

М. Трубникова

СИНТАКСИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ПОСТРОЕНИЯ КЛИКБЕЙТ-ЗАГОЛОВКОВ

Каждый день публикуется более 2 миллионов текстов. В условиях информационной перегрузки и сокращения продолжительности концентрации внимания человека до 6 секунд авторам текстов необходимы инструменты, позволяющие вызвать немедленный интерес аудитории к тексту. Одним из таких инструментов является *кликбейт* – заголовок интригующего или провокационного характера, который побуждает пользователя к действию, прописанному автором текста.

В ходе данного исследования был выполнен анализ синтаксиса более 70 кликбейт-заголовков развлекательных статей на русском языке. В результате были выделены синтаксические модели построения кликбейт-заголовка. Самыми частотными среди них являются следующие модели.

1. Числительное + существительное + *которые...* Такая модель заголовков используется в статьях развлекательного характера, в которых перечисляются некоторые предметы, личности, события и т. д. Такие заголовки, как правило, имеют нейтральную эмоциональную окраску, а статьи не несут значительной информационной нагрузки: *«10 героинь сериалов, которых обожают все мужчины»*, *«5 звезд-грязнуль, от которых неприятно пахнет»*.

2. Существительное во множественном числе + *которые...* По распространенности данная модель не уступает предыдущей, сферы использования данных моделей заголовка также сходны. Тем не менее вторая модель является менее эффективной, поскольку, не имея представления о длине статьи, читатель не готов тратить на нее время: *«Самые нелепые промахи в одежде: животы надорвете»*, *«Знаки зодиака, в которые влюбляются мужчины»*.

3. Цитата + факт. Заголовок начинается с краткой цитаты героя, вырванной из контекста, после которой следует основной посыл статьи. Данная модель применяется в заголовках к интервью или статьям, посвященным событию в жизни героя статьи: *«BTS шокировали Шугу поздравлением на день рождения: «Как можно было такое сделать?»*, *«На Манижу обрушился жесткий хейт: “Более ужасного выбора в России никогда не было”»*.

4. Существительное с семантикой группы, аудитории + глагол с семантикой удивления, неожиданности + факт. Такие заголовки, как правило, преувеличивают или заметно искажают суть текста. Через компонент с семантикой группы адресуется потребность человека в принадлежности к группе, а компонент с семантикой удивления разжигает интерес читателя: *«Ученые в шоке: миллиарды неизвестных вирусов обнаружили в нефти»*, *«Говорят, что Путин-то – не настоящий: как изменился президент с 2004 года»*, *«Фанаты обнаружили у Чонгука и Арианы Гранде парные татуировки: между ними точно что-то есть!»*.

Несмотря на распространенность кликбейта как способа привлечения внимания, данный прием не теряет эффективности. Более глубокое понимание принципов кликбейта позволит авторам текстов эффективнее воздействовать на свою аудиторию и привлекать новых читателей.