



**Co-funded by
the European Union**

АКТИВУЮЧИЙ СЦЕНАРІЙ УРОКУ
розроблений в рамках проєкту
„ІННОВАЦІЇ В ШКІЛЬНІЙ ОСВІТІ”

Тема:

**Clickbait – коли заголовок бреше більше, ніж зміст
(Аналіз мовних та візуальних прийомів, які мають
привернути увагу)**

1. Цілі уроку

Учень:

- знає, що таке клікбейт і які його ознаки,
- розпізнає мовні та візуальні трюки заголовків,
- вміє вказати різницю між достовірним та маніпулятивним заголовком,
- розуміє, чому створюють клікбейт (економічна мета, вплив на емоції, маніпуляція думкою),
- розвиває навички критичного читання та аналізу медіатекстів.

2. Цільова група

Учні початкової школи

3. Методи навчання

- Мозковий штурм
- Міні-лекція з прикладами
- Мовний аналіз заголовків
- Групова робота
- Керована дискусія
- Індивідуальна рефлексія

4. Навчальні засоби / джерела

- Комп’ютер, проектор або інтерактивна дошка
- Набір заголовків статей (реалістичні, але вигадані або нейтральні за тематикою) –

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



Co-funded by the European Union

достовірні та клікбейтні

- Робочі картки з допоміжними питаннями для аналізу
- Інфографіка «Як працює клікбейт?»
- Інструменти та освітні джерела:
 - о Польща: <https://demagog.org.pl>, <https://konkret24.tvn24.pl>
 - о Чехія: <https://manipulatori.cz>
 - о Словаччина: <https://demagog.sk>
 - о Україна: <https://www.stopfake.org/en/news/>
 - о Європейський Союз: <https://edmo.eu>, <https://euvsdisinfo.eu>

5. Хід уроку (45 хв)

1. Вступ – чи кожний заголовок говорить правду? (5–7 хв)

1. Мозковий штурм (2–3 хв)

- Учитель просить учнів пригадати заголовки, які вони нещодавно бачили в інтернеті (новинні портали, YouTube, TikTok, реклама, соцмережі).
- Учні наводять приклади – можуть бути нейтральні або сенсаційні (наприклад: «Ніхто цього не очікував!», «Шокуюче відкриття лікарів!», «Цей трюк змінить твоє життя!»).
- Учитель записує кілька заголовків на дошці, а потім питає:
 - о «Чи після переходу за такими заголовками зміст завжди відповідав тому, що обіцяв заголовок?»

2. Навідні питання для короткої дискусії (2 хв)

- Чи траплялося вам, що зміст статті був зовсім інший, ніж натякав заголовок?
- Чому автори іноді створюють заголовки, сповнені емоцій чи перебільшень?
- Чи може заголовок бути формою маніпуляції – спробою керувати нашими емоціями або рішенням перейти за посиланням?
- Які емоції найчастіше викликають сенсаційні заголовки (наприклад, шок, страх, цікавість, обурення)?

(Учитель може запитати, чи почувалися учні «зманіпульованими» або чи траплялося їм шкодувати, що натиснули на такий матеріал).

3. Додаткова інформація від учителя (2–3 хв)

- Clickbait – це «приманка для кліків» – заголовок або мініатюра (наприклад, зображення на YouTube), що змушує перейти до змісту, часто використовуючи:
 - о перебільшені або драматичні вислови («ніхто не повірить...», «шокуюче відкриття!»),
 - о навмисне пропускання важливих фактів, щоб створити напругу або відчуття таємниці,
 - о обіцянки надзвичайного змісту, який виявляється буденним або не відповідає заголовку.
- Головні цілі клікбейту:
 - о заробіток – чим більше кліків, тим більше переглядів реклами й грошей для автора сайту,



**Co-funded by
the European Union**

о вплив на громадську думку – заголовок може змінити наше ставлення до події ще до прочитання статті,

о поширення фейків – сенсаційні заголовки привертають увагу й активно поширюються, навіть якщо містять неправду.

• Проблеми клікбейту:

о може вести до дезінформації, адже багато людей читають лише заголовок, не перевіряючи змісту,

о закріплює в мережі культуру «сенсацій», де емоційні повідомлення поширюються швидше, навіть коли вони хибні.

2. Міні-лекція: Що таке clickbait і як він працює? (10–12 хв)

1. Вступ (1–2 хв)

• Учитель питає учнів:

о «Чи траплялося вам натискати на статтю або відео, заголовок якого обіцяв сенсацію, а зміст був нудним або зовсім іншим?»

