовків є підвищена уважність та критичне мислення. Ми повинні запитувати себе: чому цей заголовок привернув мою увагу? Яка може бути мета його автора? Чи відображає він дійсну суть матеріалу?

Крім того, корисно розвивати свою медійну грамотність, щоб розпізнавати маніпуляції та підривні медійні техніки. Це означає вміння аналізувати джерела, перевіряти інформацію за допомогою незалежних джерел та усвідомлювати можливі впливи стереотипів та емоційного навантаження на наше розуміння подій.

Отже, навчання власних стратегій реагування на клікбейт-заголовки є важливим аспектом. Це включає усвідомлення своїх емоційних реакцій, прийняття паузи перед реакцією та пошук додаткової інформації, щоб отримати більш об'єктивне уявлення про ситуацію.

Також важливо враховувати соціальну відповідальність при створенні контенту в онлайн-медіа. Наприклад, важливо уникати публікації матеріалів, що сприяють расизму, сексизму або будь-якій іншій формі дискримінації. Крім того, потрібно звертати увагу на проблеми екології та створювати матеріали, що сприяють її збереженню та підвищенню свідомості про необхідність захисту довкілля [25, с. 195].

Клікбейт-заголовки мають серйозні наслідки для суспільства та індивідів. Вони можуть посилити поділ та конфлікти у суспільстві, спричинити паніку або надмірні обурення, а також спотворювати громадську думку на певні теми.

Також враховувати, що вони впливають на емоційний стан та психологічне благополуччя людей. Постійна експозиція до подібних

заголовків, особливо якщо вони сповнені негативних емоцій, призведе до стресу, тривоги та втоми від інформаційного навантаження.

Крім того, клікбейт-заголовки сприяють поширенню дезінформації та фейків, що поглиблює проблему недовіри до медіа та загальної негативної динаміки у сприйнятті інформації.

У сучасному цифровому світі заголовки стали ключовим інструментом для привертання уваги читачів. Онлайн-медіа активно використовують заголовки як засіб привернення аудиторії та збільшення трафіку на свої ресурси. Проте, разом з цим зростає і рівень маніпуляції та спотворення інформації через використання заголовків.

Клікбейт-заголовки в сучасних онлайн-медіа часто використовують емоційне забарвлення, контекстні асоціації та загальну сенсаційність для того, щоб привернути увагу та викликати реакцію аудиторії. Вони можуть перекручувати факти, використовувати загальні твердження без належного контексту або навіть створювати штучні конфлікти для збільшення емоційного залучення.

Ці клікбейт-заголовки не лише спотворюють об'єктивність інформації, але й впливати на формування громадської думки та взаєморозуміння. Вони створюють ефект «клацання» «clickbait», який підштовхує користувачів до перегляду та поширення навіть без перевірки достовірності чи актуальності інформації.

У підсумку, онлайн-медіа зроблять значний внесок у суспільство, якщо вони зосередяться на створенні якісного та етичного контенту, який не маніпулює аудиторією та відповідає її потребам. Також важливо, щоб онлайн-медіа працювали над залученням аудиторії до створення контенту та забезпечували більшу взаємодію з читачами. Це можна робити через соціальні мережі, де читачі здатні висловити свої думки.

Тобто, онлайн-медіа повинні дотримуватися етики журналістики, яка передбачає точність, об'єктивність та незалежність від політичних, економічних та інших впливів. Важливо також відмовлятися від реклами, яка

містить недостовірну або маніпулятивну інформацію, а також враховувати інтереси читачів та визнавати їх право на доступ до інформації.

Отже, запобігання використанню клікбейту в онлайн-медіа можливо за умови створення якісного та етичного контенту, залучення аудиторії до процесу створення контенту та дотримання етики журналістики. Це дозволить забезпечити більшу довіру читачів та зробити онлайн-медіа більш корисними для суспільства.

1.3 Маніпулятивність гучних заголовків

Клікбейт-заголовки викликають негативний вплив на читачів з кількох причин. По-перше, вони часто спрямовані на захоплення уваги, навіть за рахунок викривлення або перебільшення фактів. Це призведе до сприйняття неправдивої або однобічної інформації. По-друге, такі заголовки можуть збентежити або збити з пантелику читачів, роблячи їх більш схильними до впливу емоцій. Це призведе до спотворення сприйняття подій або справжньої суті питань. У результаті цього знизитися рівень об'єктивності та критичного мислення серед аудиторії.

Такі заголовки негативно впливають на читачів. Вони часто спрямовані на виклик емоцій чи зацікавлення, а не на передачу об'єктивної інформації. Це призведе до спотворення реальності, зміни уявлень та впливу на поведінку читачів. Або ж створювати надмірне зацікавлення або паніку, а також спотворювати контекст інформації, що надходить далі. Вони впливають на сприйняття читачами подій, людей та ситуацій, зокрема викликаючи надмірний страх, обурення або негативні уявлення.

Ці заголовки пригнічують об'єктивне мислення та сприяти швидкому прийняттю рішень на основі емоцій, а не розумових процесів. В результаті, читачі реагуватимуть на інформацію без належного аналізу та обмірковування, що вплине на їхнє розуміння світу навколо себе.

Таким чином, клікбейт-заголовки створюють серйозний негативний вплив на читачів, спотворюючи їхнє сприйняття дійсності та руйнуючи можливість об'єктивного аналізу.

Клікбейт-заголовки – це заголовки, які спрямовані на виклик певних емоцій або реакцій у читачів, часто за рахунок перебільшення фактів, використання сенсаційних тем або навіть спотворення правдивої інформації. Ці заголовки є дуже шкідливими для сприйняття інформації та формування світогляду читачів з наступними наслідками:

Спотворення фактів: клікбейт-заголовки часто спотворюють факти або подають їх в такий спосіб, який призведе до неправильного сприйняття інформації.

Підвищення емоційної напруги: Ці заголовки часто створюють атмосферу паніки, страху або обурення серед читачів, що впливає на їх емоційний стан і сприйняття світу.

Вплив на прийняття рішень: клікбейт-заголовки впливають на рішення читачів, спонукаючи їх реагувати або діяти певним чином на основі емоцій, а не розуму або розсудливості.

Посилення поляризації: Ці заголовки часто підживлюють поляризацію суспільства, розділяючи людей на протилежні табори замість сприяння конструктивному діалогу та розумінню.

Підрив довіри до ЗМІ: Часті клікбейт-заголовки підризують довіру до медіа, оскільки читачі можуть почувати, що їм намагаються нав'язати певну думку або погляд [15, с. 4].

Клікбейт-заголовки можуть також порушувати принципи журналістики та етики, що підризують довіру до ЗМІ та інших джерел інформації. Коли читачі відчують, що їх намагаються обманути або використати для досягнення певної цілі, вони втрачуть інтерес до дійсно об'єктивної та достовірної інформації.

Більше того, клікбейт-заголовки відволікають від суті питання, роблячи акцент на сенсаційному аспекті та емоціях, а не на фактах і аргументації. Це

перешкоджає конструктивному діалогу та розумінню складних проблем, оскільки люди стають більш зацікавленими в емоційній реакції, ніж в обговоренні фактів і можливих рішень.

Нарешті, клікбейт-заголовки сприяють поширенню дезінформації та викликати паніку або хаос серед громадськості. Коли люди поширюють та вірять у неперевірені або спотворені інформаційні повідомлення, це матиме серйозні наслідки для суспільства, включаючи розпалення конфліктів або неправильне прийняття рішень.

Ще одним негативним наслідком маніпулятивних заголовків є те, що вони відволікають увагу від важливих та актуальних проблем, змушуючи людей зосередитися на чомусь менш важливому або навіть неправдивому. Це призводить до зниження рівня обізнаності громадськості з реальними подіями та проблемами, які потребують уваги та вирішення.

Крім того, клікбейт-заголовки поглиблюють політичну та соціальну розбіжність, роблячи акцент на конфлікті та контраверсії замість співпраці та згуртованості. Вони підживлюють ворожість та недовіру між різними групами людей, що призводить до подальшого поділу суспільства.

Отже, клікбейт-заголовки мають потенційно шкідливий вплив на сприйняття інформації та формування громадської думки. Вони сприяють дезінформації, спричиняти конфлікти та впливати на процеси прийняття рішень у суспільстві. Тому важливо бути обережними та критично оцінювати інформацію, яку ми зустрічаємо, а також уміти розрізняти маніпуляцію від об'єктивності.

Ще однією проблемою, пов'язаною з маніпулятивними заголовками, є їх вплив на психологічний стан та емоційний благополуччя читачів. Ці заголовки часто створюють атмосферу тривоги, страху та невпевненості, особливо якщо вони пов'язані з сенсаційними подіями або загрозами.

Постійне використання маніпулятивних заголовків призведе до перевтомлення та вигорання у людей, особливо тих, хто постійно піддається стресу через споживання подібної інформації. Такий негативний вплив на

емоційний стан матиме серйозні наслідки для психічного здоров'я та загального самопочуття [30, с. 210].

