МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

ISSN 3083-6557 print

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Гуманітарні та соціальні науки: сучасні тренди й виклики

Випуск 2 (49), 2025

Київ
2025

СУЧАСНІ МЕДІА Й ЖУРНАЛІСТИКА:
ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ

Андрій БАРЙОЛО
Особливості цифрової медіакомунікації у відділі маркетингу ТОВ "Компанія Новелла" 59

Євгенія БІРЮКОВА
Концепція та дизайн-макет журналу про фотографію "Фокус на..." 65

Дмитро БОНДАРЕНКО
Цифрова етика в епоху клікбейту та фейкових новин 73

Олександра ГУБАРЬ
Дизайн, жанрова система, структура та тематика журналів про подорожі: український і закордонний досвід 79

Кіра ГРОЗА
Особливості жанрової системи та дизайн-макетів сучасних українських ("Дніпро", "Легіт") і зарубіжних ("Typehouse", "Thimble") журналів 84

Ірина ІВАНЮК
Концепція та дизайн-макет туристичного журналу "Вільний Київ" 89

Сніжана КИЧМА
Концепція та дизайн-макет кіножурналу "25-й кадр" 96

Діана КОЛІСНИК
Контент, жанри, дизайн українських ("Burda Україна", "Marie Claire Ukraine") і зарубіжних ("Vogue", "Harper's Bazaar") жіночих журналів про моду: порівняльний аспект 102

Роман КУЛІКОВ
Сучасні українські і зарубіжні мультиплікаційні журнали: порівняльний аспект: "Netflix family magazine", "Animation magazine", "Колобочок", "Розумашки" 106

Маргарита ЛИКОВА
Трансформації комунікативних процесів у контексті державного управління інформаційною сферою 112

Олександр ЛИСЕНКО
Місце медіа в системі державної інформаційної політики в Україні 114

Вероніка ЛИТВИНОВА
Наукові підходи до визначення поняття "медіакомунікації" 118

Руслана ЛИТОВКА
Сучасні закордонні та українські журнали про автомобілі: порівняльний аспект 121

Анна МАЛЬЧЕВСЬКА
Концепція та дизайн-макет журналу "Про футбол" 126

Таким чином, “Фокус на...” є успішно завершеним проектом мультимедійного фотожурналу, і рекомендації гарантують, що він відповідатиме високим стандартам якості та задовольнить потреби цільової аудиторії.

Дмитро БОНДАРЕНКО
здобувач вищої освіти 1 курсу МАУП за спеціальністю “Журналістика”

Науковий керівник:
***Олександр ХОЛОД**, доктор філологічних наук, доцент,*
професор кафедри політології та журналістики МАУП

ЦИФРОВА ЕТИКА В ЕПОХУ КЛІКБЕЙТУ ТА ФЕЙКОВИХ НОВИН

Вступ

У наш час, коли інформація стає головною складовою суспільства, новинні повідомлення та медіа-матеріали розповсюджуються надзвичайно швидко завдяки інтернет-технологіям і соціальним мережам. Проте разом із перевагами такого цифрового середовища зростає небезпека розповсюдження клікбейт-заголовків і фейкових повідомлень. Вказані явища спотворюють інформаційне середовище, впливають на увагу аудиторії та створюють хибне уявлення про події у світі.

Питання цифрової етики стоїть перед нами особливо в еру глобальної цифровізації. З одного боку, користувачі отримали особливий доступ до різної інформації, а з іншого стикаються з контентом низької достовірності, підміною фактів, емоційними ухиленнями та загрозою для здатності критично мислити. Тому питання етичних норм у журналістиці та медіакомунікації набувають надзвичайної актуальності.

Мета дослідження — проаналізувати вплив клікбейтних заголовків і фейкових новин на медіапростір та оцінити роль цифрової етики в подоланні їхнього негативного впливу на аудиторію.

Методи й методика дослідження

У дослідження застосовано теоретичні та практичні методи. До теоретичних методів належать *аналіз* наукових праць, що допомогли з’ясувати, як різні автори визначають поняття “клікбейт”, та “цифрова етика”. Також використано *метод порівняння* думок українських і зарубіжних дослідників.

Серед практичних методів головним був *контент-аналіз* новинних заголовків у провідних українських та закордонних інтернет-виданнях. У результаті були виявлені ключові прийоми для створення клікбейтних заголовків,

а також теми що найчастіше обираються для поширення фейкової інформації.

Досліджування виконувалося у кілька етапів: опрацювання літератури за темою, визначення основних понять, підбір новин для аналізу, системний аналіз інформації з подальшим формулюванням висновків дослідження. Вибрані методи забезпечили отримання результатів, що мають потенціал для використання в подальших дослідженнях журналістики та медіа.

Результати дослідження

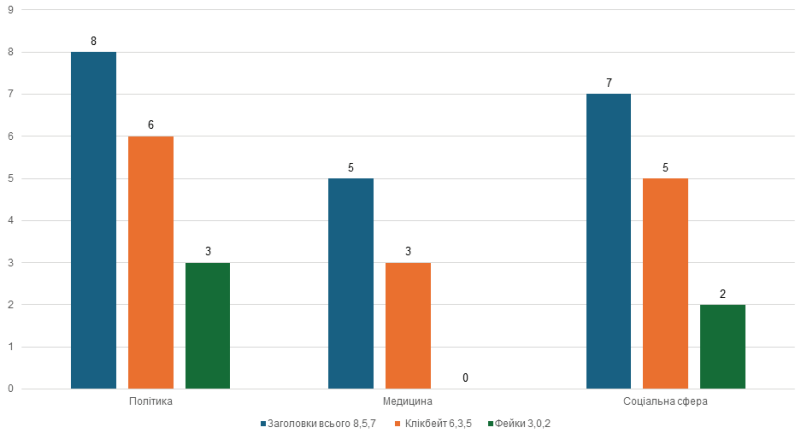
Було проаналізовано 20 (100 %) новинних заголовків з українських та закордонних онлайн ресурсів. Заголовки охоплювали такі теми: *політика* — 8 (40 %) заголовків, *медицина* — 5 (25 %) заголовків, *соціальна сфера* — 7 (35 %) заголовків.

Серед усіх заголовків 14 (70 %) *містили елементи клікбейту*, а 6 (30 %) із них були *нейтральними*. Найпоширенішими прийомами клікбейту були: створення інтриги — 6 (30 %) випадків, перебільшення фактів — 5 (25 %) випадків, заголовки що акцентують емоції — 3 (15 %) випадки.

Тематика заголовків, у яких найчастіше зустрічалася фейкова інформація, включала політичні новини — 3 (15 %) та соціальні сфери — 2 (10 %). Автори заголовків на медичну тематику не були схильні, на нашу думку до використання поширення фейкової інформації.

Для наочності отримані дані представлені у вигляді діаграми, де для кожної теми окремо показано кількість клікбейтних заголовків і поширенням фейкових новин.

Діаграма 1. Кількість (у %) клікбейтних заголовків і фейкової інформації у різних темах



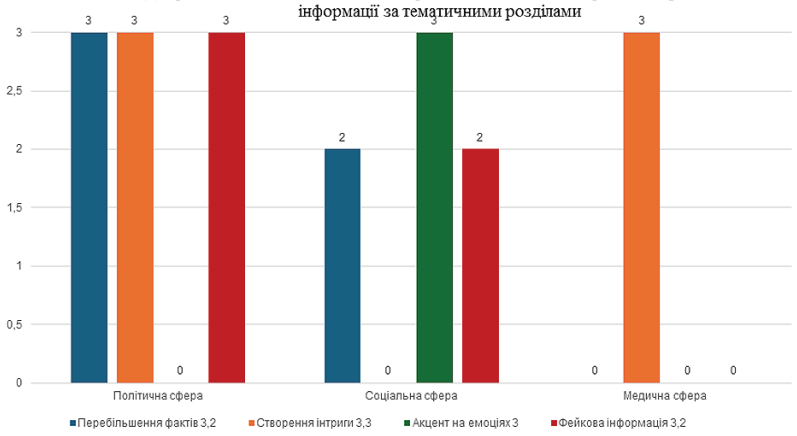
Аналіз й обговорення результатів дослідження

У ході дослідження було виявлено 14 (70 %) клікбейтних заголовків з українських та закордонних онлайн-ресурсів. Аналіз показав, що вказані заголовки використовували три основні прийоми клікбейту: перебільшення фактів, створення інтриги та акцент на емоціях.

У Додатках до статті розміщена (Таблиця 1. Аналіз клікбейтних заголовків за типами прийомів та нявністю фейкової інформації в них). У таблиці наведено повний перелік 14 (70 %) клікбейтних заголовків з українських та закордонних онлайн-ресурсів, які було розподілено за тематикою, типами прийомів клікбейту, метою їхнього застосування, наявністю фейкової інформації та джерелами новин.

Для наочного представлення результатів дослідження побудовано діаграму, яка відображає розподіл клікбейтних заголовків за тематикою новин, типами прийомів та наявністю фейкової інформації в кожній сфері.

Діаграма 2. Загальна тенденція використання клікбейтних прийомів і фейкової інформації за тематичними розділами



Для глибокого осмислення даних був проведений аналіз кожної теми окремо: політична сфера, соціальна сфера та медична сфера.

У політичній сфері проаналізовано 6 (43 %) клікбейтних заголовків, де прийоми розподілилися рівномірно: перебільшення фактів у 3 (50 %) випадках та створення інтриги у 3 (50 %).

Перебільшення фактів у політичних заголовках використовується з метою посилити драматизм події, створити відчуття загрози або сенсації. Журналісти свідомо спотворюють масштаби або значення події, використовуючи перебільшення фактів як інструмент впливу на громадську думку. Наприклад, у заголовках про "Армія Польщі планує вторгнення на західну Україну наприкинці липня" чи "ВВС заявило що колишньому головнокомандувачу ЗСУ Валерію Залужному заплатили $53 мільйони щоб він залишив країну" події, що мають обмежене підтвердження, подаються як беззаперечний факт. Мета — викликати емоційний відгук (шок, недовіру), активізувати політичні дискусії й залучити аудиторію до обговорення. Такий прийом майже завжди супроводжується фейковую інформацію.

Створення інтриги навпаки спрямоване на утримання уваги без прямої дезінформації. Автори подають заголовок із натяком на таємницю або приховану правду наприклад: "Вступ України до ЄС: Зеленський назвав головну перепону" чи "Заява залужного свідчить що він має політичні амбіції". Мета

прийому — спонукати читача відкрити статтю, щоб дізнатися більше, не вводячи його в оману.

Соціальна сфера охоплює 5 (36 %) клікбейтних заголовків із розподілом прийомів: акцент на емоціях — 3 (60 %) випадки, перебільшення фактів — 2 (40 %) випадки.

Акцент на емоціях використовується з метою викликати співпереживання, обурення або страх, особливо коли мова йде про теми, що безпосередньо стосуються життя людей — соціальні виплати, захист населення, катастрофи. Наприклад, заголовок "Потоп паралізував Одесу місто уйшло під воду" або "Зміни у соцвиплатах до чого готуваттися малозахищеним верствам населення". прийом маніпулює емоційною чутливістю аудиторії.

Перебільшення фактів у соціальних сферах має на меті посилити суспільне обурення через заголовки: "Планують запровадити військовий облік дітей від 14 років" чи "Нова система пенсій будуть враховувати лише вік, а не стаж". Вказані заголовки створюють у читача враження, що відбувається серйозна загроза або критична подія, навіть якщо це не відповідає дійсності. У результаті вони містять фейкову інформацію.

Медична сфера представлена 3 (21 %) клікбейтними заголовками, де єдиним прийомом стало створення інтриги (100 % від загальної кількості медичних заголовків).

Створення інтриги у медичних сферах має зовсім іншу мету, ніж у політичних чи соціальних. Воно використовується для пробудження інтересу до здоров'я, способів лікування чи профілактики, зазвичай через натяк на "секретні методи" або "ефективні поради". Наприклад: "як швидко зняти стресс 3 техніки, які реально працюють", "Вісім чашок цих напоїв щодня знижують ризик ранньой смерті! Про що йдеться". Мета — зацікавати аудиторію обіцянкою користності, але не містить фейкової інформації.

У ході аналізу отриманих результатів порівняно думку з існуючими теоріями та дослідженнями інших авторів, що дозволяє показати їхній науковий зміст і значення.

У політичній сфері домінують перебільшення фактів та створення інтриги, що використовується для підвищення драматизму події, створення враження загрози або сенсації та утримання уваги читачів. Як зазначають науковці McNair, B., & McNair, B. (2017) "перебільшення фактів у політичних медіа сприяє формуванню кризового дискурсу та маніпуляції громадською думкою" (An introduction to Political Communication). Автори контенту свідомо спотворюють масштаби чи значення події, що активізує емоційний відгук і дискусії серед громадськості.

У соціальній сфері найпоширеніші прийоми — перебільшення фактів та акцент на емоціях. Вони використовуються для формування співпереживання, страху або обурення, особливо щодо соціальних виплат, захисту населення та катастроф. ІСАЧЕНКО, В. (2024) підкреслює, що такі маніпулятивні технології набувають соціального характеру, оскільки не лише змінюють ставлення аудиторії до подій, а й формують емоційні реакції, підвищуючи залученість і

водночас потенційно спотворюючи сприйняття реальності. (Маніпуляції та технології інформаційного впливу як соціально педагогічна проблема 2024).

У медичній сфері домінує створення інтриги, яке мотивує користувачів відкривати матеріали про здоров'я, лікування чи профілактику через натяки на "секретні методи" або "ефективні поради". Науковці Deng, Z., Tang, Y., Wu, M., & Zhang, X. (2025). зазначають, що "клікбейт у медичних заголовках підвищує зацікавленість аудиторії, проте може знижувати довіру до джерела, якщо зміст статті не відповідає обіцянкам заголовка" (Investigating the effects of clickbait on user engagement in health communication: A mixed-method study 2025).

Отримані результати показують, що клікбейтні прийоми —перебільшення фактів, створення інтриги та акцент на емоціях — системно застосовуються у політичній, соціальній та медичній сферах для привернення уваги та залучення аудиторії, проте можливі альтернативні тлумачення: частина реакцій читачів могла бути зумовлена контекстом або попереднім досвідом, а оцінка наявності клікбейту та фейкової інформації базувалася на суб'єктивній думці дослідника; до того ж, вибірка охоплювала обмежену кількість українських та закордонних ресурсів (20 заголовків), що обмежує узагальнення висновків. Аналіз дозволяє зробити загальні висновки для всіх сфер: перебільшення фактів формує драматизм та емоційний відгук у політичних і соціальних новинах, акцент на емоціях у соціальній сфері викликає співпереживання та страх, а створення інтриги у медичній та політичній сферах мотивує відкривати матеріали, але може знижувати довіру, якщо зміст не відповідає обіцянкам заголовка. Перспективи подальших досліджень включають розширення вибірки медіа-ресурсів, вивчення впливу клікбейту, оцінку ефективності цифрової освіти та медіаграмотності у протидії маніпулятивним прийомам і порівняння впливу клікбейту у різних культурних та мовних контекстах.

Висновки

Дослідження досягло мети, проаналізувавши вплив клікбейтних заголовків і фейкових новин на медіапростір та оцінивши роль цифрової етики в подоланні їхнього негативного впливу на аудиторію. Аналіз 20 (100 %) новинних заголовків із українських і закордонних онлайн-ресурсів показав, що 14 (70 %) із них містять елементи клікбейту: створення інтриги (30 %), перебільшення фактів (25 %) та акцент на емоціях (15 %). Політична (40 %) і соціальна (35 %) сфери є найбільш вразливими до маніпулятивних технік, де 25 % заголовків містили фейкову інформацію, що сприяє дезорієнтації аудиторії, зниженню довіри до медіа та формуванню хибного сприйняття реальності. У медичній сфері (25 %) переважає створення інтриги, яке стимулює інтерес до тем здоров'я без дезінформації.

Цифрова етика є центральним інструментом у протидії негативному впливу клікбейту та фейкових новин. Дотримання принципів достовірності, прозорості та відповідальності в журналістиці зменшує маніпулятивний вплив, відновлює довіру аудиторії та сприяє формуванню якісного інформаційно-

го середовища. Етичні стандарти, такі як чітке розмежування фактів і думок, уникнення сенсаційності та перевірка джерел, допомагають аудиторії розпізнавати маніпулятивний контент і захищають від дезінформації. Розвиток медіаграмотності, підкріплений цифровою етикою, формує в аудиторії навички критичного мислення, дозволяючи самостійно оцінювати достовірність інформації та протистояти емоційним маніпуляціям. Впровадження етичних кодексів для медіа та освітніх програм із медіаграмотності є ключовими кроками для мінімізації шкоди від клікбейту та фейків.

Науковий внесок дослідження полягає в систематизації прийомів клікбейту за тематичними сферами та виявленні їх зв'язку з фейковою інформацією, що поглиблює розуміння маніпулятивних технологій. Практична значущість роботи проявляється в рекомендаціях щодо впровадження етичних стандартів, розвитку медіаграмотності та створення інструментів для перевірки контенту, які сприяють захисту аудиторії від дезінформації. Перспективи подальших досліджень включають аналіз ефективності етичних кодексів у різних культурних контекстах, оцінку впливу медіаграмотності на поведінку аудиторії, розширення вибірки джерел та вивчення ролі регуляторних механізмів у медіа для протидії маніпулятивним технікам.

Додаток

Таблиця 1

Аналіз клікбейтних заголовків за типами приймоів та наявністю фейкової інформації в них

№	Заголовок	Тематична сфера	Прийом клікбейту	Мета прийому	Фейкова інформація	Джерело новин
1	Армія Польщі планує вторгнення на західну Україну напровесні липня.	Політична сфера	Перебільшення фактів	Загострення значення перебільшує факти і містить фейкову інформацію, що викликає паніку та обговорення між населенням	Так	volyn24.com (Українське джерело)
2	ВВС заявило, що навмисному головнокомандувачу Збройних Сил України Валерію Залужному запропонували $10 мільйонів, щоб він залишив країну.	Політична сфера	Перебільшення фактів	Перебільшення фактів використовується для створення сильного емоційного ефекту та привернення уваги читача. У цьому випадку заголовок спотворює суть перебільшує події та містить фейкову інформацію	Так	bbc.com (Закордонне джерело)
3	Президент Франції Емманюель Макрон будує бункер на €148 мільйонів.	Політична сфера	Перебільшення фактів	Перебільшення фактів використовується для підкреслення вражаючих від та привернення уваги читача. У цьому випадку заголовок натякає на небезпеку або надзвичайні ситуації, викликаючи і містить фейкову інформацію'	Так	inbox.lv (Закордонне джерело)
4	Політична криза у Франції: країна чекає рішення президента.	Політична сфера	Створення інтриги	Інтрига створює відчуття напруги, спонукаючи читача дізнатися подробиці щодо політичної ситуації у Франції.	Ні	rfi.fr (Закордонне джерело)
5	Вступ України до ЄС: Залужний назвав головну перепону.	Політична сфера	Створення інтриги	Використання інтриги використовується для залучення уваги та стимулювання цікавості, заохочуючи читача дізнатися подробиці.	Ні	tsn.ua (Українське джерело)
6	Зеленський заявив, що він має політичні амбіції.	Політична сфера	Створення інтриги	Інтрига створює відчуття прихованої інформації та спонукає читача дізнатися більше про політичні наміри.	Ні	espreso.tv (Українське джерело)
7	Планують запровадити військовий облік дітей від 14 років.	Соціальна сфера	Перебільшення фактів	Перебільшення фактів використовується для створення сенсаційності. У цьому випадку заголовок вимагає реальної події, викладення чого він містить фейкову інформацію.	Так	ukrinform.ua (Українське джерело)
8	Нова система пенсій: будуть враховувати лише вік, а не стаж.	Соціальна сфера	Перебільшення фактів	Перебільшення фактів для створення шокового заголовка. У цьому випадку заголовок перебільшує реальні зміни, викладення чого містить фейкову інформацію.	Так	vesukraine.org (Українське джерело)
9	Зміни у медицині: до чого готуватись малозабезпеченим верствам населення.	Соціальна сфера	Акцент на емоціях	Емоційний акцент створює співчуття та підвищує задіяність читача, залучаючи його до історії.	Ні	znai.ua (Українське джерело)
10	Потоп паралізував Одесу: місто опинилося під водою	Соціальна сфера	Акцент на емоціях	Використання акценту на емоціях використовується для передачі надзвичайності події та залучення уваги читача через переживання.	Ні	tsn.ua (Українське джерело)
11	В Україні змінили правила оформлення матеріальної допомоги: кого залишили без допомоги і скільки тепер платять.	Соціальна сфера	Акцент на емоціях	Емоційний акцент створює співпереживання та підвищує задіяність читача, використовуючи матеріальну вразливість населення як емоційну аудиторію.	Ні	tsn.ua (Українське джерело)
12	Як швидко зняти стрес. 5 техніок, які реально працюють.	Медична сфера	Створення інтриги	Інтрига створює задіяність читача, адже саме не розуміє що це за 5 техніок, залучаючи читача до того.	Ні	rbc.ua (Українське джерело)
13	Програма у лікуванні онкології. Що змінить трансфер європейської медицини.	Медична сфера	Створення інтриги	Інтрига створює очікування емоційного відгуку та надії на нові можливості лікування.	Ні	bbc.com (Закордонне джерело)
14	Вісім чашок цієї напої щодня знизять ризик раптової смерті! Про що йдеться	Медична сфера	Створення інтриги	Інтрига створює задіяність і мотивує читача дізнатися подробиці щодо способів зберегання здоров'я.	Ні	tsn.ua (Українське джерело)

Джерела

1. *Ісаченко, В.* (2024). Маніпуляції та технології інформаційного впливу як соціально-педагогічна проблема. *Ввічливість*, (5), 28–34. https://doi.org/10.32782/humanitas/2023.5.4

2. *McNair, B., & McNair, B.* (2017) An Introduction to Political Communication (6th ed.). *Routledge*, (1), 3–16. https://doi.org/10.4324/9781315750293

3. *Deng, Zhaohua & Tang, Yuyao & Wu, Manli & Zhang, Xing* (2025). Investigating the effects of clickbait on user engagement in health communication: A mixed-method study. *Information & Management*, 62. 104231. https://doi.org/10.1016/j.im.2025.104231