о «Чому такі заголовки привертають нашу увагу?»

• Коротке пояснення: clickbait – це «приманка для кліків» – спеціально сконструйований заголовок або мініатюра, що заохочує перейти до змісту, але часто вводить в оману або перебільшує, аби отримати якомога більше переглядів.

2. Ознаки клікбейтних заголовків (4–5 хв)

Учитель пояснює найпоширеніші техніки з прикладами:

1. Сенсаційні слова

о Використання емоційних, драматичних виразів:

♣ «ШОК!», «ЖАХЛИВО!», «ТИ НЕ ПОВІРИШ, ЩО СТАЛОСЯ...», «ТАЄМНИЙ ПЛАН УРЯДУ».

о Мета: викликати цікавість і емоції, щоб змусити клікнути.

2. Перебільшення та драматизація

о Створення враження, що подія важливіша або небезпечніша, ніж є насправді.

о Приклад: «Цей звичайний напій ВБИВАЄ мільйони людей щодня!» – а текст про надмірне вживання газованих напоїв.

3. Питання без відповіді

о Форма заголовка, що залишає таємницю, напр.:

♣ «Чи твій телефон підслуховує тебе? Правда шокує!»

о Психологічний механізм: читач хоче отримати відповідь, навіть якщо текст не містить достовірної інформації.

4. Маніпулятивні фото та графіка

о Мініатюри відео або зображення, які не відповідають змісту чи перебільшені: яскраві кольори, кричущі написи, перебільшені емоції на обличчях.

о Часто слугують для привертання уваги під час перегляду стрічки або соцмереж.

5. Обіцянки дивовижного змісту або нагороди

о Заголовки, що натякають на сенсаційне відкриття чи чудове вирішення

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

проблеми, напр.:

♣ «Цей один трюк допоможе схуднути за тиждень – лікарі його ненавидять!»
(Можна показати приклади клікбейтних мініатюр з YouTube – з великими літерами та перебільшеними емодзі).

3. Цілі створення клікбейтів (2–3 хв)

• Економічні:

- о Кожен клік = показ реклами = більше грошей для автора сайту чи каналу.
- о Навіть якщо зміст слабкий, важлива кількість кліків, а не якість інформації.

• Маніпулятивні:

- о Clickbait використовується для керування емоціями: викликати страх, гнів, обурення, але також цікавість чи надію.
- о Емоції змушують нас частіше поширювати контент, навіть не читаючи його.

• Підсилення фейків:

- о Клікбейтні заголовки поширюються швидше, ніж достовірні новини, бо вони емоційні й легкі для запам'ятовування.
- о Завдяки цьому фейкова інформація поширюється вірусно ще до перевірки фактів.

4. Наслідки клікбейту (2 хв)

- Поверхневі знання: багато користувачів читають тільки заголовки – це веде до напівправди або помилкових уявлень.
- «Гонитва за сенсацією»: медіа змагаються за нашу увагу, створюючи дедалі більш перебільшені титули, що знижує якість інформації в інтернеті.
- Дезінформація та інформаційний хаос: сенсаційні заголовки сприяють поширенню неправди та пліток.
- Інформаційна втома: аудиторія перестає довіряти медіа, відчувається ошуканою або зманіпульованою.

5. Підсумок і питання до учнів (1 хв)

- Clickbait – це інструмент привертання уваги, але часто коштом правди та достовірності.
- Учитель запитує:
 - о «Чи можна створювати заголовки, які цікаві, але не вводять в оману? Як вони могли б виглядати?»
 - о (Заохочення до подальшої дискусії у наступній частині уроку).

3. Групова вправа – «Який заголовок бреше?» (15–20 хв)

Мета вправи

- Розвиток умінь розпізнавати клікбейтні заголовки.
- Навчання аналізу мовних і візуальних трюків, які впливають на наші емоції та рішення клікнути.
- Тренування у створенні достовірних, інформативних заголовків замість сенсаційних.



**Co-funded by
the European Union**

1. Поділ на групи (1 хв)

- Клас ділиться на команди по 3–4 особи.
- Кожна група отримує набір з 6 заголовків (3 клікбейтні, 3 достовірні).
- Заголовки мають бути реалістичними, але вигаданими або політично нейтральними, напр.:

1. «Шок! Ця їжа може вбити за хвилину – лікарі попереджають!»
2. «Нові дослідження: дієта, багата на клітковину, знижує ризик серцевих хвороб.»
3. «Ніхто цього не очікував! Дивись, що зробив цей політик під час зустрічі.»
4. «Учора в Кракові відкрили найбільший освітній парк для дітей.»
5. «Цей один трюк змусить тебе платити за електрику вдвічі менше!»
6. «Новий звіт ВООЗ: зміни клімату впливають на психічне здоров'я молоді.»

2. Допоміжний інструмент – «Картка 10 трюків клікбейтів» (2–3 хв)

Кожна група отримує картку зі списком 10 найпоширеніших технік:

№	Трюк клікбейтовий	Приклад
1	Шокуючі слова та знаки оклику	«ШОК!», «ЖАХЛИВО!»
2	Таємниця, недомовленість	«Ти не повіриш, що сталося...»
3	Обіцянка дивовижного ефекту	«Цей трюк змінить твоє життя...»
4	Залюкування і нагнітання страху	«Ця їжа може тебе вбити!»
5	Питання без відповіді	«Чи твій телефон тебе підслуховує?»
6	Перебільшені емоції	«Усі в шоці!», «Ніхто не може повірити!»
7	Перебільшення фактів	«Найбільший скандал в історії...»
8	Маніпулятивні фото/графіка	Мініатюри з кричущими написами, яскраві кольори
9	Обіцянка «таємної інформації»	«Компанії приховують цей секрет від тебе!»
10	Цифри без контексту	«Ризик у 10 разів вищий!», без джерел

3. Завдання групи (7–8 хв)

Кожна група:

1. Позначає клікбейтні заголовки – вказує, які сенсаційні, а які достовірні.
2. Фіксує використані трюки з «Картки 10 трюків» – у заголовку може бути кілька трюків одночасно.
3. Пропонує більш достовірний заголовок для принаймні одного клікбейтного прикладу – щоб передати зміст інформативно, без маніпуляції емоціями.

Таблиця для заповнення:

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

Заголовок	Клікбейт? (Так/Ні)	Який трюк використано? (№ зі списку)	Краща версія заголовка
1			
2			
...			

4. Презентація результатів (4–5 хв)

- Кожна група презентує свої висновки за 2–3 хв:
 - о які заголовки визнала клікбейтними,
 - о які трюки були використані,
 - о як можна переписати заголовок, щоб він був цікавим, але достовірним.
- Учитель записує на дошці найчастіше вживані трюки, створюючи спільний «список попереджень» для всього класу.

5. Підсумок вправи (1–2 хв)

- Клікбейт працює, бо викликає емоції та цікавість, але часто вводить в оману.
- Не варто поширювати матеріали лише за заголовком – потрібно перевіряти джерело і читати статтю.
- Кожен може навчитися створювати заголовки цікаві й водночас достовірні, які мотивують читати факти, а не маніпуляції.

4. Дискусія: Чому ми клікаємо на клікбейт? (8–10 хв)

Мета дискусії

- Зрозуміти психологічні механізми, які змушують клікбейт привертати увагу.
- Усвідомити, як емоції та цікавість впливають на рішення користувачів інтернету.
- Виробити правила безпечного користування онлайн-контентом і стійкість до маніпулятивних заголовків.

1. Питання до учнів (основні):

1. Що змушує нас натискати на деякі заголовки, навіть якщо ми знаємо, що вони можуть перебільшувати?
2. Чи емоційні заголовки «затягують» більше, ніж нейтральні факти? Чому?
3. Як клікбейт впливає на нашу оцінку змісту ще до прочитання статті?
4. Чи можна повністю уникнути клікбейту в інтернеті? Чи це реально?

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

5. Як ми повинні реагувати, коли бачимо, що заголовок перебільшує або вводить в оману?

2. Додаткові поглиблюючі питання:

- Чи траплялося вам поширювати статтю лише за заголовком, без читання змісту?
- Які емоції найчастіше змушують людей клікати – цікавість, страх, гнів, радість, відчуття таємниці?
- Чи помічали ви, що деякі заголовки обіцяють сенсацію, а в тексті майже нічого немає? Як ви тоді почувалися?
- Чи більша кількість «лайків» і коментарів під заголовком робить його більш правдоподібним?
- Як медія заробляють на тому, що ми клікаємо на такі заголовки? Чи це чесно щодо читачів?

3. Міні-аналіз (опційно 2–3 хв)

Учитель показує на слайді два вигадані заголовки:

- «Шок! Цей напій може вбити за 60 секунд!»
- «Дослідження показують, що надмір кофеїну може шкодити здоров'ю.»

Питання до учнів:

- Який заголовок більше привертає увагу? Чому?
- На який ви клікнули б охочіше – і чи це означає, що він більш правдивий?
- Які емоції викликає перший заголовок, а які другий?

4. Висновки з дискусії:

- Clickbait базується на емоціях і нашій природній цікавості – ми хочемо знати, що «шокуюче» або «таємне».
- Наш мозок швидше реагує на сильні емоції, ніж на спокійні факти – тому маніпулятивні заголовки перемагають в інтернеті.
- Багато користувачів оцінюють зміст за заголовком, а не за фактами – це сприяє поширенню напівправди та фейків.
- Неможливо повністю уникнути клікбейту, але можна навчитися його розпізнавати й не піддаватися маніпуляції.
- Найкраща реакція на клікбейтний заголовок:

1. Перевірити джерело й прочитати текст до кінця.
2. Не поширювати статтю лише через заголовок.
3. Скаржитися на відверто оманливі титули в соцмережах.

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

5. Підсумок і рефлексія (7–10 хв)

1. Індивідуальна рефлексія – закінчи речення (3–4 хв)

Кожен учень записує в зошиті або на маленькому аркуші відповіді на речення:

- «Я зрозумів/зрозуміла, що клікбейт...»
- «Найбільше мене вводять в оману заголовки, які...»
- «Перш ніж натиснути наступного разу, я перевірю...»
- (опційно) «Завдяки цьому уроку я знаю, що в інтернеті не все є...»

(Можна зібрати аркуші анонімно й зачитати кілька відповідей, щоб показати різні точки зору в класі.)

2. Коротка класна дискусія (2–3 хв)

Питання до учнів:

- Чи здивувало вас щось нове про клікбейт під час уроку?
- Чи тепер вам легше буде розпізнати маніпулятивний заголовок?
- Чи кожен клікбейт є шкідливим, чи іноді може бути «нешкідливою приманкою» для кліку?

(Учитель модерує розмову, підкреслюючи, що головна проблема – це введення в оману, а не саме привертання уваги.)

3. Створення спільного списку – «5 способів не потрапити на клікбейт» (3–4 хв)

- На дошці або фліпчарті створюється список правил, які пропонують учні, напр.:

1. Перевіряю джерело сайту (чи воно відоме, надійне, достовірне).
2. Читаю всю статтю, а не тільки заголовок.
3. Замислююсь, чи заголовок не є перебільшеним, емоційним або таємничим без причини.
4. Не поширюю новини тільки тому, що вони звучать сенсаційно або всі їх пересилають далі.
5. Порівнюю інформацію в інших медіа, щоб перевірити, чи ще хтось про це пише.
6. (опційний додатковий пункт) Ігнорую матеріали, що обіцяють «чудові рішення» або «таємні факти, які всі приховують».

(Список можна повісити в класі як нагадування для учнів.)

4. Завершальне слово вчителя – змістове підсумування (1–2 хв)

- Clickbait працює, бо використовує емоції, цікавість і бажання швидко отримати

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

інформацію.

- Але сенсаційний заголовок не завжди передає правду, і багато людей вірять у зміст уже на основі титулу, навіть не читаючи статтю.
- Уміння розпізнавати клікбейт – це важлива частина свідомого користування інтернетом, завдяки якій ми можемо:
 - о уникати маніпуляцій,
 - о не втягуватися у фейкові новини,
 - о дбати про якість інформації, яку ми самі поширюємо.

6. Словник понять

Поняття	Визначення
Clickbait	Заголовок або мініатюра, що має привернути увагу, часто перебільшений або такий, що вводить в оману щодо змісту статті.
Маніпулятивний заголовок	Титул, побудований так, щоб викликати емоції (шок, гнів, страх), часто коштом достовірності інформації.
Ефект цікавості	Психологічний механізм, який змушує нас хотіти дізнатися відсутню інформацію – використовується у клікбейтах.
Дезінформація	Фальшиві або маніпулятивні відомості, що поширюються з метою впливу на аудиторію.

7. Методичний посібник для вчителя – розширена версія

1. Підготовка матеріалів

• Добір прикладів:

- о Використовуй нейтральні або вигадані заголовки, які не стосуються актуальних політичних суперечок чи тем, що можуть викликати суперечки серед учнів.
- о Уникай чутливих тем (релігія, локальні конфлікти, приватні ситуації учнів).
- о Зосередься на заголовках освітніх, розважальних, повсякденних (напр. здоров'я, наука, цікавинки, спорт).

• Різні формати:

- о Підготуй набір заголовків у вигляді роздруківок або слайдів – з новинних порталів, YouTube, соцмереж, а також із реклами.
- о Додай картинки та мініатюри, щоб учні побачили, як клікбейт працює візуально (кольори, емодзі, кричущі написи).

• Картка 10 трюків клікбейту:

- о Роздай кожній групі картку з найпоширенішими техніками маніпуляції заголовками, щоб їм було легше аналізувати під час вправ.

2. Проведення уроку

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

- **Вступ:**

- о Почни з прикладів, близьких досвіду учнів (YouTube, TikTok, Instagram), щоб одразу привернути увагу.
- о Запитай, чи траплялося їм натискати на заголовок, який виявився оманливим – це створить контекст для вправ.

- **Міні-лекція:**

- о Давай короткі, конкретні визначення, поєднуй їх із запитаннями до класу, щоб підтримувати зацікавлення.
- о Пояснюй, що клікбейт не завжди є неправдивим, але завжди має на меті маніпуляцію емоціями та спонукання до кліку.

3. Модерація вправ і дискусії

- **Групова робота:**

- о Переконайся, що кожна група розуміє інструкцію і знає, як користуватися «Карткою 10 трюків клікбейту».
- о Заохочуй учнів аргументувати вибір: «Чому ви вважаєте, що цей заголовок – клікбейт? Які емоції він має викликати?»
- о Якщо виникають різні думки – підкресли, що межа між цікавим і маніпулятивним заголовком буває тонкою, і це нормально, що учні оцінюють по-різному.

- **Дискусія:**

- о Створи атмосферу вільного обміну думками – запитуй, але не оцінюй.
- о Покажи, що навіть професіонали іноді «ведуться» на клікбейт – щоб учні не соромилися.
- о Підкресли, що мета уроку – не критикувати користувачів інтернету, а навчитися краще відфільтровувати інформацію.

4. Побудова безпечної атмосфери

- Не висміюй відповіді учнів – кожна думка є відправною точкою для розмови.
- Якщо хтось поділиться особистим прикладом (напр., натиснув на фейковий заголовок чи став жертвою шахрайства) – не дозволяй кепкувати з нього, наголошуй, що це поширений досвід.
- За потреби нагадай про правила нетикету – взаємоповагу та безпечну комунікацію в мережі.

5. Виховна мета уроку

- Формувати в учнів:
 - о усвідомлення, як працюють медіа та реклама в інтернеті,
 - о стійкість до маніпуляцій емоціями, які змушують клікати та поширювати без перевірки,



**Co-funded by
the European Union**

о навички критичного читання заголовків, оцінки їх достовірності та уникання поширення неправдивих матеріалів.

6. Можливі розширення занять

- **Домашнє завдання:** учні шукають у мережі приклади клікбейтних заголовків (без посилань), щоб на наступному уроці їх проаналізувати.
- **Класний проєкт:** створення «Кодексу свідомого учня в інтернеті» з правилами безпечного читання заголовків та поширення інформації.
- **Міні-творчий воркшоп:** учні переписують клікбейтні заголовки на достовірні, показуючи, що можна зробити цікаво без маніпуляцій.

8. Освітні та фактчекінгові джерела

- **European Digital Media Observatory (EDMO)**

<https://edmo.eu>

- **EUvsDisinfo – European External Action Service**

<https://euvsdisinfo.eu>

- **Demagog.org.pl (Польща)**

<https://demagog.org.pl>

- **Konkret24 (Польща)**

<https://konkret24.tvn24.pl>

- **Manipulátoři.cz (Чехія)**

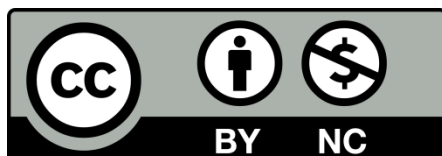
<https://manipulatori.cz>

- **Demagog.sk (Словаччина)**

<https://demagog.sk>

- **StopFake.org (Україна)**

<https://www.stopfake.org/en/news/>



Проект спільно профінансований Європейським Союзом