Крім того, клікбейт-заголовки призведе до зниження рівня довіри до ЗМІ та інших джерел інформації. Коли люди постійно натрапляють на заголовки, які спрямовані на маніпуляцію їхніми емоціями та переконаннями, вони стають менш схильними довіряти будь-якій інформації, навіть якщо вона об'єктивна та достовірна.

Тому, клікбейт-заголовки мають далекосяжні наслідки для суспільства, психологічного стану людей та довіри до ЗМІ. Важливо підкреслити необхідність відповідального підходу до формулювання заголовків та передачі інформації, щоб забезпечити об'єктивність, достовірність та етичність у спілкуванні з аудиторією. Часто спрощують складні питання або проблеми до рівня чорного і білого, не враховуючи всіх нюансів та контексту. Життя та суспільні явища зазвичай не є стільки чорно-білими, скільки це виглядатиме в маніпулятивних заголовках. Це призведе до неправильного розуміння проблеми та надмірного спрощення дискусій.

Клікбейт-заголовки часто використовують емоційно заряджені слова, загострені ситуації або загадкові обіцянки, щоб привернути увагу аудиторії і залучити її до перегляду контенту. Містять сенсаційні твердження, неперевірені факти або привернення уваги до скандальних аспектів. Вони часто використовують перебільшення, загадковість або суперлативи, щоб привернути увагу. Створюють враження того, що контент містить щось шокує, непередбачуване або важливе, щоб спонукати користувачів до натискання на них. В таких заголовках часто використовують велику кількість вигуків, підказок на «таємні» деталі або навіть прямі заклики до дії, такі як «Обов'язково перегляньте» або «Ви не повірите, що сталося!». Їхня мета – зацікавити користувачів і надихнути їх перейти на сторінку або відкрити контент.

А ще використовувати фрази типу «ексклюзив», «вибуховий розклад», «революційна відкриття» або «неймовірна правда» для надання важливості

інформації та привертання уваги. Вони часто намагаються створити враження неперевершеності або унікальності контенту, щоб залучити користувачів.

Клікбейт-заголовки включають в себе різноманітні стратегії для привертання уваги і збільшення кількості кліків. Деякі з них використовують сильні, емоційно заряджені слова, які викликають цікавість читачів і змушують їх бажати дізнатися більше. Інші обіцяють унікальну інформацію або розкриття секретів, що робить їх привабливими для аудиторії. Деякі клікбейт-заголовки використовують загальні теми або тенденції, щоб зацікавити читачів і спонукати їх перейти на сторінку. В цілому, мовні особливості клікбейт-заголовків полягають у використанні різноманітних прийомів, які мають на меті привернути увагу і збільшити кількість кліків на контент.

Крім того, вони часто привертають увагу до непередбачуваних або несуттєвих аспектів новини або події, викривляючи увагу громадськості від важливих тем. Це призведе до того, що громадськість не отримує повної картини подій і не може правильно розуміти сутність проблеми.

Клікбейт-заголовки викликають відчуття безпорадності та безнадійності серед читачів, особливо якщо вони непримиренні або панічні. Це призведе до зменшення зацікавленості громадськості у вирішенні проблеми або залученні до конструктивного діалогу.

Такі заголовки не лише викривають інформацію та спотворюють реальність, але й викликати негативні емоції та впливати на сприйняття та поведінку громадськості. Важливо розвивати критичне мислення та здатність аналізувати інформацію, щоб уникнути пасток маніпуляції та залишатися об'єктивними в оцінці новин та подій.

Ще однією негативною рисою маніпулятивних заголовків є те, що вони сприяють поширенню недостовірної інформації та фейків. Часто такі заголовки створюються з метою привернути увагу та спровокувати реакцію,

навіть якщо під ними фактично немає достовірних доказів або ж вони вигадані.

Крім того, клікбейт-заголовки призводять до зниження рівня довіри до ЗМІ та журналістики загалом. Коли читачі постійно зіштовхуються з заголовками, які не відображають суті матеріалу або спотворюють його, вони починають сумніватися у правдивості та об'єктивності всієї інформації, яку вони зустрічають.

Не останнім негативним аспектом є те, що клікбейт-заголовки поглиблюють поділ у суспільстві, підкреслюючи розбіжності та конфлікти. Замість сприяння конструктивному діалогу та пошуку компромісу, вони збільшуватимуть напруженість та агресію між різними групами та протилежними поглядами.

Клікбейт-заголовки використовують певні мовні особливості для привертання уваги та збільшення кількості переглядів. Зазвичай вони мають такі риси:

Таємничість: Заголовок створює враження, що він розкриватиме якусь важливу таємницю чи розколюється на частини, натякаючи на те, що «ви не повірите, що станеться далі».

Емоційна завантаженість: Використання слів та виразів, що викликають емоції, таких як «сльози», «сміх», «радість», «страх» та інші, для залучення уваги аудиторії.

Обіцянки результатів: Заголовок обіцяє читачеві вирішення певної проблеми або отримання бажаного результату, наприклад, «Як збільшити вподобання на Instagram вдвічі за один день».

Контекстуальність: Використання актуальних тем та трендів для привертання уваги, наприклад, «Новий трюк з кулінарії, який розчарує всіх шеф-поварів».

Питання та виклики: Заголовок ставить питання, що зацікавлюють аудиторію та викликають бажання дізнатися більше, або викликати читача на дію, наприклад, «Чи готові ви до найекстремальнішого випробування свого

життя?». Ці мовні особливості допомагають клікбейт-заголовкам привертати увагу та збільшувати кількість переглядів, навіть якщо вони не завжди точно відображають зміст матеріалу [27, с. 7].

Використання сенсаційних слів є однією з ключових характеристик клікбейт-заголовків. Вони мають сильний вплив на читача, викликаючи в нього почуття цікавості та потреби дізнатися більше. Такі слова є сенсаційними термінами, провокаційними заголовками, або словами, що створюють непередбачуваний сюжет. Використання сенсаційних слів у клікбейт-заголовках допомагає залучити більше уваги читачів і зробити заголовки більш привабливими для переходу на статті.

Емоційні звертання є ще однією характеристикою клікбейт-заголовків. Вони використовуються для того, щоб спонукати читача до певних дій або викликати сильні емоції. Ці звертання викликають радість, страх, захоплення, цікавість або невідомість. Використання емоційних звертань у заголовках допомагає залучити увагу та зацікавити аудиторію. Вони створюють емоційний зв'язок між автором та читачем, що збільшує ймовірність переходу на статтю.

Використання незавершених фраз є одним з ефективних прийомів у клікбейт-заголовках. Такі заголовки надають відчуття незавершеності і залишають читача підсвідомо зацікавленим. Вони приваблюють увагу, так як читачі хочуть дізнатися, як закінчиться фраза. Використання незавершених фраз створює відчуття небезпечності пропуску чогось важливого або нового і надихає читачів натиснути на заголовок, щоб дізнатися повну інформацію.

У результаті клікбейт-заголовки мають серйозний негативний вплив на сприйняття інформації та формування громадської думки. Вони підірвують довіру до медіа, спотворюють образ подій та глибше розуміння проблем, а також сприяють поділу та конфліктам у суспільстві [5, с. 348].

Негативний вплив маніпулятивних заголовків на читачів має кілька аспектів:

Спотворення реальності: клікбейт-заголовки часто перебільшують або спотворюють факти, щоб привернути увагу. Це призведе до неправильного розуміння суті подій та викликати спотворення реальності.

Стимулювання емоцій: Ці заголовки зазвичай спрямовані на виклик емоцій, таких як страх, обурення або цікавість. Через це вони впливають на емоційний стан читачів та спотворювати їхню реакцію на інформацію.

Поглиблення поділів: клікбейт-заголовки часто підкреслюють контраверсійні аспекти подій та поглиблюють соціальні поділ. Вони створюють атмосферу ворожнечі та непорозуміння між різними групами людей.

Зниження довіри до медіа: Постійний потік маніпулятивних заголовків призведе до втрати довіри до засобів масової інформації. Люди починають сприймати всю інформацію як суб'єктивну або неправдиву.

Відволікання від суті проблеми: клікбейт-заголовки часто створюють шум навколо несуттєвих аспектів подій, відволікаючи увагу від справжніх проблем та важливих питань [8, с. 156].

Крім того, клікбейт-заголовки сприяють виникненню «цифрового утомлення» або «інформаційного перенасичення», коли люди відчують перевантаження інформацією та втрачають здатність уважно сприймати та аналізувати новини. Це призведе до відчуття втрати контролю, дистресу та зниження мотивації до отримання нової інформації.

Проблемою є те, що клікбейт-заголовки часто звертають увагу на певні теми або події, залишаючи поза увагою інші, не менш важливі аспекти життя та суспільства. Це сприяє зокрема популярності певних тем, а в інших випадках зменшення уваги до проблем, які також вимагають уваги та вирішення.

Отже, клікбейт-заголовки можуть мати серйозний негативний вплив на сприйняття інформації та формування світогляду читачів. Важливо бути критичним до інформації, яку ми споживаємо, та розвивати навички аналізу

та розуміння контексту, щоб уникнути пасток маніпуляції та зберегти об'єктивне бачення світу навколо нас.

Висновки до розділу I

Заголовки в інформаційних матеріалах мають велику роль для привернення уваги читачів та залучення їх до читання публікації. Клікбейт-заголовки є одним з найбільш поширених типів в сучасних ЗМІ, які намагаються привернути аудиторію за допомогою емоційно навантажених слів, які часто перебільшують або спотворюють факти.

Отже, клікбейт-заголовки є популярним інструментом набору аудиторії в сучасних медіа. Вони мають як позитивний, так і негативний вплив на сприйняття інформації читачами, а також на якість та достовірність інформаційних матеріалів. Журналісти та редагувальні команди повинні враховувати відповідальність за використання клікбейт-заголовків та дотримуватися принципів об'єктивності та достовірності при створенні матеріалів. Крім того, важливо пам'ятати, що клікбейт-заголовки не повинні ставати перешкодою для доступу до важливої та об'єктивної інформації, яка необхідна для формування нашої свідомості та розвитку як суспільства.

Відзначимо, що у сучасному медійному середовищі конкуренція за увагу аудиторії надзвичайно висока, що часто призводить до зростання використання клікбейт-заголовків як засобу вирішення цієї проблеми. Проте, важливо розуміти, що надмірне використання клікбейт-заголовків порушує довіру між видавцями й читачами та впливати на репутацію ЗМІ. Тому необхідно збалансувати між залученням уваги і збереженням довіри шляхом використання об'єктивних заголовків, які відображають зміст статті чітко та точно. Такий підхід сприятиме підвищенню якості журналістики та забезпеченню доступу до достовірної інформації для широкої аудиторії.

РОЗДІЛ 2

ФУНКЦІОНУВАННЯ КЛІКБЕЙТ-ЗАГОЛОВКІВ В ОНЛАЙН-МЕДІА

2.1. Специфіка клікбейт-заголовків в онлайн-виданні «Знай.Ua»

«Знай.ua» – це онлайн-медіа, яке часто використовує клікбейт-заголовки та зміст, щоб залучити увагу аудиторії. Це українське онлайн-медіа, яке було засноване в 2015 році і швидко набуло популярності, потрапивши в топ –10 українських інтернет-медіа вже в 2016 році. Сайт пропонує новини українською мовою і належить до холдингу «Знай Медіа». Відоме своєю високою популярністю, але також зазнає значної критики за порушення журналістських стандартів. Згідно з даними Інституту масової інформації (ІМІ), сайт часто публікує матеріали з ознаками замовності (джинси) та маніпулятивний контент.

В 2018 році ІМІ включив «Znaj.ua» до «антирейтингу» українських ЗМІ за поширення недостовірної інформації. Сайт також був залучений до кампаній з поширення фейкових новин, наприклад, про скасування безвізу з ЄС.

У медіа, клікбейт використовується для збільшення кількості переглядів, коментарів або підписників, зазвичай з метою збільшення доходу від реклами. «Знай.Ua» – це українське онлайн-медіа, яке зосереджене на популяризації актуальних новин, цікавинок та корисної інформації. Основними напрямками діяльності цього медіа є політика, економіка, суспільство, культура, спорт, технології та інше. Основною аудиторією «Знай.Ua» є українські користувачі Інтернету, які цікавляться подіями в Україні та за її межами.

«Знай.Ua» прагне забезпечити своїм читачам об'єктивну та достовірну інформацію, а також привернути їхню увагу за допомогою цікавих заголовків та актуального контенту. Крім традиційних новин, медіа також публікують

аналітичні матеріали, інтерв'ю з громадськими діячами, аналіз суспільних тенденцій та інші матеріали, які є корисними для читачів.

Більшість заголовків на «Знай.Уа» спрямовані на привертання уваги читачів через сильні емоції і обіцянку цікавого, несподіваного або шокуючого контенту. Вони використовують загальні теми, що викликають інтерес, а також елементи та формулювання, що вибудовані для створення ілюзії невідомості або несподіваності. Також мають специфічні для певних тем або категорій, що відображають актуальні події, суспільні тенденції або цікавинки. Вони часто використовуються для створення цікавості до матеріалу, але іноді залишають бажання підвищити діапазон знань на певну тему, надаючи обіцянку корисної інформації. Крім того, заголовки на «Знай.Уа» містять елементи суспільного або культурного кокетування, щоб привернути увагу аудиторії, наприклад, використовуючи відомі або популярні меми, цитати відомих осіб або алюзії до популярних телешоу, кіно або інтернет-культури. Це дозволяє заголовкам стати більш доступними та цікавими для ширшої аудиторії.

Знай.уа, як і багато інших новинних та розважальних веб-сайтів, використовують клікбейт-заголовки для привертання уваги читачів і збільшення кількості переглядів. Це стратегічний хід, оскільки це збільшить трафік на сайті та залучити більше аудиторії. Однак це також призведе до того, що заголовки не завжди відображають точний зміст статей або викликають перебільшення сенсаційності. Це може бути дещо обтяжливим для користувачів, які шукають об'єктивні новини або інформацію.

Ще одна причина, чому «Знай.UA» та інші медійні ресурси використовують клікбейти, полягає в їхній фінансовій моделі. Багато з них отримують дохід від реклами, а кількість переглядів і відвідувань їхніх сторінок впливає на прибуток від рекламодавців. Таким чином, зацікавленість аудиторії є ключовим фактором у забезпеченні стабільного доходу.

Крім клікбейт заголовків, «Знай.ua» часто використовує також яскраві та емоційні зображення, щоб привернути увагу аудиторії. Це включає в себе фотографії зірок, несподівані кадри або маніпульовані зображення, які створюють враження неперевершеності або екстремальності подій. Такий підхід підсилює емоційну реакцію глядачів і збільшити їхню зацікавленість у матеріалі.

Важливо зазначити, що хоча ці методи є ефективними для залучення уваги, вони також впливають на довіру до джерела інформації. Читачам важливо бути критичними до такого типу контенту і завжди перевіряти достовірність інформації, щоб уникнути поширення місінформації або недостовірних фактів.

Специфіка заголовків на Знай.ua, подібно до багатьох інших онлайн-медіа, полягає в їхній емоційній та привабливій природі, спрямованій на залучення уваги аудиторії. Ось деякі особливості заголовків на цьому медіа:

Емоційність: Заголовки часто містять емоційні слова або фрази, які стимулюють емоційну реакцію у читачів. Наприклад, слова «шокуючий», «неймовірний», «вражаючий» часто використовуються для підвищення емоційного зв'язку. Ось декілька прикладів такої специфіки: *«Наталка Денисенко ділиться шокуючою історією про те, як її шестирічний син вижив у Чернігові під час ракетної атаки»* (<http://surl.li/svznu>).

Цей заголовок використовує клікбейт, оскільки він намагається привернути увагу аудиторії за допомогою емоційного звороту «шокуюча історія» та ім'ям відомої української акторки «Наталка Денисенко» без надання конкретних деталей чи контексту. Такий заголовок стимулює цікавість, але не передає об'єктивну або повну картину ситуації. Заголовок також використовує клікбейт за допомогою обіцянки відкрити «шокуючу історію», що може збудити цікавість та емоційну реакцію у читачів. Він створює враження, що читачі дізнаються про щось дуже несподіване або навіть дивовижне, що відбулося із шестирічним сином відомої особи, що, безумовно, приверне їхню увагу. Такий заголовок має за мету залучити

читачів і збільшити кількість переглядів, не розкриваючи всіх деталей, що стимулює бажання переглянути матеріал. Також прикладом є «Вас знову «надують», як дурнів: нові деталі, обличчя та дата виходу «Ілюзії обману 3»» (<http://surl.li/svzoo>). «Українців чекають важливі зміни у банкінгу: що впроваджує НБУ» (<http://surl.li/svzos>). «Вражаюче смачно: ніжній паштет з яєць за доступною ціною» (<http://surl.li/tykfd>).

Несподіваність: Заголовки містять обіцянку несподіваного або унікального контенту, який здивує аудиторію. Це представлено через фрази типу «ви не повірите, що сталося», або «найбільш несподівані факти». Наприклад, «Виплатять допомогу і отримаєте податкові бонуси: що треба знати» (<http://surl.li/svzoy>). Цей заголовок застосовує клікбейт, обіцяючи читачам інформацію про отримання допомоги та податкові бонуси. Він зацікавлює читачів, оскільки обіцяє вигоду та можливість отримати додаткові кошти. Такий заголовок стимулює цікавість та спонукає до перегляду матеріалу, надаючи враження, що стаття містить важливу та корисну інформацію, яку варто знати. Заголовок викликає емоційну реакцію читачів через обіцянку отримання додаткових коштів у формі допомоги та податкових бонусів. Він заохочує читачів переглянути матеріал, оскільки надає враження, що стаття допоможе їм отримати додаткові фінансові вигоди. Такий заголовок є привабливим для багатьох людей, оскільки він пропонує конкретні переваги, які зацікавлять читачів. Також прикладами таких заголовків є «Навіть з дивану можна не вставати: як оформити собі пенсію, не виходячи з дому» (<http://surl.li/svzpi>). «Подивіться на свої гроші і зрозумійте, що заощадити – можливо: що таке метод 50-30-20» (<http://surl.li/svzpp>). «Дешевше, ніж чашка кави: Vodafone запустив пільговий тариф, але не все так радісно» (<http://surl.li/svzpt>). «Лікарняні отримають не всі: українців попередили фахівці – можете залишитися без виплат» (<http://surl.li/tykfz>).

Виклик цікавості: Заголовки викликають цікавість у читачів, пропонуючи їм відкрити статтю, щоб дізнатися більше. Це буде досягнуто за

допомогою запитань, запрошень або загадок. Наприклад *«Якщо машина не заводиться, просто зробіть це: поради, які врятують вас на дорозі»*. (<http://surl.li/svzqgd>). Заголовок використовує клікбейт, оскільки обіцяє швидкі поради, які врятують у складній ситуації на дорозі. Така формулювання спонукає до перегляду матеріалу, надаючи враження, що стаття містить корисну інформацію, яка є важливою для читачів. Він також викликає емоційний відгук, оскільки створює враження нагальності та необхідності вирішення проблеми. Заголовок може збудити в читачах відчуття важливості та нагадати їм про можливість непередбачених обставин на дорозі, що стимулює їхню зацікавленість у знаннях, які допоможуть у подібних ситуаціях. Ще такі клікбейти у назвах *«У вас немає грошей через те, що ви неправильно підмітаєте: у які дні це дозволено робити»* (<http://surl.li/svzqi>). *«Українцям виплатять по 10 800 гривень на особу: хто отримає нову допомогу»* (<http://surl.li/svzqk>). *Як не зіпсувати салат: вирощуємо редиску без гіркоти* (<http://surl.li/tykgc>).

Ключові слова: Заголовки містять ключові слова, які актуальні для цільової аудиторії та тематики медіа. Це допомагає забезпечити високий рівень релевантності для користувачів, які шукають певний тип контенту. Прикладом є заголовок *«Залишився один день: українцям нагадали про обов'язкову процедуру»* (<http://surl.li/svzqo>).

Цей заголовок використовує клікбейт, оскільки він створює враження нагальності та важливості, а також обіцяє розкрити інформацію про процедуру, яка є обов'язковою для українців. Таке формулювання заохочує читачів переглянути матеріал, спричиняючи в них відчуття цікавості та потребу знати більше про те, що могло бути незабаром. Ключовим словом тут є «Залишився один день» тим самим підганяє читача клікнути на посилання.

Цей заголовок також активно використовує елемент несподіваності та таємничості, оскільки не розкриває конкретної процедури або події, що має

відбутися. Він зацікавлює читачів, викликаючи в них бажання дізнатися, про що саме йдеться, та яка процедура має важливе значення для них.

Ці характеристики допомагають Знай.ua привернути увагу аудиторії і підвищити кількість переглядів свого контенту. Однак важливо пам'ятати, що ці заголовки будуть спрощеними або емоційно забарвленими, тому читачам рекомендується бути обережними та критичними щодо інформації, яку вони споживають.

У цьому медіа використано багато клікбейтів через різні причини. Вони застосовуються для привертання уваги аудиторії, збільшення популярності матеріалів, залучення більшої кількості трафіку на сайт, монетизації через рекламу та для швидкого впливу у конкурентному медіа-середовищі. Використання клікбейту є важливим стратегічним підходом для залучення уваги читачів, але важливо також забезпечувати якісний та цінний контент, щоб зберегти довіру та інтерес аудиторії.

Специфіка клікбейт-заголовків у «Знай.UA» полягає в їхній емоційно-зарядженій та закликальній формі. Вони часто обіцяють захопливі історії, несподівані оберти подій або корисні поради, які викликають цікавість у читачів і стимулюють їх переглянути матеріал. Такі заголовки короткі, але вони ефективно захоплюють увагу, викликаючи емоційну реакцію та бажання дізнатися більше. У цьому медіа клікбейт-заголовки особливо візуально привабливі, часто використовуючи яскраві кольори, великі шрифти та відмінні відбитки, щоб вони були помітні на сторінці або у стрічці новин. Це підвищить їхню ефективність у набиранні аудиторії, особливо у цифровому середовищі, де конкуренція за увагу є високою. Такий підхід дозволяє медіа вирізнятися та привертати користувачів серед інших матеріалів у соціальних мережах або на веб-сайтах.

Використання клікбейту у цьому медіа зумовлене конкурентною боротьбою за аудиторію в цифровому середовищі. У світі, де користувачі мають доступ до безлічі джерел інформації, медіа змушені боротися за кожного читача. Тому вони використовують виразні та емоційно заряджені

заголовки, щоб залучити читачів і забезпечити вищу конверсію та більшу популярність своїх матеріалів.

2.2 Функціонування провокативних заголовків «BBC Україна»

«BBC Україна» — це гілка світової медіакомпанії BBC, спеціалізована на покритті подій, які стосуються України та української аудиторії. Це онлайн-платформа, яка надає широкий спектр новин, аналітичних матеріалів, відео-та аудіоматеріалів, а також інтерактивних проєктів.

«BBC Україна» прагне забезпечити об'єктивне та достовірне покриття подій в Україні, дотримуючись стандартів журналістики BBC. Вони зосереджуються на різноманітних темах, включаючи політику, економіку, суспільство, культуру, спорт та інше.

Онлайн-платформа «BBC Україна» доступна через веб-сайт та мобільні додатки, що дозволяє користувачам отримувати свіжі новини та аналізи в будь-який час та в будь-якому місці. Також медіа активно використовують соціальні мережі для поширення свого контенту та взаємодії з аудиторією.

«BBC Україна» має багато рубрик, які охоплюють різноманітні теми, такі як здоров'я, технології, кримінальна хроніка, соціальні питання тощо. Це робить видання цікавим та корисним для різних аудиторій.

Проте, як і в багатьох медійних організаціях, у «BBC Україна» іноді помітно використання клікбейт-заголовків. Це заголовки, які призначені привернути до себе читача і спонукати його перейти на статтю, але не завжди відображають справжню суть матеріалу або можуть бути перебільшеними.

Клікбейт-заголовки поділяються на кілька видів в залежності від їхньої характеристики та цілей. То ж розглянемо такі заголовки в онлайн-виданні «BBC Україна», що є відомим джерелом новин та інформації з України та світу. Загальний стиль видання є об'єктивним та професійним. Статті зазвичай містять докладну інформацію, а також різні точки зору на тему.

Вони написані легкою для сприйняття мовою, що дозволяє широкому колу читачів зрозуміти зміст.

Наприклад, заголовки, які містять емоційно заряджені слова або фрази, або ті, які стверджують щось шокує або несподіване, часто використовуються для зацікавлення аудиторії. Однак важливо розрізняти між заголовками, які просто привертають увагу, і тими, які спотворюють факти або надають неправдиву інформацію. Наприклад *«Курка розбрату. Рецепт всесвітньо відомої страви, за який б'ються у суді»* (<http://surl.li/ubqzp>). Або ж *««Шторм століття» у Криму. Море розтрощило берегову лінію»* (<http://surl.li/ubrap>). *««Дому вашого немає!»: історія 90-річної Валентини з Херсона»* (<http://surl.li/ubrbrf>).

У деяких випадках, клікбейт пов'язаний з використанням сенсаційних або провокативних тем, які привертають глядачів. Наприклад, заголовки про скандальні події, розслідування або контroversійні теми які є популярними серед аудиторії та використовуватися для залучення уваги.

Однак, важливо пам'ятати, що використання клікбейт-заголовків вплине на довіру глядачів до медіаорганізації. Якщо вони відчують, що заголовок не відображає справжню суть матеріалу або є маніпулятивним, це призведе до зменшення довіри та відмови від співпраці з цією медіаорганізацією.

Таким чином, важливо зберігати баланс між привертанням уваги аудиторії та збереженням довіри, надаючи достовірну та об'єктивну інформацію в усіх матеріалах, незалежно від форми їх представлення.

Хоч клікбейт і є ефективним способом залучення аудиторії, важливо, щоб зміст, який приховується за такими заголовками, був достовірним і відповідав реальності. «ВВС Україна», як професійна медіаорганізація, має зобов'язання до своєї аудиторії надавати об'єктивну та достовірну інформацію, незалежно від форми її представлення.

Хоч медіа і користується довірою та популярністю серед читачів, проте має приклади дезінформативних клікбейт-заголовків. Так, заголовок *«Чи є*

хімічна загроза від вибухів у Павлограді?» (<http://surl.li/gtqxq>) може бути віднесений до типу клікбейту, що називається «феєричний заголовок». Такий заголовок містить драматичні, провокативні або сенсаційні елементи з метою привернути увагу читача та спонукати його відкрити статтю. У цьому випадку заголовок містить феєричний елемент – загрозу хімічної катастрофи, яка є шокуючою та страшною для читача. Однак, як вже було зазначено, наповнення статті не містить необґрунтованих тверджень чи намагань зловживати емоціями читача. Цей заголовок вміщує провокативну і неточну інформацію. Наразі немає достовірної інформації про те, чи була відчутна хімічна загроза в Павлограді внаслідок вибуху. Місцева влада запевнила, що проведені заміри показали, що повітря – чисте, і інформацію про забруднення «розганяли» у соцмережах з метою посіяти паніку. Проте припущення, що ракета влучила у місцевий хімічний завод, який виробляє вибухівку для ракет, є можливим. Місцеві жителі не знають точно, куди саме влучила ракета, і деталей про пошкодження промислового підприємства не надали.

Ще прикладом таких заголовків є публікації *«Зеленський про мобілізацію – закон буде найближчими днями, але вичищати його не можна»* (<http://surl.li/sixke>). *«Повне сонячне затемнення. Як воно впливає на світ довкола та на нашу психіку»* (<http://surl.li/sixkm>). *«Папу римського критикують за приниження геїв. Що він сказав»* (<http://surl.li/ubrbr>).

«Сонячне затемнення в Україні. Де і коли воно буде», цей заголовок відноситься до типу клікбейту *«сенсаційна новина»*, оскільки він намагається залучити читачів, зацікавивши їх подією, яка є досить вражаючою та емоційно насиченою. Проте назва не надає достатньо інформації про саме затемнення, що змусить читачів клікати на посилання. Заголовок вважається клікбейтом, оскільки він намагається привернути увагу користувачів, аби вони клікнули на статтю, аби дізнатися деталі про сонячне затемнення в Україні (<http://surl.li/gtrcc>). Ось ще приклад таких заголовків: *«Тримали вдома 159 котів і сім собак. Чому парі заборонили домашніх улюбленців»*

(<http://surl.li/sixqb>). *«Трирічна дівчинка скаржилася на монстрів у своїй кімнаті. Виявилося, що це 60 тисяч бджіл»* (<http://surl.li/ubrcl>).

«Як ультраоброблена їжа впливає на здоров'я. Результати дослідження шокують» (<http://surl.li/sixmb>). Цей заголовок має емоційне забарвлення і прямо вказує на те, що результати дослідження шокують. Це створює враження, що нові відкриття мають серйозний вплив на здоров'я людей, ймовірно, вказуючи на негативні наслідки вживання ультраобробленої їжі. Цей клікбейт називається «захоплююче закінчення», тому що читають початок речення, здається нічого особливого, тільки дочитавши до кінця, читач переходить за посиланням. Такі заголовки на «BBC Україна» є досить поширені, як-от *«Зеленський: Росія готує додаткову мобілізацію 300 тис. військових. Скільки мобілізує Україна?»* (<http://surl.li/sixoj>). *«Зірка «Арсеналу» Зінченко розповів BBC про мобілізацію: якщо покличуть, він поїде на війну проти Росії»* (<http://surl.li/sixou>). *«Президентом Мексики може стати жінка. Це одна з найкривавіших кампаній в історії країни»* (<http://surl.li/ubrcr>).

Хоча «BBC Україна» відома своєю професійністю та надійністю, вони іноді можуть використовувати клікбейт-заголовки для привертання уваги аудиторії. Ось кілька типових прикладів таких заголовків:

Заголовки-загадки: Іноді заголовки містять загадки або таємничі заяви, які залишають читачів у невизначеності щодо суті матеріалу, змушуючи їх перейти на сторінку для отримання відповіді. Наприклад заголовок *«Якою буде війна та російський наступ влітку 2024-го»* (<http://surl.li/sumuy>). Аналізуючи цей заголовок, очевидно, що він має потужний емоційний заряд для читачів за рахунок використання ключових слів «війна» і «російський наступ». Такі слова мають сильну емоційну вагу, що збуджує цікавість і зацікавленість аудиторії. При цьому, заголовок не надає жодної конкретної інформації щодо контексту або підтверджень своїх тверджень. Він залишається загадковим і таємничим, заохочуючи читачів перейти на сторінку, щоб дізнатися більше про те, що відбувається. Цей заголовок

класифікований як клікбейт через свою спроможу створювати емоційне напруження та зацікавленість, не надаючи при цьому достатньо контексту або деталей. Ось декілька прикладів заголовків, в яких за основу взято таємничість і не розкриття матеріалу. *«Чому Польща так довго вирішує, що робити з українськими біженцями»* (<http://surl.li/svyqz>). *«США розблокували гроші та зброю для України. Як це сталося і що далі»* (<http://surl.li/svyrf>). *«Мобілізація і нові правила ВЛК. Хто стане придатним, а хто непридатним»* (<http://surl.li/ubrdr>). *«Гривня вже понад 40. Що відбувається і який курс буде далі»* (<http://surl.li/ubrdx>).

Пропонування шокуючих тез: «ВВС Україна» використовує заголовки, що пропонують шокуючі тези або прогнози, навіть якщо вони не відповідають дійсності в матеріалі. До прикладу наведемо *«Маємо викинути Путіна з України. Словаки всупереч політиці уряду зібрали два мільйони на снаряди для ЗСУ»* (<http://surl.li/svyuy>). Цей заголовок має елементи клікбейту, які роблять його клікабельним.

Контроверсійний зміст: Викидання Путіна з України – це заява, що викликає емоційну реакцію у людей, особливо в контексті напружених відносин між Україною і Росією.

Неочікуваний оборот: У заголовку згадується, що словаки, які мають різницю у політичних поглядах зі своєю урядовою владою, збирають кошти на снаряди для Збройних Сил України. Це несподіваний оборот, який зацікавить читачів.

Цифри: Використання цифр, таких як «два мільйони», робить заголовок конкретнішим і привертає увагу.

Аналізуючи заголовок, можна зрозуміти, що він містить складові, які залучають увагу читачів і спонукати їх перейти на статтю, щоб дізнатися більше про цю несподівану і контроверсійну ситуацію. Однак важливо пам'ятати, що заголовок є спрощеною або перекошеною версією фактів, і перед сприйняттям новин варто дізнатися більше інформації. Такий тип заголовків досить популярний в медіа, тому можна навести ще декілька таких

прикладів *«Дітей використовували як піддослідних кроликів. Скандал із зараженою кров'ю в Британії»* (<http://surl.li/svyyr>). *«Чи стане людина безсмертною і чого не можуть квантові комп'ютери. Фізик Мічіо Каку – про наближення нової ери»* (<http://surl.li/svyww>). *«Виверження вулкану в Ісландії!!!»* (<http://surl.li/ubrew>).

«BBC Україна» є одним із провідних новинних джерел, проте деякі їхні матеріали мають клікбейтовий нахил. Хоча їхня журналістика зазвичай відзначається високою якістю та об'єктивністю, деякі заголовки є трохи вигадливими, щоб привернути увагу аудиторії. Наприклад, помітно використання сенсаційних заголовків або акценту на скандальних подіях для залучення читачів. Такий підхід, хоч і забезпечить велику кількість переглядів, часто зводить на спрощення або перекручення фактів. Таким чином, хоча «BBC Україна» є надійним джерелом новин, важливо бути критичним до деяких їхніх заголовків і перевіряти інформацію з декількох джерел перед прийняттям відповідної думки чи враження.

Відзначимо, що заголовки на «BBC Україна» є достатньо інформативними, проте містять багато яскравих чи провокативних елементів, що могли б викликати непотрібний ажіотаж серед читачів.

«BBC Україна», як і багато інших медіа, іноді використовує клікбейт-заголовки або контент, щоб привернути увагу аудиторії та збільшити кількість переглядів. Це є частиною їх стратегії залучення аудиторії, особливо в умовах конкуренції на ринку медіа. Проте важливо пам'ятати, що така практика впливає на довіру до медіа, яка є ключовою для будь-якого незалежного інформаційного джерела. Крім того, сучасна медіасфера часто знаходиться під тиском привернення аудиторії в умовах інформаційного перенасичення та конкуренції. Заголовки, які є клікабельними, і є ефективним способом привернути читачів до важливих тем і матеріалів. Проте, щоб такі заголовки відображали суть матеріалу і не призводили до спотворення фактів або створення неправдивих очікувань. Тому

відповідальність за збереження об'єктивності та достовірності інформації лежить на журналістах та редакційних колективах.

Отже, використання клікбейт-заголовків є виправданою стратегією з приводу збільшення кількості переглядів та привернення уваги до новин. Важливо дотримуватись етики та не перевищувати межі допустимого в інтересах створення якісного та достовірного інформаційного продукту.

2.3 Мовні особливості клікбейтів у медіадискурсі «УНІАН»

«УНІАН» – це один з найбільших українських новинних агентств та онлайн-платформ. Засноване у 1993 році, це медійне агентство відоме своєю широкою галузевою палітрою: політика, економіка, спорт, культура, технології, наука та багато іншого.

«УНІАН» пропонує широкий спектр інформаційних послуг, у тому числі текстові новини, фото- та відеоматеріали, а також подкастинг. Сайт агентства регулярно оновлюється, щоб забезпечити своїм читачам актуальні новини та інформацію. «УНІАН» відзначається не лише новинним потоком, а й широким спектром послуг та рубрик. Окрім стандартних новин, вони також надають аналітичні матеріали, інтерв'ю, коментарі експертів та репортажі. Їхні рубрики охоплюють різноманітні теми, від політики та економіки до культури та спорту, задовольняючи різноманітні інтереси своєї аудиторії.

«УНІАН» також відомий своєю активною позицією в соціальних мережах. Вони публікують свої матеріали на популярних платформах, таких як «Facebook», «Twitter», «Instagram» тощо, що дозволяє їм залучати більше читачів та взаємодіяти з аудиторією в реальному часі.

Крім того, «УНІАН» має добре розвинену мобільну версію свого сайту та власний додаток для смартфонів, що робить їх контент доступним для читачів у будь-який час та в будь-якому місці.

«УНІАН» є важливим джерелом інформації для українського та міжнародного аудиторії, завдяки своєму широкому охопленню подій, якості журналістики та різноманітності контенту. Онлайн-платформа «УНІАН»

володіє великою аудиторією як в Україні, так і за її межами, завдяки своєму високому стандарту журналістики та швидкому реагуванню на події. Крім того, вони також активно використовують соціальні мережі для поширення своїх матеріалів та взаємодії з аудиторією.

Емоційні слова, що викликають сильні емоції у читачів, наприклад: «шокуючий», «сенсаційний», «неймовірний». Заголовки, що залишають певну інформацію або запитання нерозкритими, навіюючи цікавість і бажання дізнатися більше. Обіцяння читачеві отримати щось велике або несподіване, наприклад, «дивовижний спосіб втратити вагу без зусиль». Апеляція до почуттів гордості або цікавості, наприклад, «топ-секретні факти, які ви ніколи не знали». Звучання заголовків, які створюють враження важливої інформації без її розкриття. Використання загадковості та таємничості для привертання уваги. Звернення до емоційних аспектів, таких як цікавість, страх або захоплення. Перебільшення або вигадкування фактів, щоб зробити заголовок більш привабливим.

Користування запрошеннями до дії, щоб стимулювати читачів клікати на заголовок, наприклад: «Дізнайтеся зараз!», «Перегляньте це!», «Не пропустіть!». Використання заголовків зі зворотним підсумком, які обіцяють розв'язати проблему або відкрити таємницю, наприклад: «Відкрийте секрет успішного життя!». Заголовки з обіцянкою вирішення проблеми читача, наприклад: «Простий спосіб подолати стрес за 5 хвилин на день». Застосування в тексті цифр і списків для привертання уваги, наприклад: «10 способів поліпшити своє здоров'я зараз!». Включення загадкових або неочікуваних елементів у заголовок, що спонукає до дії, наприклад: «Що сталося з цією зіркою?».

Хоча «УНІАН» є великим та поважним новинним агентством, на жаль, часом на їхньому сайті можна знайти матеріали, які мають ознаки клікбейту. Це статті або заголовки, які надмірно заохочують користувачів клікати на них, використовуючи емоційно завантажені фрази або обіцянки.

Існує кілька причин, чому деякі медійні видання використовують клікбейт. По-перше, вони сподіваються збільшити свій трафік та отримати більше рекламних доходів. Клікабельні заголовки привертають більше уваги користувачів, але це не завжди означає, що сама стаття має високу якість або об'єктивність.

По-друге, конкуренція в інтернет-медіа сфері дуже велика, і видання використовують клікбейт, щоб вирізнитися серед інших та залучити увагу аудиторії.

Однак важливо пам'ятати, що клікбейт підриває довіру читачів та впливати на репутацію видання в цілому. Якщо користувачі почуваються обдуреними або розчарованими після перегляду матеріалу, вони уникають такого видання у майбутньому. Тому важливо зберігати баланс між привабливими заголовками та якісним, об'єктивним контентом.

Використання клікбейту впливає на загальний рівень довіри до журналістської професії. Якщо читачі постійно зіткаються з обманливими заголовками або матеріалами, вони стають більш схильними сумніватися у достовірності та об'єктивності новинного джерела. Це може підрвати довіру громадськості до журналістики як цілісної галузі.

Крім того, використання клікбейту впливає на сприйняття суспільно важливих подій та проблем. Замість того, щоб зосереджуватися на фактах та об'єктивному аналізі, клікбейт-заголовки спрямовують увагу громадськості на контент, який має вищий рівень емоційності або шокowości. Це призведе до викривленого розуміння подій та проблем, а також погіршити якість громадського обговорення.

Мовні особливості клікбейтів у інформаційному агентстві «УНІАН» мають такі риси:

Емоційно завантажені заголовки: Клікбейт-заголовки часто використовують емоційно заряджені слова або фрази, щоб зацікавити та привернути увагу читача. Наприклад *«Сила Волі: Нові вражаючі можливості для всіх нових абонентів Volia»* (<http://surl.li/dbtah>). Заголовок

спрямований на створення емоційно-мотиваційного контексту та підкреслення новизни і вражаючості пропозиції для аудиторії, що вже або буде користуватися послугами компанії Volia. Додатково, заголовок акцентує увагу на можливостях, що відкриваються для нових абонентів компанії Volia. Він спонукає читача замислитися про те, які переваги та можливості принесе укладення нового абонентського контракту з Volia. Такий заголовок сприймається як запрошення до дослідження новинки або відкриття щось нового та захопливого.

Слово «*вражаючи*» використано в заголовку, щоб підкреслити, що представлені можливості для абонентів Volia є особливо вражаючими або захоплюючими. Це слово викликає у читачів емоції зацікавленості та допомагати підсилити враження від пропозиції, що пропонується. Такий прийом мови має на меті залучити увагу аудиторії та підвищити її зацікавленість в оголошеній новій можливості. Ось декілька прикладів таких заголовків: «*Шок: 10 квітня – а у Києві вже відкрився пляжний сезон*» (<http://surl.li/svzzt>). «*Буде катастрофа: названі найнебезпечніші ділянки синьої гілки київського метро*» (<http://surl.li/swaac>). «*«Перетворили на Бахмут за 5 днів»: військовий розповів про атаку РФ на Вовчанськ*» (<http://surl.li/ubrhb>).

Заголовки, які містять запитання: Такий підхід спонукає читача задуматися та зацікавитися відповіддю, що може бути в статті. Приклад: «*Старший на 10 років: з'явилося фото бойфренда Мішель Андраде, якого вона приховувала*» (<http://surl.li/svzyy>). Цей заголовок вважається прикладом клікбейту, оскільки він зацікавлює читачів та стимулює їх натискати на статтю, щоб подивитися фотографії бойфренда Мішель Андраде. Такі заголовки зазвичай використовуються для привертання уваги до особистих деталей знаменитостей, але не завжди є об'єктивними чи повними за фактами. Важливо підходити до таких матеріалів з розумінням і критичним мисленням. Заголовок має за мету привернути увагу читачів, викликати цікавість та стимулювати їх переглянути статтю. Він передає ідею, що стаття

містить інформацію про особу, яку Мішель Андраде приховувала, і спонукає читачів дізнатися більше про цю ситуацію. Такий заголовок є ефективним у привертанні уваги, особливо в контексті розділу про знаменитостей або розважальні новини. Однак важливо пам'ятати, що не завжди заголовок відображає повну об'єктивність та контекст інформації, яка міститься в статті. Ще приклади таких заголовків «Настя Приходько потрапила в ДТП: «Злякалася неймовірно» (фото)» (<http://surl.li/svzzj>). «Падіння, політ, випали зуби: 5 найпоширеніших снів та їхні приховані значення» (<http://surl.li/svzzn>). «Чому не можна їсти сире тісто: вчені назвали несподівану причину» (<http://surl.li/ubrhn>).

Обіцянки про ексклюзивність або шокуючі відкриття: Заголовки обіцяють читачеві якісь унікальні або несподівані факти, що зацікавлять його. Наприклад: «Барселона сенсаційно втратила очки в Ла Лізі, суперник забив фантастичний гол» (<http://surl.li/swaao>).

Цей заголовок також має відтінок клікбейту, оскільки він зацікавлює футбольних шанувальників та стимулює їх переглянути статтю, щоб дізнатися деталі матчу. Використання слів «сенсаційно» та «фантастичний» надає заголовку емоційного забарвлення та підсилює інтригу. Такі заголовки часто використовуються в спортивних новинах для привертання уваги до конкретних подій чи досягнень у спорті. Однак важливо звернути увагу на те, що заголовки не завжди відображають всю об'єктивну картину подій та можуть бути спотвореними з метою привернення уваги. Заголовок створений для того, щоб привернути увагу футбольних уболівальників та зацікавити їх подіями у світі футболу. Використання слова «сенсаційно» наголошує на несподіваності результату матчу, а «фантастичний гол» викликає інтригу та захоплення. Такі заголовки зазвичай використовуються для підсилення емоційності та інтриги, що приверне більше уваги до статті про футбольні події. Ще прикладом є «Сенсаційне відкриття ізраїльських вчених: виявлені нові ділянки Стіни плачу» (<http://surl.li/swabc>). «Стародавній череп із раком

мозку відкрив науковцям таємницю єгипетської медицини» (<http://surl.li/ubrii>).

Вживання сенсаційних фраз і загальних тверджень: Клікбейт-заголовки часто мають фрази, які залишаються загадковими або не конкретизують свої обіцянки, наприклад: *«Неймовірно високий рівень небезпеки: Гуменюк розповіла про загрозу з Чорного моря»* (<http://surl.li/swabg>). Цей заголовок типовий приклад клікбейту. Він зацікавлює читача за допомогою фрази «Неймовірно високий рівень небезпеки», що спонукає його переглянути статтю, щоб дізнатися про природу цієї загрози. Використання слова «неймовірно» підсилює емоційне навантаження, а «загроза з Чорного моря» викликає інтригу та цікавість. Такий заголовок є ефективним у привертанні уваги до статті, особливо якщо вона стосується актуальних подій або потенційно небезпечних ситуацій. Однак важливо пам'ятати, що заголовки не завжди повністю відображають контекст або об'єктивну картину ситуації, тому важливо читати статтю з урахуванням цього. Ще до таких заголовків можна віднести *«Опубліковано неймовірні кадри сонячного затемнення 8 квітня: коли чекати наступне (відео)»* (<http://surl.li/swabk>). *«Який вигляд має страшна дівчинка Самара з «Дзвінка»: ви не повірите своїм очам»* (<http://surl.li/swabm>).

Персоналізація інформації: Заголовки намагаються привернути увагу, звертаючись безпосередньо до читача, наприклад, використовуючи слова «тобі», «вам», «вас», що створює враження особистої важливості. Наприклад: *«Названо 8 ознак того, що ви більш емоційно зрілі за інших людей»* (<http://surl.li/swabt>). Цей заголовок також є прикладом клікбейту, оскільки він зацікавлює читача, пропонуючи список ознак, які вказують на його емоційну зрілість. Зазвичай такі заголовки привертають увагу, оскільки багато людей зацікавлені в підвищенні своєї емоційної зрілості. Однак важливо розуміти, що такі списки є суб'єктивними та необ'єктивними, а їх метою просто залучити увагу аудиторії та збільшення кількості переглядів статті. Тому важливо критично ставитися до таких матеріалів і аналізувати їх з

урахуванням контексту та авторитетності джерела. Ще прикладами є «Що відбувається з кров'яним тиском, коли ви перестаете їсти яйця» (<http://surl.li/swacc>). «Що станеться з вашим тілом, якщо ви будете їсти суші щодня» (<http://surl.li/swacg>). «Фрукти та овочі можуть значно покращити ваш сон: дослідники пояснили, як це працює» (<http://surl.li/ubrjr>). «Відмова від одного продукту зробить ваше обличчя кращим і ось чому» (<http://surl.li/ubrjw>).

Ці мовні особливості спрямовані на залучення уваги читача та максимізацію кількості кліків, але не завжди відображають об'єктивну та достовірну інформацію.

На «УНІАН» можна знайти певну кількість матеріалів, які мають ознаки клікбейту. Хоча це поважне новинне агентство, воно, швидше за все, стикається з тиском конкуренції в онлайн-медіа та потребою привертати увагу аудиторії. Таким чином, іноді їхні заголовки є емоційно зарядженими або обіцяти більше, ніж фактично містять у матеріалі. Однак це не означає, що всі їхні матеріали містять клікбейт-заголовки або що це постійне явище. Важливо пам'ятати про важливість критичного мислення та перевірки джерел, коли ми споживаємо новини з будь-якого джерела, включаючи «УНІАН».

В останні роки багато медійних платформ, включаючи «УНІАН», зустрічаються з критикою за використання клікбейтових заголовків. Це заголовки, які призначені зацікавити аудиторію та привернути їх увагу, але не завжди відображають суть статті чи новини.

Клікбейти корисні, якщо вони використовуються обережно та з метою привернення уваги до важливих тем чи новин. Однак, коли вони бездумно призводять до розповсюдження місінформації або викривлення фактів, але це шкодить довірі до медіа.

Суть в тому, що медійні платформи, такі як «УНІАН», повинні зберігати баланс між привабливими заголовками та точністю інформації. Це

допоможе підтримувати довіру аудиторії та забезпечити якісне покриття новин.

Висновки до 2 розділу

Клікбейт – це техніка привернення уваги аудиторії за допомогою заголовків, які спонукають до натискання на контент, нерідко перебільшуючи або перекручуючи інформацію, аби залучити більше переглядів або переходів на сайт. Однак варто зазначити, що не вся інформація, яка має привабливий заголовок, є клікбейтом. Деякі заголовки просто намагаються привернути увагу до важливих тем або статей.

Дослідження клікбейт-заголовків в онлайн-медіа «Знай.UA», «BBC Україна», «УНІАН» виявило, що ці видання часто використовують заголовки, спрямовані на привернення уваги аудиторії. Аналіз показав, що такі заголовки містять емоційні слова, сенсаційні заяви або загальні тези, що стимулюють цікавість читачів. Проте, не всі заголовки відповідають науковим або об'єктивним стандартам, а деякі з них містять перебільшення або недостовірну інформацію. Такий підхід має як позитивні, так і негативні наслідки для сприйняття інформації аудиторією, залежно від контексту та обґрунтованості самої статті.

ВИСНОВКИ

У роботі було проведено дослідження ролі та специфіки клікбейт-заголовків у сучасних медіа. Аналіз показав, що клікбейт-заголовки відіграють значну роль у залученні уваги читачів, використовуючи сенсаційні та емоційно забарвлені вислови. Це дозволяє медіа отримувати більше переглядів, однак часто за рахунок якості та достовірності контенту.

Дослідження клікбейт-заголовків у медіадискурсі продемонструвало, що вони впливають на поведінку читачів і формують їхні очікування щодо новинного контенту, підвищуючи рівень недовіри до традиційних медіа. Аналіз сучасних онлайн-медіа підтвердив, що клікбейт-заголовки є поширеним інструментом для привернення уваги, але їх маніпулятивна природа має негативний вплив на суспільне сприйняття інформації. Наведено результати дослідження, спрямованого на виявлення прийомів семантичного спотворення інформації в клікбейт-заголовках у текстах медіа-дискурсу на прикладі інтернет-видань новин.

Клікбейт-заголовки також сприяють поширенню дезінформації та спотворенню фактів, оскільки вони часто не відповідають реальному змісту публікацій. Це посилює поширення стереотипів і упереджень, оскільки читачі формують свої уявлення про події на основі викривленої інформації. Більше того, така практика сприяє поляризації суспільства, оскільки сенсаційні заголовки часто апелюють до емоцій і викликають сильні реакції, що підживлює конфлікти і розбіжності між різними групами людей.

На відміну від звичайних заголовків, основне завдання заголовної приманки - не тільки пробудити інтерес читачів до теми, але й викликати цікавість, змусивши їх перейти за посиланням і перейти на сторінку з потрібним матеріалом. Акцент зроблено на вербальних і невербальних техніках, які використовують онлайн-автори для залучення читачів і підвищення загального рейтингу своїх матеріалів і публікацій. Це пояснення природи клікбейта та його ролі в мас-медіа використане у викладанні курсів

медіалінгвістики, політичної комунікації, теорії масової комунікації, психолінгвістики тощо.

У роботі проведено аналіз клікбейт-заголовків в онлайн-медіа BBC Україна, УНІАН та Знай.UA. Дослідження показало, що ці видання часто використовують заголовки, спрямовані на залучення уваги аудиторії. Емоційні слова, сенсаційні заяви та загальні тези часто використовуються для привертання уваги.

У виданні «Знай.Ua» основними характеристиками заголовків є використання провокаційних та інтригуючих фраз, які часто не відповідають змісту статті. В «BBC Україна» провокативні заголовки застосовуються більш обережно, зберігаючи баланс між приверненням уваги та інформативністю. Аналіз мовних особливостей клікбейтів на прикладі «УНІАН» показав, що такі заголовки часто використовують емоційно забарвлену лексику та гіперболізацію для привернення уваги аудиторії.

Додатково до аналізу клікбейт-заголовків у онлайн-медіа «BBC Україна», «УНІАН» та «Знай.UA», варто відзначити, що використання клікбейт-технік є стратегічним рішенням для збільшення трафіку та зацікавленості аудиторії. Проте важливо балансувати між зацікавленістю аудиторії та надійністю інформації, що подається. Адже недостовірна або перебільшена інформація впливає на довіру до видання та його авторитет.

Крім того, аналіз клікбейт-заголовків слугує не лише для вивчення стратегій привертання уваги в онлайн-медіа, але й для розуміння тенденцій у виборі тематики та стилю заголовків, які впливають на активність читачів. Такий підхід дозволяє медіа компаніям адаптувати свій контент до потреб та інтересів аудиторії, забезпечуючи більшу взаємодію та залучення. Ця робота досліджує дуже важливу тему – клікбейт у медіа, який має великий потенціал для контролю уваги читачів, дозування інформації та конструювання наративного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гич Г. М. «Кліпове» мислення молоді: друг чи ворог навчання // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. 2016. №257. С.38-42.
2. Главацька Ю. Л. Презентація засобів комічного у текстах «фейкових» новин масмедійного дискурсу// «ΛΟΓΟΣ» зб. наук. праць за матеріалами міжнар. наук.- практ. конф. «Прикладні наукові розробки та теоретичні дослідження XXI століття», 15 квітня, 2019 р., Вінниця : ГО «Європейська наукова платформа», 2019. Т.3. С. 97–103. URL: <https://ukrlogos.in.ua/0504.2019.pdf> (дата звернення: 28.02.2024)
3. Дацишин Х. Сучасний заголовок новин в українських Інтернет-ЗМІ: між клікбейтом та інформативністю. // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика.. 2021. Т. 1, № 2. С.6-13.
4. Дзюбко А. Маніпуляції в медіа: дослідити неможливо обчислити. URL: <https://cutt.ly/HgR5KLe> (дата звернення: 15.04.2024).
5. Довганюк Є. А. Фейкові новини як засіб медіакомунікації // Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Міжкультурна комунікація в науковому і освітньому просторі» Одеса, 2020. С. 347-351.
6. Дорофєєва В. В. Фейкові новини в сучасному медіа-просторі // Питання теорії і практики журналістики. 2019. № 4 (8). С. 774-786.
7. Зайцева С. Функції заголовків у новинній інтернет-журналістиці як засіб інформування про наукові досягнення// Innovative pathway for the development of modern philological sciences in Ukraine and EU countries : Collective monograph. Vol. 1. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. С. 173-188. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83351>
8. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підруч. / За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.

9. Інфомедійна грамотність – невід’ємна складова навчального процесу закладу вищої освіти : збірник статей / Редкол. : В. Ф. Іванов (голов. ред.) [та ін.]. Київ : Академія української преси, IREX, Центр Вільної преси, 2021. 400 с.
10. Каленич В.М. Інтертекстуальність заголовкових комплексів у медіатекстах// Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика. 2022. №44. С.130-146.
11. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf> (дата звернення: 17.02.2024).
12. Кузь В. На тобі хайплять за допомогою... І цей заголовок також клікбейт. URL: <https://studway.com.ua/na-tobi-khayplyat> (дата звернення: 03.05.2024)
13. Мельничук Ю. Маніпулятивний вплив соціальних медіа. URL: <https://cutt.ly/ngRyi7T> (дата звернення: 15.01.2024).
14. Мокрогуз О. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін // Київ : Центр вільної преси ; Академія української преси, 2016. 201 с. URL: <https://www.slideshare.net/mobile/ssuser9b9413/ss-63773058> (дата звернення: 15.01.2024).
15. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/viewFile/694/69> (дата звернення: 10.01.2024).
16. Муржак А. Медіапроект «Довіряй, але перевіряй», 2021. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCKIPctU7QYxe76WzuRBFceQ> (дата звернення: 14.04.2024).
17. Почепцов Г. Г. Теорія і практика комунікації. Київ: Видавничий дім "Альтернативи", 1998. 352 с.
18. Пригорницька О. Фейкова інформація в соціальних медіа: виявлення, оцінка, протидія. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3493:fejkova-informatsiya-v-sotsialnikh-media-

viyavlennya-otsinkaprotidiya&catid=81&Itemid=415 (дата звернення: 09.02.2024).

- 19.Сінді Шейбе, Фейз Рогоу. Медіаграмотність. Критичне мислення у мультимедійному світі; пер. з англ. С. Дьома ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О.В. Волошенюк. Київ : Академія Української Преси : Центр Вільної Преси, 2017. 319 с.
- 20.Станкевич Б. Політичні маніпуляції в інформаційній сфері під час проведення виборчих кампаній в Україні. // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. 2008. Вип. 20. С. 124-129. URL: <https://cutt.ly/4gR5Sp1> (дата звернення: 15.01.2024)
- 21.Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк та інші; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. 2-ге вид. Київ: ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с.
- 22.Чабак Л. Мовні засоби політичної маніпуляції. Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія. Київ, 2017. №1(9). С. 86-90.
- 23.Чуранова О. Ти маєш про це дізнатися: клікбейт і його загрози для журналістики URL: <https://ua.ejo-online.eu/3916/etyka-ta-yakist/tymayesh-pro-tse-diznatysia-zagrozy-klikbeitu> (дата звернення: 03.03.2024)
- 24.Шабаниця Д. Обережно, заголовок! Або що таке клікбейт? URL:<https://www.mediakrytyka.info/novi-tehnologii-media/oberezhno-zaholovok-aboscho-take-klikbeyt.html>. (дата звернення: 15.04.2024).
- 25.Що таке фейк? Як з'явилися та чим загрожують небезпечні фейкові новини? Media Sapiens. URL: <https://artefact.live/what-is-fake> (дата звернення: 01.05.2024).
- 26.Що таке фейкова реклама і навіщо її створюють. URL:<https://bazilik.media/shcho-take-fejkova-reklama-i-navishcho-ii-stvoriuiut/> (дата звернення: 22.02.2024)
- 27.Як українці орієнтуються у новинному онлайн-середовищі – дослідження ОПОРИ: веб-сайт. URL: https://www.oporaua.org/polit_ad/iak-ukrayintsi-

[oriientuiutsiaunovinnomuonlainseredovishchidoslidzhennia-opori-24797](#) (дата звернення : 21.04.24).

28. Bazaco A., Redondo M., Sanchez-Garda P. Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methodst // Revista Latina de Comunicación Social. 2019. № 74. P. 94-115.
29. Beder S. Moulding and Manipulating the News, in Controversies in Environmental Sociology. Cambridge University Press, Melbourne, 2004. P. 204–220.
30. Cohen E. Ebola in the air? A nightmare that could happen. CNN: web-site. URL: <https://edition.cnn.com/2014/09/12/health/ebola-airborne/>
31. Konow-Lund, M., & Olsson, E.-K. Social Media's Challenge to Journalistic Norms and Values during a Terror Attack. Digital Journalism, (2017). 5(9), 1192-1204.
32. Kuiken J., Schuth A., Spitters M., Marx M. Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment // Digital Journalism. 2017. Vol. 5. № 10. P. 1300–1314.
33. Lai L., Farbrot A. What makes you click? The effect of question headlines on readership in computer-mediated communication // Social Influence. 2014. Vol. 9. № 4. P. 289–299.
34. Lewis, S. C., & Molyneux, L. A Decade of Research on Social Media and Journalism: Assumptions, Blind Spots, and a Way Forward // Media and Communication, (2018), 6(4), 11-23.
35. Lu Y., Pan J. Capturing Clicks: How the Chinese Government Uses Clickbait to Compete for Visibility // Political Communication. 2021. Vol. 38. Issue 1–2. P. 23–54.
36. Nielsen J. Microcontent: How to Write Headlines, Page Titles, and Subject Lines. URL: <http://www.useit.com/alertbox/980906.html>. (дата звернення: 05.03.2024 p).
37. Palau-Sampio D. Pseudo-Media Disinformation Patterns: Polarised Discourse, Clickbait and Twisted Journalistic Mimicry// Journalism Practice. 2022.

38. Ruchika Sharma. Media trends: Inside publishers' battle against fake news.
URL: <https://www.agilitypr.com/pr-news/public-relations/media-trends-inside-publishersbattle-fake-news/> (дата звернення: 12.12.2023).