

ELTE BTK Nyelvtudományi Doktori Iskola
kopcsakrobert@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6394-8136>

Kopcsák Róbert: Kritika és annotálás: a kattintásvadászat sűrűsödési pontjai
Annotation and critical theory: the assemblages of clickbait headlines
Alkalmazott Nyelvtudomány, Különszám, 2023/2. szám, 194–211.
doi:<http://dx.doi.org/10.18460/ANY.K.2023.2.011>

Kritika és annotálás: a kattintásvadászat sűrűsödési pontjai

Annotation and critical theory: the assemblages of clickbait headlines

This paper proposes an approach for interpreting clickbait headlines based on functional linguistics, critical theory and corpus linguistics. The proposed approach defines clickbait as a kind of potentiality to help the process of identifying and annotating clickbait headlines. The research describes an annotation schema designed for identifying clickbaiting, showing its adaptability by analysing a sample retrieved from a corpus created during the research process, containing data from three Hungarian news sites (24.hu, Index, Origo). To shed light on the complexity of clickbaiting, I argue that conclusions derived from the process of annotation should be reconceptualised by reflecting on the act of identifying, highlighting the intertwine of language and society.

Keywords: clickbait, critical theory, corpus linguistics, headlines, annotation

1. Bevezetés

Az alábbi dolgozat kiindulópontként szolgál a kattintásvadászat működésének megértéséhez. A bemutatott elemzés ehhez egy olyan vizsgálati korpuszt épít, amelyet egy önállóan kidolgozott annotálási séma segítségével annotál. Az elemzés célja, hogy az adatokból származó következtetéseket olyan reflexió tárgyává tegye, amely a nyelvet és a nyelvvel összefonódó társadalmi szövetet egységes egészként értelmezi. A dolgozat tehát nyelv és társadalom dialektikus egységét hangsúlyozza, a kritikai elmélet (l. Adorno, 2001; Joll, 2009) és a funkcionális nyelvelmélet (l. pl. Halliday, 2004; Tátrai, 2011; Tolcsvai Nagy szerk., 2017) iránt egyaránt elköteleződve, a korpusznyelvészet eszközkészletét alapul véve. Az alábbi vizsgálat egy lehetséges módját dolgozza ki a korpusznyelvészet kritikai elmélet felől történő alkalmazásának, a többféle lehetőség közül egy(féle) kritikai korpusznyelvészetet megvalósítva.

Mivel az elemzés és az annotálás előtt előzetesen elköteleződöm egy elméleti pozíció iránt, a vizsgálat korpuszalapú megközelítést alkalmaz (Tognini-Bonelli, 2001: 65–80). A korpuszalapú megközelítés és a funkcionális nyelvelmélet egymáshoz eleve szorosan kötődik, hiszen mindkettő az elméletek adatokkal való összehangolását tűzi ki célul (Tolcsvai Nagy, 2017: 23–25, 57–59; vö. még Simon, 2018: 1–4) – sokkal inkább kérdéses a korpuszalapú megközelítés kritikai

elmélettel való kapcsolata (a funkcionális nyelvelmélet és a kritikai elmélet közötti kapcsolatot egy másik dolgozatban fejtem ki, l. Kopcsák, megj. előtt).

A kritikai elmélet kiindulópontja a szubjektum és az objektum közötti törés önreflexív megtapasztalása, egy olyan törésé, amelyet egy uralmi viszony konstituál (a szubjektum uralma az objektum felett vagy az objektum uralma a szubjektum felett) (Adorno kézirat, 2001; a dolgozat a kritikai elmélet sokrétű megvalósulása közül a Frankfurti Iskola, azon belül is Adorno negatív dialektikája felé közeledik, habár ahhoz, hogy a negatív dialektikához el is érjen, az elemzés által használt nyelvre is reflektálnia kellene). A törés egyik lehetséges létrehozója és újratermelője az identifikálás (azonosítás) aktusa (Joll, 2009). Az identifikáló nyelvet használva a szubjektumok úgy nyilatkoznak meg, mintha képesek lennének kimerítően – és már előzetesen – azonosítani a dolgok (objektumok) összes lényeges jellemzőjét. A kritikai elmélet (egyik) célja, hogy láthatóvá tegye az identifikáló nyelv vakfoltjait, azaz a dolgok olyan nem identikus tulajdonságait, amelyet az azonosítás aktusai elfednek (Adorno kézirat, 2001). A kritikai elmélet (elmélet és módszer kölcsönösen egymásra ható, mégis egyenlő viszonyában) a dolgokhoz tér vissza, amennyiben a dolgok előzetesen azonosított tulajdonságait kiterjeszti a nem identikus jellemzők felé. Ez a kritikai elmélet és a korpuszalapú megközelítés közötti legfontosabb közös pont: egyik sem az elméleti gondolkodás individualizáló – és egyben identifikáló – aktusában érdekelt, hiszen mindkettő a dolgok – jelen esetben a nyelvi jelenségek – tényleges megvalósulásához köti magát.

1.1. A kutatás előzménye

A kattintásvadászatot a kutatás előzményében a funkcionális nyelvelmélet segítségével, korpuszalapon, a kritikai elmélet konzekvens bevonása nélkül vizsgáltam (Kopcsák, 2021). Azt találtam, hogy a kattintásvadászat sokrétű jelenség, amely több oldalról is megközelíthető. Egyrészt, a kattintásvadászat olyan esemény, amely során a felhasználó valamilyen belsővé tett kényszer nyomán egy linkre kattint, a link átvezeti egy weboldalra, amely tartalmában a felhasználó az előzetes várakozásaihoz képest csalódik (Chakraborty et al., 2016; Kopcsák, 2021). Másrészt, a kattintásvadászat a profitszerzés egy lehetséges módja, hiszen a linkek olyan weboldalakra vezetnek el, amelyekbe reklámok ágyazódnak be (Kopcsák, 2021). Harmadrészt, a kattintásvadászat nem egy elszórt vagy ritka esemény, hanem a posztfordista gazdasági berendezkedés inherens jellemzője és megvalósulása (Kopcsák, megj. előtt). Ezzel összefüggésben, negyedrész, a kattintásvadászat egy társadalmi praxis vagy gyakorlat (Fairclough, 2010), amely szabályozza, hogy milyen módokon (milyen szemiotikai erőforrásokat felhasználva) kényszeríthetők ki a kattintások, miközben a saját célélvűségét (ti. a profitszerzést) úgy leplezi el, hogy a kattintás kívülről érkező kényszerét az emberek belsővé tett vágyainak álcázza (Kopcsák megj. előtt). Egy külső kényszer belsővé tétele mindig maximalizálja a kényszer határfokát, hiszen az emberek önmagukat zsákmányolják ki (Han, 2019) úgy,

hogy közben a kényszerítés rejtett módja miatt a felelősség is a felhasználókra csúszik át („a te hibád, hogy rákattintottál”). Ezért, ötödrészt, a kattintásvadászat manipuláció (a manipulációról l. pl. Árvay, 2003), hiszen a kattintás kényszere a felhasználó számára nem átlátható módon képződik meg, a felhasználó perceptuális és kognitív folyamatait kizsákmányolva (Kopcsák, 2021 – bár a kényszerképződés folyamata nem válik átláthatóvá, a kattintásvadászat megvalósulásakor a manipulatív megnyilatkozási szándék nem feltétlenül marad rejtve a felhasználó előtt, l. Bárházi, 2008).

1.2. A kattintásvadászat potencialitása

A kattintásvadászzal foglalkozó tudományos munkák kétfelől közelítenek a jelenséghez: egyrészt stabil kategóriaként, amely elkülöníthető tulajdonságokra osztható, és az elkülöníthető tulajdonságokon keresztül tudományosan modellálható; másrészt szubjektív élményként, amely a felhasználók folytonos visszajelzésein keresztül válik előrejelezhetővé. Az első megközelítés képviselője Chen et al. (2015) nagyhatású előtanulmánya, amely egy kiterjedt szakirodalmi áttekintés során rögzíti a kattintásvadászat megragadható tulajdonságait, legyenek azok nyelvek (pl. feloldatlan névmások és kataforikus előreutalások, felszólítások, celebritások nevei, numerikus karakterek, „enigmatikus” szóhasználat), képek (pl. emocionális tartalom megjelenítése), vagy metaadatként (pl. rövid olvasási idő) identifikálhatók. Az első megközelítéshez tartozik Veszelszki (2017) és Falyuna (2019) is, amelyek az álhírek tárgyalása mentén kezdeményeznek diskurzust a kattintásvadászzatról, néhány azonosítható tulajdonságot felsorolva. Veszelszki (2017) a deixiseket, a kataforákat, a címek (rövid) hosszát, az információ visszatartását, az „enigmatikus” megfogalmazási módot, a listagyártó, valamint a felhasználót felszólító címeket (Veszelszki, 2017: 60–62), míg Falyuna a kérdő mondatokat, a felszólítást, a feltűnő nagybetűhasználatot, az érzelmeket fokozó nyelvi kifejezéseket, az iróniát és a gúnyt, valamint az információ visszatartását említi (Falyuna, 2019: 40–41). Az első megközelítés eredményei hasznosak lehetnek az annotálási sémák megtervezésekor, azonban hátrányuk, hogy nem veszik figyelembe, hogy a kattintásvadászat egyénről egyénre variálódik, azaz, hogy az egyéni elvárások, preferenciák és háttértudások mind befolyásolják, hogy milyen mértékű kényszer jön létre a felhasználóban, illetve, hogy a felhasználó mire kattint.

A második megközelítéshez tartozó tanulmányok kevésbé a kattintásvadászat előzetesen felállított kategóriatulajdonságaiból indulnak ki. Ezek a kutatások a természetes nyelvfeldolgozás keretein belül olyan algoritmusokat prezentálnak, amelyek a felhasználó tényleges visszajelzéseit veszik alapul, így válnak képessé arra, hogy (jó közelítéssel, de) kezeljék a kattintásvadászat egyéni variálódását. Potthast et al. (2018) például egy olyan mélytanuláson alapuló, kattintásvadászzat detektáló algoritmust írtak, amelyet olyan tanulókorpuszon tanítottak be, amelyben laikus felhasználók annotálták a kattintásvadász adatokat. Chakraborty et al. (2016) olyan algoritmust fejlesztettek, amely úgy detektálja

a kattintásvadászatot, hogy közben személyre szabható: képes magába építeni az egyes felhasználók visszajelzéseit. A második megközelítés kutatásai, bármennyire finoman bánnak a kattintásvadászat egyéni variálódásával, csak azt a kattintásvadászat-fogalmat képesek outputként reprodukálni, amelyet a felhasználók inputja mozgósít.

A személyre szabható algoritmusok alapvetően a megvalósult kattintásvadászaton, a céloldalra eljutó felhasználók tapasztalatain alapulnak. Amennyiben ilyen adattípus vagy algoritmus nem áll rendelkezésre, lehetőség mutatkozik a kezdőoldalak elemzésére. A kezdőoldalak elemzésével olyan beágyazott linkeket tartalmazó szövegegységek (pl. a hírportálok kezdőfelületén található címek) válnak értelmezhetővé, amelyek potenciálisan kényszerítenek a kattintásra. A szövegegységek potencialitása a kattintásvadászat lehetséges megvalósulását jelöli, úgy, hogy közben fenntartja a lehetőséget az egyénileg variálódó megvalósulásra (arra, hogy a kattintás kikényszerítése a felhasználók preferenciáitól és tapasztalataitól is függ). A kissé körülményes kattintásvadászat-potencialitás helyett érdemes lehet a kényszerképzés potencialitásáról vagy a kényszerképzés hatásszándékáról beszélni (a hatásszándék Barbara Sandig fogalma, amely egy szövegrészlet olyan stílushatását jelenti, amelyet az kiválthat a befogadóban, l. Sandig, 1995), már csak azért is, hogy az elgondolás ne hozzon előzetes döntést a kattintásvadászat (mint kategória) kimeríthetőségéről. A kényszerképzés potencialitása vagy hatásszándéka közel sem problémamentes, hiszen fokozatilag érvényesül – ezt a problémát az annotálási séma kategóriáinak esetleges súlyozásával, a fő kényszerképző módozatok láthatóvá tételével lehet (részlegesen) megoldani.

1.3. Sűrűsödési pontok

Egy kritikai elköteleződésű dolgozat a nem identikus jellemzők elérése érdekében a nyelv és társadalom közötti kapcsolatot folyamatos reflexió tárgyává teszi. Az itt bemutatott kritikai korpusznyelvészet ott biztosít teret a reflexiónak, ahol a korpusznyelvészeti megközelítés a korpuszból kinyert adatokat egy új általánosítási szinten értelmezi (Kopcsák, 2020; Simon, 2018): az alábbi elemzés az annotálási séma által azonosított nyelvi tulajdonságokat gondolja újra és egészíti ki nyelv és társadalom összefonódására reflektálva (l. 3.3. – a kidolgozott megközelítésben a kritikai elmélet és a korpusznyelvészet kapcsolódási pontját tehát az identifikált nyelvi adatokra való reflexió lehetősége adja). A dolgozat nyelv és társadalom összefonódását a sűrűsödési pontok fogalmával érzékelteti, az elemzés második lépéseként az annotálás mintázatait sűrűsödési pontokként értelmezi újra (ezzel együtt a dolgozat a társadalmi erőtér bevonása, valamint az identifikálás nyelvi aktusaira való reflektálás miatt válik kritikaivá).

A sűrűsödési pont képzete egy olyan nyelvkonceptiót jelöl, amely a nyelv hálózatát nyelvi jelenségek és társadalmi erők összefolyásaként, a kettő nem disztinkt, el nem választható kapcsolataként modellálja – a nyelvet egészes jelenségnek tekinti, amely nem választható el attól, ahogy a nyelv társadalmivá

válík (Kopcsák, megj. előtt). A felvázolt nyelvkoncepció összhangban van a funkcionális nyelvelmélet hálózatalapú nyelvleírásával (Tolcsvai Nagy szerk., 2017), amely a megismerést társasként (Tátrai, 2017), a nyelvet pedig társadalmiként értelmezi (Halliday, 2004). A sűrűsödési pontok képzete nyelv és társadalom elnemválaszthatóságát úgy hangsúlyozza, hogy közben a nyelv mint társadalmi jelenség heterogén és fluid jellege mellett érvel. A sűrűsödési pontok nyitottak, egészlegések és megváltoztathatók: a prototípuselv mentén szerveződnek (Tolcsvai Nagy, 2017: 35–41), társadalmivá tett nyelvi egészek (Tolcsvai Nagy, 2017: 68) és a megvalósulás során újrakonstituálódnak (Tolcsvai Nagy, 2017: 62–64). A kidolgozott koncepció végső soron egy olyan értelmezési potenciált szolgáltat, amely a nyelvet a saját kontextusába helyezi vissza, miközben azt nem kívánja merev elemzési kategóriákba zární.

2. Anyag és módszer

A dolgozat törekszik a nyelv egészes megközelítésére, de ennek ellenére sem tudja az anyagát totalitásként megragadni, ezért néhány elemzési szempont alapján szűkíti le a tapasztalatok sokszínűségét, hogy lehetővé tegye a mintavételt és az arra való reflexiót. Egyrészt, a kényszerképzés folyamatát csak a hírportálokon belül, a hírportálok kezdőfelületén tematizálom, annak ellenére, hogy más felületeken (pl. a közösségi médián belül) legalább ugyanilyen fontos lenne. Másrészt, a kattintásvadászat elemzéséhez a hírportálok kezdőfelületét leegyszerűsíti, a szemiotikai erőforrások közül egyedül a hírcímek nyelvét veszi figyelembe, ami már eleve idealizáció, hiszen figyelmen kívül hagyja a felvezetőt (leadet), az indexképet, a kezdőfelület rovatokba való strukturálódását, a címkéket, a betűméretet vagy a betűszínt is. Harmadrészt, a hírportálok közül a dolgozat csak a legolvasottabbak címeit vizsgálja. Ezekben a hírportálokban az olvasók valamilyen szintig megbíznak, legalábbis visszajárva olvassák őket, ezért különösen ki vannak téve a kattintásvadász kényszerképzés folyamatának, hiszen a visszajáró felhasználók – feltételezhetően – nem azért olvasnak híreket, hogy folyamatos csalódások érjék őket. Ha nem is ezek a weboldalak a legkattintásvadászbak (azok vélhetően a bulvároldalak és az álhíroldalak lennének, l. Falyuna, 2019 és Veszelszki, 2017), de az olvasottságuk és a weboldaltípusuk (hírportál) miatt ezektől lenne a legelvárhatóbb, hogy ne vessék alá az olvasóikat a kényszerképzés folyamatának. Mivel a kattintásvadászat nem egy egyszeri, elszórt jelenség, hanem a posztfordizmus gazdasági berendezkedésének a megvalósulása (l. 1.1), nem olyan meglepő, hogy a kattintásvadászat nem kizárólag a bulvároldalakra jellemző, hanem a legolvasottabb, professzionálisnak gondolt hírportálokra is (Molek-Kozakowska, 2013).

A kutatás által vizsgált időszak 2021 szeptembere, ahol a legolvasottabb legolvasottabb (legmagasabb egyedi látogatószámmal rendelkező) magyar hírportálok a 24.hu, az Index és az Origo voltak (Gemius). A korpuszépítés során kinyertem a három hírportál összes szeptemberben megjelenő címét (ehhez egy

RSS-olvasót, a Feedly-t használtam; 1. Feedly). Az így kinyert címekről alkorpuszonként, azaz hírportálonként egy-egy mintát vettem. A mintavétel mindhárom esetben egy tényezőre nézve volt reprezentatív, ez az egy tényező a címek alkorpuszonkénti összama volt (Krejcie & Morgan, 1970, 1. az 1. táblázatot).

1. táblázat. A vizsgálati korpusz és a mintavétel általános jellemzői.

	24.hu	Index	Origo
összes hírcím (db)	3500	4912	5632
mintavételezett címek (db)	346	356	360

A kutatás következő lépéseként az 1.2-ben bemutatott kétféle megközelítés eredményeire és a kutatás előzményére (l. Kopcsák, 2021) támaszkodva létrehoztam egy annotálási sémát (l. 3.2-t). Az annotálási séma kategóriát a hírcímek adataival szembeállítva folyamatosan finomítottam, az annotálás folyamatát egyedül, külső annotátorok bevonása nélkül végeztem el. A kinyert minta annotálása után a kiosztott címkék relatív gyakoriságát vizsgáltam meg, többféle viszonyítási módot is alkalmazva. Az így megfigyelt adatok már önmagukban is lehetővé tették, hogy következtetéseket fogalmazzak meg a hírcímek mintázatba való szerveződéséről (3.2.), de ennél is lényegesebb volt, hogy a statisztikai és nyelvészeti adatok lehetőséget biztosítottak a reflexió szintjének (3.3.). A reflexió szintje a hírcímek lexikogrammatikai mintázatát a társadalmi hatások bevonásával tematizálta, a hírcímek sűrűsödési pontjait megfigyelve, magyarázatot adva a kattintásvadász hírcímek lehetséges működésmódjára.

3. Eredmények

3.1. Az annotálási séma

A kutatás során kidolgozott annotálási séma öt fő kategóriából áll. A kategóriák sorrendje az azonosíthatóságuk nehézségi fokát képi le: a legkönnyebben azonosítható jegyeiktől halad a legnehezebben azonosíthatók felé (a megoldás azt szolgálja, hogy az annotálási séma megoszthatóvá váljon más annotátorokkal is). Az annotálási séma címkéit, a címkék strukturálását és definiálását az annotálás során, annak tanulságait figyelembe véve folyamatosan alakítottam. Bár az annotálási séma támaszkodik a szakirodalom által megfigyelt nyelvi jellemzőkre (a 2. és a 3.3. címkéi Veszelszki, 2017-re, a 3.1. Falyuna, 2019-re, a 3.2. Chakraborty et al., 2016-ra, a 4.1., a 4.2. és a 4.3. Blom & Hansen, 2015-re, az 5.2.1. Chen, 2015-re), a címkék egy részét a szakirodalom nyelvhasználati adataira alapozva hoztam létre (az 1-t, a 4.4-et és a 4.5-öt a Veszelszki, 2017 és a Falyuna, 2019 által hozzáférhetővé tett címek alapján), míg a címkék más része a folyamatban lévő kutatás során jött létre (4.6. és 5.). Az annotálási séma alkalmazásakor a hírcímekhez több címke is kiosztható.

Az (1) kategória olyan direktívumokat (l. Tátrai, 2017: 1015) tartalmazó hírcímeket jelöl, amelyek közvetlenül szólítják fel a felhasználókat egy cikk megnyitására vagy megosztására (pl. *kattints ide!* vagy *nyisd meg!*). A (2) kategória olyan listakonstrukciókat foglal magába, amelyek a listaelemeket (2.1) numerikus karakterekkel vagy (2.2) lexikálisan kidolgozva számszerűsítik, miközben a lista egyes elemei jellemzően a beágyazott hírcikkben ismerhetők meg (pl. *10 dolog, amit...* vagy *Tíz ember, akit...*). A (3) kategória a hírcímek tipográfiáját tipizálja. Olyan címek tartoznak ide, amelyek (3.1) nagybetűvel írt szavakat (olykor csak nagybetűket) vagy (3.2) szokatlan írásjelhasználatot (pl. kérdőjel- és felkiáltójel-halmazást) tartalmaznak, valamint, (3.3) amelyek szokatlanul hosszúak (a hírportál átlagos címhosszúságához viszonyítva).

A (4) olyan lexikogrammatikai (l. Halliday, 2004) kategóriákat gyűjt egybe, amelyek egy-egy szóalakon vagy szókapcsolaton keresztül ismerhetőek fel. Idetartoznak (4.1) a fel nem oldott deixisek (pl. *ez, ezt, erre*), (4.2) a multimodális deixis (pl. a címben megjelenő *videó, kép* vagy *fotó* mint nyelvi elemek), (4.3) a kérdő mondatok, (4.4) azok a direktívumok, amelyek nem esnek egybe az 1. kategóriával (pl. *Gyakori lakberendezési hiba, amit semmiképp se kövess el!* – az adat forrása Veszelszki, 2017: 82), (4.5) az intenzifikáló elemeken belül (4.5.1) a túlzást megkonstruáló jelzők (pl. *elképesztő*) és (4.5.2) a durva stílushatású szavak (pl. *becsicskít*), valamint (4.6) a fel nem oldott, katafora értékű, sematikus főnevek.

Az (5) olyan eseménykonstruálásokat tartalmazó kategória, amely az esemény valamely kidolgozatlan vagy sematikus kidolgozott részletére irányítja a figyelmet (a figyelemirányításhoz l. Tátrai 2017: 901–926), (5.1) az esemény valamilyen előzményének vagy következményének kidolgozatlanságával, azaz (5.1.1) egy abszurd vagy groteszk esemény, illetve (5.1.2) valamilyen implikált eseményrészlet megkonstruálásával, (5.2) az események lehorgonyzásával valamilyen közismert személyhez vagy közismert entitáshoz, (5.2.1) tulajdonnevek megjelenítésével, illetve (5.2.2) tulajdonnevek körülírásával, valamint (5.3) az események érzelmekre ható jellegével, (5.3.1) elkövethető hibaként láttatott eseményekkel, (5.3.2) szexualitással összefüggő eseményekkel, illetve (5.3.3) emberi életre veszélyt jelentő események kidolgozásával.

3.2. Az annotálás eredménye

Az annotálási séma segítségével létrehozott korpuszminta segítségével többféle következtetést is lehet tenni. Egyrészt, a mintából kikövetkeztethető a potenciálisan kattintásvadász hírcímek alkorporuszokénti megosztására. Másrészt, felállítható a hírportálok kattintásvadász-profilja, az alapján, hogy mutatnak-e valamilyen egyedi mintázatot az annotálás különböző kategóriáiban és alkategóriáiban. Harmadrészt, az annotálási címkék együttes előfordulásából további általános következtetések is levonhatók.

Az alkorpuszok mintáinak számszerűsített összevetésekor a potenciálisan kattintásvadász címek megoszlása lényeges törést mutat azok relatív gyakoriságát nézve. Amíg a 24.hu és az Index mintája egymáshoz közel azonos mértékben tartalmaz potenciálisan kattintásvadász címeket, addig ez az arány az Origo mintájában a másik kettőhöz mérten jelentősen magasabb (1. 2. táblázatot).

2. táblázat. A potenciálisan kattintásvadász hírcímek általános és relatív gyakorisága a vizsgált korpuszban.

	24.hu	Index	Origo
mintavételezett címek (db)	346	356	360
potenciálisan kattintásvadász címek (db)	103	120	174
potenciálisan kattintásvadász címek aránya	29,77%	33,71%	48,33%

A hírportálok kattintásvadászati-profiljából az alábbiakban csak azokat az annotálási kategóriákat vizsgálom, amelyek legalább egy hírportálra nézve kiugró értéket mutatnak. A három hírportál közül a legkattintásvadászabb, az Origo a kiosztott címkék relatív gyakoriságát nézve is sajátos mintázatot mutat. Az Origo címkéit vizsgálva feltűnő, hogy az Origo hírcímei rendkívül magas arányban tartalmaznak átszexualizált eseményeket és multimodális deixiseket (3. táblázat).

3. táblázat. A felső sorban megnevezett annotálási kategóriákat felmutató hírcímek általános gyakorisága (egész számok) és relatív gyakorisága (százalékértékek) az alkorpuszok mintáin mérve. A kiugró értékeket szürkével jelöltem (a táblázat az abszurd eseményeket, az implikáló eseményeket, az ismert entitásokhoz lehorgonyozott hírcímeket, az elkövethető hibákat láttató hírcímeket, a veszélyt vagy szexualitást kidolgozó eseményeket, a multimodális deixiseket és sematikus főneveket kidolgozó hírcímeket tartalmazza).

	abszurd	implikált	ismert	hiba	veszély	szex	multim_ deix	sem_ fnv
24_hu	23	36	55	12	41	7	14	5
	22,33%	34,95%	53,40%	11,65%	39,81%	6,80%	13,59%	4,85%
Index	26	43	60	8	42	3	9	16
	21,67%	35,83%	50,00%	6,67%	35,00%	2,50%	7,50%	13,33%
Origo	25	34	95	10	57	20	63	17
	14,37%	19,54%	54,60%	5,75%	32,76%	11,49%	36,21%	9,77%

Ha nem azt kvantifikáljuk, hogy egy-egy alkorpuszon belül mennyi hírcím tartalmazza a szexualitás és a multimodalitás címkéit, hanem azt, hogy egy-egy alkorpuszon belül a szexualitáshoz és a multimodalitáshoz tartozó címkék száma miképpen viszonyul az adott alkorpuszon belül kiosztott összes címke számához (4. táblázat) vagy az adott annotálási kategória (itt: a szexualitás vagy a multimodalitás) teljes korpuszmintán belül kiosztott címkeszámához (5. táblázat), hasonló eredményt kapunk, mint az előbb, az Origóhoz tartozó arányszámok kiugranak. Úgy tűnik tehát, hogy a három közül legkattintásvadászabb hírportál

sajátos jellemzője az átszexualizált események és multimodális deixisek kidolgozása. Ezenfelül érdemes megemlíteni, hogy a két annotálási kategórián belül milyen mintázatok rajzolódnak ki: a multimodális deixisek általában valamilyen vizuális modalitásra mutattak rá (a teljes mintán belül 86-ból 85 kiosztott címkében, az Origón belül 63-ból 63-szor), míg a szexualitás címkéje legtöbbször a női test átszexualizálását jelentette (a teljes mintán belül 30-ból 23-szor, az Origón belül 20-ból 16-szor).

4. táblázat. Néhány annotálási kategória relatív gyakorisága az adott kategóriához kiosztott címkék számát az adott alkorpuszban kiosztott összes címke számához viszonyítva. A kiugró értékeket szürkével jelöltem (a rövidítésekhez l. a 3. táblázatot).

	abszurd	implikált	ismert	hiba	veszély	szex	multim_deix	sem_fnv
24_hu	7,49%	11,73%	17,92%	3,91%	13,36%	2,28%	4,56%	1,63%
Index	7,95%	13,15%	18,35%	2,45%	12,84%	0,92%	2,75%	4,89%
Origo	5,06%	6,88%	19,23%	2,02%	11,54%	4,05%	12,75%	3,44%

A vizsgált mintán belül a 24.hu sajátos jellemzője az elkövethető hibaként láttatott események megkonstruálása (3., 4., 5. táblázat), míg az Indexé a sematikus főneveket tartalmazó hírcímek profilálása (3., 4. táblázat) – bár, az általános gyakoriságot nézve azonban egyik annotálási kategóriában sem lett kiugróan sok címke kiosztva (2. táblázat). A két hírportál közös jellemzője, hogy közel azonos, de az Origónál mérhetően magasabb arányban tartalmaznak valamilyen abszurditást kidolgozó vagy valamilyen következményt vagy előzményt implikáló (3., 4., 5. táblázat). Mindebből az a következtetés adódhat, hogy a két hírportál nemcsak kisebb mértékben kattintásvadász, de potenciálisan kattintásvadász hírcímek közzétételekor ritkábban szorítkozik olyan erőteljesnek tűnő szövegezésekre, amelyben emberi szexualitást vagy valamilyen vizuális modalitást kell bevonni a beágyazott link kattinthatóvá tételéhez. Valószínűsíthető, hogy az Origo kattintásvadász-profilja összefüggésben áll azzal, hogy magasabb arányban tartalmaz potenciálisan kattintásvadász címekeket, azaz, az átszexualizált eseményeket és multimodális deixiseket kidolgozó hírcímek erősebb kattintásvadász-potencialitással vagy erőszakosabb hatásszándékkal bírnak.

5. táblázat. Néhány annotálási kategória relatív gyakorisága a kategóriához tartozó, adott alkorpuszon belül kiosztott címkék számát a kategóriához tartozó, egész korpuszon belül kiosztott címkék számához viszonyítva. A kiugró értékeket szürkével jelöltem (a rövidítésekhez l. a 3. táblázatot).

	abszurd	implikált	ismert	hiba	veszély	szex	multim_deix	sem_fnv
24_hu	31,08%	31,86%	26,19%	40,00%	29,29%	23,33%	16,28%	13,16%
Index	35,14%	38,05%	28,57%	26,67%	30,00%	10,00%	10,47%	42,11%
Origo	33,78%	30,09%	45,24%	33,33%	40,71%	66,67%	73,26%	44,74%

Végül, a három hírportál közös jellemzője, hogy közel azonos arányban tartalmaznak ismert személyekhez lehorgonyzott vagy veszélyes helyzeteket kidolgozó eseményeket. Ebből arra lehet következtetni, hogy az ismert személyekhez való lehorgonyzás és a veszélyes események megkonstruálása a vizsgált mintán belül általános jellemzője a kattintásvadászatnak, függetlenül attól, hogy az adott hírportál milyen mértékben kattintásvadász (valószínű, hogy a két kategória általános jelenléte inkább függ össze a vizsgált weboldalak típusával, tehát azzal, hogy olvasott hírportálokról van szó).

Az annotálási címkék együttes előfordulását vizsgálva több megállapítás is adódik. Egyrészt az átszexualizált események gyakran fordultak elő együtt multimodális deixisekkel (a teljes mintán belül 30-ból 14-szer, az Origo alkorpuszán belül 20-ból 12-szer). Úgy tűnik, hogy a szexualitás a legtöbbször a vizuális megjelenés ígéretével jár együtt (l. az [1] adatot): ezek a hírcímek hírként a szexuális ingerek katinthatóságát dolgozzák ki. Másrészt az, hogy az abszurd (l. a [2] adatot) és az implicit (l. a [3] adatot) eseménykonstruálás egymást kölcsönösen kizáró címkének tekinthető (nem volt közös előfordulásuk), bár ez nem azt jelenti, hogy az abszurd (groteszk, ellentmondásos) eseményeknek nincs valamilyen (implikált) előzménye vagy következménye (vö. a [2]-vel), sokkal inkább azt, hogy az implicit címke kényszerképző hatásszándéka valamilyen ki nem fejtett előzményen vagy következményen alapul (a [3] példa esetében ez az az ok, ami miatt el kell adni az ingatlant). Harmadrészt az, hogy a hibaként láttatott események nem mutatnak sajátos korrelációt semmilyen más címkével, ellenben felvethető, hogy minden hibaként láttatott esemény valamilyen közvetett direktívumot konstruál meg (l. a „más ezt tette, de te ne tedd” logikát a [4] adatban). Negyedrészt pedig az, hogy a sematikus főnevek fő jellemzője, hogy gyakran valamilyen túlzást kifejező jelzővel együtt irányítja a figyelmet egy sematikus eseményrészletre (a teljes mintán belül 38-ból 17-szer) – például az [5] esetében egy negatív jelző nyomatékosítja a kattintással megszerezhető információ intenzifikált voltát (nem egyszerű okról van szó, hanem *keserű ok*-ról).

- [1] *Négykézláb, komoly dekoltázzsal pózol Kate Moss húga - fotók* (Origo)
- [2] *„Innen nem lehet kiállni” – gondolhatják sokan, pedig de, lehet* (24.hu)
- [3] *András herceg szomorú, el kell adnia az egyetlen ingatlanát* (Index)
- [4] *Beszállna a bitcoinba? Hamarosan elkerülhetetlen lesz* (Index)
- [5] *Keserű ok miatt nem futhat maratont Katalin hercegné* (Index)

3.3. A reflexió szintje

Az előző alfejezetben (3.2.) láthatóvá vált, (i) hogy a potenciálisan kattintásvadász címeket vizsgálva az Origo a legkattintásvadászbabb hírportál a három közül, és mint ilyen, sajátos jellemzője, hogy a címei multimodális deixiseket és szexualitással összefüggő eseménykonstruálásokat tartalmaznak; (ii) hogy az események ismert személyekhez való lehorgonyzása és veszélyes

helyzetekként való kidolgozása mindhárom alkorpuszra jellemző; valamint, (iii) hogy az abszurd, az implikáló, a valamilyen elkövethető hibát kidolgozó események és a sematikus főneveket tartalmazó címek a három közül legalább egy alkorpusz sajátos jellemzői. Az annotálási séma segítségével nyert eredmények megállapítása egy közbülső lépést jelent: a levont statisztikai vagy nyelvészeti következtetéseket a kattintásvadászat működés módjának megértése érdekében a társadalmi erőter figyelembe vételével kell kiegészíteni. A nyelvi jellemzők adott módon való megjelenését a társadalmi szövet teszi lehetővé (fonódjon ez egybe gazdasági, politikai vagy egyéb, történelmileg adott tényezővel), miközben maga a nyelv is visszahat a társadalom tagjaira (a kattintásvadászat manipulál, a manipuláció pedig nem marad következmény nélkül: hatással van a felhasználók mentális állapotára).

Ahogy korábban jeleztem, a kattintásvadászat társadalmiságának megértéséhez a sűrűsödési pontok képzetét vonom be (1.3.). Az alábbiakban 5 sűrűsödési pontot teszek láthatóvá: az első az átszexualizált események, a második a multimodális deixisek, a harmadik a veszélyt kidolgozó események, a negyedik az ismert entitásokhoz való lehorgonyzás kategóriájából indul ki. Az ötödik sűrűsödési pont fokozó vagy túlzó konstruálásokat tartalmaz, amely több annotálási kategóriát tesz a reflexió tárgyává (az abszurd, az implikáló és a hibaként láttatott eseményeket, valamint a sematikus főnevek címkéjét).

3.3.1. Első sűrűsödési pont

Az első sűrűsödési pont az annotálás során megfigyelt szexuális eseménykonstruálásokat magyarázza. A potenciálisan kattintásvadász hírcímekben a szexualitás megkonstruálása elválaszthatatlan a női test szexuális kizsákmányolásának társadalmi tapasztalatától – a test eltárgyasítása a diskurzusban és a diskurzus által (is) konstituálódik. Az átszexualizált események úgy sűrűsödnek össze hírcímmé, hogy a női testet az azt ellenőrző és felosztó patriarchális rend tekintetén keresztül láttatják, amely egyszerre jelöli ki a nők elvárt viselkedési módját – *négykézláb* [1], *meztelenül* [7] –, valamint a patriarchális vágy kivetüléseként ábrázolt öltözködési stílust – *komoly dekoltázzsal* [1], *bugyiban, melltartóban* [6], (melltartó nélküli) *kigombolt blézer* [8] – és testideált – *szexi külsejét, legszebb mosolyú* [7] –. A patriarchátus szabályozó tekintete a női testet tehát a patriarchális fantázia alávetettjeként konstruálja meg (Mulvey, 2004; Joó 2010: 70), amelynek feladata a szexualitás jelölése (a patriarchális kultúrában a nő „mint a jelentés hordozója, s nem mint a jelentés megteremtője áll”, Mulvey, 2004: 250). Azáltal, hogy a nő (mint gender) lényegét a női test szexuálisan túlhajtott ábrázolásában látja (ezért osztályozza és értékeli a női mozdulatokat, öltözködést és testképet), a női testet egy férfiak vágyát felkeltő, a férfi tekintet által olvasható felületként azonosítja – nem függetlenül attól, ahogy a patriarchális rend a nőt a társadalmi reprodukció számszerűsíthető tényezőjeként kezeli (Csányi et al., 2018) Mindezek mellett nem elhanyagolható a 3.2. tanulsága, az, hogy az átszexualizált eseménykonstruálás

gyakran valamilyen multimodális deixissel együtt dolgozódik ki. A nők hírcímek általi eltárgyasítása emiatt kétszeresen is áruvá teszi a testüket: egyszer a tekintet alávetettjeként, egyszer pedig a kényszerképzés eszközeként, hiszen a kattintás kényszerének megképzésében a túlszexualizált női test vizuális ígérete is erősen közreműködik.

[6] *Bugyiban, melltartóban vonaglik Madonna lánya* - videó (Origo)

[7] *Meztelenül is megmutatta az elképesztően szexi külsejét a világ legszebb mosolyú úszónője* - képek (Origo)

[8] *Nagy Réka elfelejtett melltartót venni a kigombolt blézer alá* - kép (Origo)

A patriarchátus szabályozó tekintete az uralmi rend performatív képzete (vö. Joó, 2010). A patriarchátus tekintete egy idealizált, absztrakt, női testet ellenőrző autoritás, amely különböző szemiotikai erőforrások szövetében termelődik újra (konkrétan is megvalósulva). A male gaze theory egyik fő megállapítása, hogy ez a tekintet olyan belsővé tett kényszerré válik (vagy válhat), amely társadalmi és intézményi elvárásrendszerek keresztmetszetében – nem tudatosan elsajátított – (ön)eltárgyasító aktusként konstituálódik. Bár egyénenként variálódhat, hogy ez a kényszer milyen mértékben internalizálódik, a kényszer megléte olyan erős, hogy súlyos egészségügyi vagy pszichológiai következményeket okoz (például túlzott önmonitorozás, stressz, anorexia) (Fredrickson & Roberts, 1997; Joó, 2010). A patriarchális tekintet belsővé tétele azonban gazdaságilag is megalapozott folyamat, rámutatva a patriarchátus és a kapitalizmus szoros összefonódására (vö. Csányi et al., 2018): a nők, akik folyamatos önmonitorozással sikeresen hozzáigazítják a testüket a patriarchális tekintet vágyképéhez, gazdasági előnyhöz jutnak (Fredrickson & Roberts, 1997: 177–180).

A fenti elemzés tehát azt tette láthatóvá, hogy a kattintásvadászat aktusa egy lehetséges közege annak, hogy a felhasználók a patriarchális kényszert internalizálják – a nők alávetettsége a kattintás kényszerében termelődik újra. A hírportálok kattintásvadászata a diskurzus által járul hozzá az idealizált nemi szerepek reprodukálásához (hiszen a gender „nem valami, amivel rendelkezünk, (...) hanem valami, amivé válunk”, Szél, 2021: 37). A kattintásvadász hírcímek olyan társadalmi praxist hoznak létre, amelyben a patriarchális rend mind a nőket, mind a férfiakat egy absztrakt cselekvésmintázathoz igazítja, a férfi lényegét a környezetük átszexualizálásában látva. A belsővé tett kényszer erejét tovább növeli, hogy a hétköznapi tapasztalatnak nincs olyan egyértelműen adódó formája, amelyben a manipuláció és a tárgyiasítás reflexió tárgyává válhatna (nincs könnyen hozzáférhető intézményi fórum, és emiatt az egyének könnyen hozzáférhető kritikai apparátussal sem rendelkeznek).

3.3.2. Második sűrűsödési pont

A második sűrűsödési pont a multimodális deixis címkéjével függ össze, amely szintén a legkattintásvadászabb alkorpusz sajátos jellemzője (3.2.). A multimodális deixis hírcímbelei kidolgozása a szemiotikai, leginkább a vizualitással összefüggő erőforrások áruvá tételének nyelvi aktusa. Ezek a hírcímek megnevezik az adott modalitást – *fotók* [1], *videó* [6], *képek* [7], *kép* [8], *videón* [9], *videó* [10] –, de csak azért, hogy a nyelvi kifejezésekkel a céloldalba ágyazott képekre és videókra mutassanak rá. Mivel a multimodális deixisek gyakran valamilyen szexualitást vagy veszélyt kidolgozó eseményekkel együtt fordulnak elő (3.2.), arra lehet következtetni, hogy a patriarchális rend nemcsak a nyelvi modalitásba vetíti a fantáziáját, hanem a vizuálisba is, sőt, a hírcímek nyelvi és a céloldalak vizuális modalitásai közötti átlépés lehetősége (a kattintás) teszi lehetővé a szemiotikai erőforrások áruvá tételét. Az emberi test nyelvi eltárgyiasítását a test vizuális eltárgyiasítása követi, miközben a hírcímek megnyilatkozási módja (a szexualitás és a veszély túlhajtása és felerősítése) azt igyekszik elérni, hogy egy felnagyított esemény vizuális színre vitelének ígéretével erőszakolja ki a felhasználók kattintását. A céloldalon vizuálisan színre vitt esemény vagy eseményrészlet ismét nem lesz más, mint a patriarchátus tekintete által alakított – ahhoz idomított és ahhoz idomító – kép vagy videó (a vizuális médium erősen megkönnyíti, hogy a kamera tekintete és a felhasználó tekintete egybeolvadjon, ideológiai jelentésmezőt biztosítva a patriarchális rend számára, l. Mulvey, 2004).

[9] *Drámai videón, ahogy a muszlim terroristák gépe a World Trade Centerbe csapódik* (Origo)

[10] *Szándékosan leköhögte az üzletben a maszkviselőket a Covid-tagadó – videó* (24.hu)

3.3.3. Harmadik sűrűsödési pont

A harmadik sűrűsödési pont a veszélyt megkonstruáló hírcímeket foglalja magába. A hírcímek a veszélyt és az erőszakot merevítik ki az azt átélő vagy az abba belehaló emberek megkonstruálásán keresztül. Ez a megformálási mód hasonlít az átszexualizált események kidolgozására, hiszen ugyanúgy a testiség színre vitelén keresztül kényszeríti ki a felhasználó kattintását. A testek megkonstruálása azonban részben különbözik is: a harmadik sűrűsödési pont a test félelmein keresztül teszi az eseményeket a vágy tárgyává. A felhasználók halálos eseményről [9] vagy valamilyen (további) erőszakról [10] olvasva kényszerít éreznek a veszély körülményeinek vagy részleteinek pontosabb megismerése iránt. A kényszerképződést részben magyarázhatja a testben létezés (embodiment) elmélete, amely szerint a szubjektumok a világot a testükön keresztül ismerik meg és érzélik, úgy, hogy a test aktivitásának döntő szerepe van a tapasztalatok szerveződésében (Tátrai, 2017: 902–906). A testben létező felhasználókra emiatt jelentős hatást gyakorolnak azok a hírcímek, amelyek

a roncsolódó test megkonstruálásán keresztül keltenek félelemérzetet. A veszély nyelvi kidolgozása egyben az uralmi rend fantáziájának a kivetülése: a testek roncsolása olyan aktus, amely nyelvi és vizuális ábrázolása azt szolgálja, hogy a felhasználók azok befogadásán keresztül váljanak részévé az eseményeknek. Mivel az erőszak színre vitele a kényszerképzést szolgálja, a veszélynek kitett, eltárgyasított testek a tőkegyarapítás eszközeivé válnak (a kattintás egyben profitszerzés, l. 1.2.), ezáltal pedig ezek a hírcímek az erőszak normalizálásához járulnak hozzá (hiszen ilyenkor az erőszak dokumentálása és részletezése arra szolgál, hogy az erőszak eladhatóvá váljon a hírportál felületén).

3.3.4. Negyedik sűrűsödési pont

A negyedik sűrűsödési ponthoz olyan hírcímek tartoznak, amelyek valamilyen ismert vagy ismertnek tételezett személyt (pl. celebritásokat, közszereplőket, sportolókat) vagy valamilyen nem emberi entitást (pl. cégeket, márkákat) tulajdonnévvel jelölnek. A hírcímek arra használják az ismertséggel rendelkező entitásokat, hogy részt vegyenek az események megismerése iránti kényszeres vágy megképzésében. Előfordulhat, hogy önmagukban átlagosnak tűnő vagy jelentéktelen események (pl. valaki el kell adja az egyetlen ingatlanját, valaki nem futhat maratont) azért válnak érdekessé, mert egy ismert személyhez horgonyzódnak le – *András herceg* kell eladja az egyetlen ingatlanját [3], *Katalin hercegné* nem futhat maratont [5]. Szintén gyakori, hogy a hírcímekben kidolgozott esemény már eleve kényszert képezhet, de valamilyen tulajdonnévhez lehorgonyozva ez a potencialitás még erősebbé válik, például a női test kizsákmányolása [1, 6, 8] és a veszély megkonstruálása [9, 10] esetében. A tulajdonnévvel jelölt entitások áruvá tételének társadalmi alapja az, hogy az ismertség már eleve jelentős szimbolikus tőkét (Bourdieu, 2010) feltételez, a hírcímek az ismert entitások túlzásba vitt megjelenítésével ezt a tőkét nemcsak felhasználják a kényszerképzéshez, hanem egyben meg is erősítik és újra is termelik azt, tovább növelve az entitások ismertségét és az ismert entitások számát (Kopcsák, 2021: 80–82).

3.3.5. Ötödik sűrűsödési pont

Az ötödik, egyben utoljára bemutatott sűrűsödési pont első látásra talán túlgeneralizál, hiszen több annotálási kategóriát fog egybe (abszurd, implikáló, valamint elkövethető hibát láttató események, sematikus főnevek). Ami ezekben a hírcímekben közös, az az, hogy valamilyen átlagos, mindennapi vagy nem feltűnő eseményt úgy konstruálnak meg, mintha különlegesek vagy feltűnőek lennének. Az ötödik sűrűsödési pont tehát az események jelentőségét a hírcímek szövegezési módján keresztül fokozza fel, azaz a nyelvi megformálás egy sajátos módozata (az események különlegesnek való beállítása, eltúlzása) válik áruvá, a kényszerképzés eszközzé (ez a fajta konstruálási módozat tehát annyiban hasonlít a negyedik sűrűsödési ponthoz, hogy valamilyen átlagos eseményen alapul, azonban abban különbözik, hogy nem valamilyen ismertségen keresztül,

sokkal inkább a nyelvi megformálás ellentmondásos, intenzifikáló vagy túlzó módja által dolgozza ki az eseményeket különlegesként.

Az abszurdként vagy elkövethető hibaként láttatott események úgy konstruálódnak meg, mint amelyek ellentmondanak a mindennapok szokottnak vélt tapasztalatainak. Az abszurd események úgy visznek színre egy szituációt, hogy annak bekövetkezése lehetetlennek, sőt, groteszknek tűnik, vagy legalábbis annak véghezvitele valamiféle szuperképességet igényel (a [2] azt sugallja, hogy csak valamilyen nagyon különleges személy tud kiállni a parkolóhelyről), a hibaként láttatott események pedig arra igyekeznek rávenni a felhasználókat, hogy újrászervezzék a hétköznapi tapasztalataikat (a [4] szerint mindenki rosszul teszi, aki nem fektet be bitcoinba). Az implikáló események és a sematikus főnevek valamilyen nem feltűnő eseményt (vagy eseményrészletet) nagyítanak fel: az implikáló események egy előzmény vagy egy következmény elhallgatásával állítják be különlegesnek a hírcímet (a [3] esetében nem tudjuk, hogy mi volt az előzménye az ingatlan eladásának), míg a sematikus főnevek az intenzifikáló minőségjelzőkkel együtt megjelenve (l. 3.2-t) valamilyen átlagos eseményrészletet dolgoznak ki sematikusként, azaz megismerendőként (ez a [3]-ban az *ok*), hogy azok különlegességét a jelző használatával el is túlozzák (a [3]-ban a *keserű*).

Az ötödik sűrűsödési pont hátterét a posztfordista gazdasággal összefüggő társadalmi szövet adhatja: különféle médiumokon keresztül annyi inger éri a felhasználókat, hogy nem keltheti fel minden inger a figyelmüket, azonban a hírportálok ezzel ellentétben pont abban érdekeltek, hogy minél több hírcím váljon kattinthatóvá, akár azáltal is, hogy átlagos eseményeket konstruálnak meg különlegesként. A hírportálok egyszerre normalizálják a túlzás szövegezési módját és egyszerre teszik a felhasználókat érzéketlenné azíránt (a túlzás megszokottá válik), így pedig egyfajta végtelenített körkörös mozgásként a túlzó konstruálási módozat használata előbb-utóbb még több túlzást tesz szükségessé.

4. Következtetések

A dolgozat a hírcímek kattintásvadász működésmódját vizsgálta, korpuszalapú megközelítést alkalmazva. Amellett érveltem, hogy a kattintásvadászat a hírportálok kezdőfelületén potencialitásként értelmezhető, olyan hatásszándékként, amely a beágyazott linket tartalmazó híregységek megjelenési módjával a felhasználók kattintását igyekszik kikényszeríteni. Az elemzéshez egy vizsgálati korpuszt hoztam létre, amely három hírportál hírcímeit tartalmazta. A dolgozat egyik fő eredménye egy önálló annotálási séma kidolgozása volt, amely a hírcímek kattintásvadász-potencialitását annotálni. A dolgozat másik fő eredménye, hogy létrehozta és alkalmazta a kritikai korpusznyelvészet egy lehetséges megvalósulását.

Az elemzés során azt találtam, hogy a három vizsgált hírportál közül az Origo a legkattintásvadászbabb, és mint ilyen, sajátos jellemzője, hogy átszexualizált eseményeket és multimodális deixiseket konstruál meg. A három hírportál közös

jellemzője volt a veszélyt vagy erőszakot megkonstruáló események kidolgozása és a hírcímek ismert entitásokhoz való lehorgonyozása. A reflexió szintjén a négy kiugró konstruálási módozat közül az átszexualizált eseményeket a női test eltárgyasításával és a patriarchális rend tekintetének való alávetésével hoztam összefüggésbe, míg a multimodális deixiseket a szemiotikai erőforrások áruvátételével. Amellett érveltem, hogy a veszélyt megkonstruáló hírcímek a felhasználók testben létezését, az ismert entitásokhoz való lehorgonyzás a személyek vagy absztrakt entitások szimbolikus tőkéjét használja ki. Azt találtam, hogy a dolgozatban vizsgált további kategóriák (abszurd, implikáló, hibaként láttatott események és sematikus főnevek) úgy járulnak hozzá a kattintáskényszer megkezdődéséhez, hogy valamilyen hétköznapi vagy átlagos helyzetet túloznak el és konstruálnak meg különlegesként.

A kutatás részleges magyarázattal szolgált a kattintásvadászat működésmódjáról. Inkább jelölt ki egy irányt és dolgozott ki egy megközelítésmódot, minthogy végleges eredményeket fogalmazzon meg. A későbbiekben a kattintásvadászat elemzése folytatható a dolgozatban nem elemzett annotálási kategóriák bevonásával, a korpuszanyag bővítésével (új portálok vagy a hírcímeken felül más szemiotikai egységek bevonásával), valamint a kattintásvadászat ténylegesen megvalósult eseteinek – akár adatközlők segítségével történő – bevonásával.

Források

- Feedly = <https://feedly.com/> (A letöltés ideje: 2022. 03. 26.)
 Gemius = <https://e-public.gemius.com/hu> (A letöltés ideje: 2022. 03. 26.)
 24.hu = <https://24.hu> (A letöltés ideje: 2022. 10. 20.)
 Index = <https://index.hu> (A letöltés ideje: 2022. 10. 20.)
 Origo = <https://www.origo.hu> (A letöltés ideje: 2022. 10. 20.)

Irodalomjegyzék

- Adorno, T. W.** (2001). *Negative Dialectics* (transl. by Redmond, D.). Manuscript.
Adorno, T. W. (n.d.). *Negatív dialektika* (ford. Teller Katalin). Kézirat.
Árvay Anett (2003). A manipuláció és meggyőzés pragmatikája a magyar reklámszövegekben. *Általános Nyelvészeti Tanulmányok*, 20, 11–35. Letöltés: <http://arts.u-szeged.hu/download.php?docID=47853>
Bárházi Eszter (2008). Manipuláció, valamint manipulációra alkalmas nyelvhasználati eszközök a sajtóreklámokban. *Magyar Nyelv*, 10 (4), 443–463. Letöltés: <https://www.c3.hu/~magyarnyelv/08-4/barthazi.pdf>
Blom, J. N. & Hansen, K. R. (2015). Click bait: Forwardreference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*, 76, 87–100. doi:<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010>
Bourdieu, P. (2010). A társadalmi tér és a csoportok keletkezése. In Angelusz Róbert, Éber Márk Áron & Gecser Ottó (szerk.), *Társadalmi rétegződés olvasókönyv* (165–178). Budapest: ELTE. Letöltés: https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/7378/0010_2A_19_Tarsadalmi_retegzodes_olvasokonyv_szerk_Gecser_Otto.pdf?sequence=1&isAllowed=y
Chakraborty, A., Paranjape, B., Kakarla, S. & Ganguly, N. (2016). Stop clickbait: Detecting and preventing clickbaits in online news media. In *2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining* (9–16). San Francisco: IEEE Press. doi:<https://doi.org/10.48550/arXiv.1610.09786>

- “False News”. In Abouelenien, M., Burzo, M., Mihalcea, R. & Pérez-Rosas, V. (szerk.), *Proceedings of the 2015 ACM on Workshop on Multimodal Deception Detection* (15–19). New York: Association for Computing Machinery. doi: <https://doi.org/10.1145/2823465.2823467>
- Csányi Gergely, Gagy Ágnes & Kerékgyártó Ágnes** (2018). Társadalmi reprodukció. Az élet újratermelése a kapitalizmusban. *Fordulat*, 2018 (2), 5–29. Letöltés: http://fordulat.net/pdf/24/FORDULAT24_TARSADALMI%20REPRODUKCIÓ%20AZ%20ÉLET%20ÚJRATERMELÉSE%20A%20KAPITALIZMUSBAN_CSÁNYI_GAGYI_KERÉKGYÁRTÓ.pdf
- Fairclough, N.** (2010). Semiosis, ideology and mediation. A dialectical view. In Fairclough, N.: *Critical discourse analysis. The critical study of language* (69–83). London & New York: Routledge. doi: <https://doi.org/10.4324/9781315834368>
- Falyuna Nóra** (2019). Online bulvárpletykák nyelvészeti elemzése. *ME.dok*, 2019(3): 35–57. Letöltés: https://www.medok.ro/sites/medok/files/publications/pdfs/2019_3_CS4.pdf
- Fredrickson, B. L. & Roberts, T.-A.** (1997). Objectification theory. Toward Understanding Women’s Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173–206.
- Halliday, M. A. K.** (2004). *An introduction to functional grammar. Third edition* (revised by Matthiessen, C.). London: Hodder Arnold. doi: <https://doi.org/10.4324/9780203783771>
- Han, B.-C.** (2019). *A kiégés társadalma* (ford. Miklódy Dóra & Simon-Szabó Ágnes). Budapest: Typotex.
- Joll, N.** (2009). Adorno’s Negative Dialectic: Theme, Point, and Methodological Status. *International Journal of Philosophical Studies*, 2009 (2), 233–253. doi: <https://doi.org/10.1080/09672550902794413>
- Joó Mária** (2010). A feminista elmélet és a (női) test. *Magyar Filozófiai Szemle*, 54(2), 64–80. Letöltés: http://real.mtak.hu/33919/1/64_pdfsam_szemle_2010.2_u.pdf
- Kopcsák Róbert** (2020). A bealszik mintázatainak korpusznyelvészeti feltárása – egy módszer lehetőségeiről. *Ösvények*, 2020, 64–81. Letöltés: https://osvenyek.elte.hu/media/71/42/5a30394a67a8160bc5c371cdbc9a7c7a4602183479db1a1ca239d3299599/Kopcsak_Robert_Osv2020.pdf
- Kopcsák Róbert** (2021). *Nyelvi megfigyeltetés az interneten: kattintásvadász (hír)címek nyelvi jellemzőinek korpuszalapú vizsgálata*. MA-szakedolgozat. