

CLICKBAITOVÉ TITULKY: CO TO JE A PROČ JSOU NEBEZPEČNÉ

Kamil KOPECKÝ

Na internetu se denně setkáváme s desítkami článků, videí a příspěvků, které se snaží zaujmout naši pozornost. Aby se odlišily od ostatních, používají často výrazné, přehnané nebo tajemné titulky. Říká se jim clickbaitové titulky – tedy takové, které fungují jako návnada na kliknutí.

Slovo *clickbait* pochází z angličtiny (*click* = kliknutí, *bait* = návnada) a označuje titulky, které jsou **záměrně přitažlivé, emotivní nebo šokující**, aby přiměly uživatele kliknout. Typicky slibují víc, než opravdu nabídnou – například: „*Pět věcí, které měl vrah v batohu. To musíte vidět!*“, „*Neuvěříte, co udělal dál...*“ nebo „*Tato jednoduchá věc vám změní život!*“

Tyto věty jsou klasickým příkladem clickbaitu. Nejsou určeny k tomu, aby informovaly, ale aby **vyvolaly zvědavost a přinutily čtenáře kliknout**. Autoři tím záměrně vytvářejí tzv. *mezery ve zvědavosti (curiosity gap)* – čtenář má pocit, že mu něco „uniká“, a kliknutím se to chce dozvědět. Ve skutečnosti ale často zjistí, že „šokující“ důvod vůbec neexistuje a článek je jen prázdný nebo reklamní.

Proč jsou clickbaity nebezpečné

Clickbaitové titulky nejsou jen chytrou manipulací s naší pozorností. Ve skutečnosti mohou ovlivňovat naše chování, vnímání reality i bezpečnost na internetu.

1. Zneužívají emoce a manipulují

Autoři clickbaitů dobře vědí, že na emoce reagujeme rychleji než na rozum. Titulek, který vzbuzuje **zvědavost, strach nebo hněv**, nás často přiměje kliknout, aniž bychom přemýšleli, zda má smysl. Takové titulky manipulují čtenářem a zvláště děti a mladí lidé mohou snadno uvěřit nepravdivým nebo zkresleným informacím.

2. Podporují šíření dezinformací

Clickbaity bývají často **vstupní branou k dezinformačním webům**. Titulek, který slibuje odhalení nebo šokující novinku, může vést k článku s neověřeným či lživým obsahem. Zvědavost čtenáře se tak stává nástrojem pro šíření manipulativních zpráv a názorů.

3. Slouží jako nástroj podvodníků

Mnoho clickbaitových článků je přímo propojeno s **internetovými podvody a klamavou reklamou**. Často slibují „zázračné“ produkty nebo služby, které **nefungují, nebo dokonce ohrožují zdraví a finance uživatelů**.

Typické jsou například:

„Lék, který z těla odstraní všechny parazity během tří dnů!“

„Tajná metoda, jak se naučit cizí jazyk za 7 dní!“

„Zázračný nápoj, po kterém zhubnete 15 kg za týden!“

Tyto články často vedou na stránky, které vyžadují osobní údaje, platbu kartou nebo nákup „omezené nabídky“. Ve skutečnosti jde o **phishingové weby, falešné e-shopy nebo reklamní systémy**, které vydělávají na důvěřivosti uživatelů. Clickbaity tak nejsou jen problémem informací, ale i **bezpečnostním rizikem**.

4. Ohrožují osobní data a zařízení

Za lákavým titulkem se může skrývat **škodlivý odkaz, vir nebo reklama**, která přesměruje uživatele na nebezpečný web. Mnoho lidí se tak stalo obětí podvodu nebo napadení zařízení jen proto, že

klikli na článek, který „vypadal důvěryhodně“.

5. Snižují důvěru v média

Weby, které clickbait používají, často **upřednostňují množství kliknutí před kvalitou obsahu**. Místo hodnotných informací nabízejí prázdné články plné reklam. Jak upozorňuje Asociácia digitálnych marketingových agentúr (ADMA):

„Clickbait = overpromise + underdeliver.“

Jinými slovy – **slibuje hodně, ale doručí málo**. Tento přístup postupně snižuje důvěru v média a vede k únavě z informací.

6. Oslabují mediální gramotnost

Když se děti a mladí lidé s clickbaity setkávají pravidelně, mohou si postupně zvykat, že titulky nejsou odrazem reality, ale jen „návnadou“. To **oslabuje jejich schopnost rozlišovat mezi důvěryhodnými a manipulativními informacemi** a může negativně ovlivnit jejich vztah k médiím i ke kritickému myšlení.



Jak poznat clickbait

Clickbaitový titulek obvykle:

- vyvolává silné emoce nebo slibuje „šokující odhalení“;
- neodpovídá obsahu článku;
- pochází z nejasného nebo pochybnému webu;
- doprovází ho přemíra reklam a nepřehledný obsah.

Pokud máš při čtení pocit, že ti článek nic nového nepřinesl, ale přesto tě přiměl kliknout, pravděpodobně šlo o clickbait.

Jak se bránit

Než klikneš, **přemýšlej, proč tě titulek zaujal**. Ověř si, kdo článek napsal, zda jde o důvěryhodné médium a jestli podobnou

informaci najdeš i na jiných stránkách. Učitelé a rodiče mohou dětem ukazovat příklady clickbaitových titulků a diskutovat, co je dělá přitažlivými. Pomáhá také porovnat původní a „opravdový“ titulek – a vysvětlit rozdíl mezi snahou zaujmout a snahou informovat. Pokud titulek slibuje **zázračné výsledky, rychlé zbohatnutí nebo léčbu všech nemocí**, je to jasný signál, že **jde o manipulaci nebo podvod**.

Shrnutí

Clickbaitové titulky jsou **moderní formou digitální manipulace a často také nástrojem online podvodníků**. Jsou navrženy tak, aby získaly naši pozornost – ne proto, aby nám poskytly hodnotné informace. Je proto důležité je rozpoznat, chápat jejich principy a nenechat se jimi ovlivnit. Pokud děti i dospělí pochopí, že **ne každý „šokující titulek“ je pravdivý**, získají jednu z nejdůležitějších dovedností dnešní doby – **kritické čtení, ověřování informací a bezpečné chování na internetu**.

Kamil Kopecký
E-Bezpečí

Zdroje

Asociácia digitálnych marketingových agentúr (ADMA): *Etika v reklame, clickbaitové články, fake news weby a preberanie obsahov* (2024).

ESET Safer Kids Online – Dvojklík.cz: *5 důvodů, proč je clickbait nebezpečný – třetí důvod vám vyrazí dech* (2023).

Etický kódex reklamy Rady pro reklamu (RPR): zásady pravdivosti a čestnosti v reklamě.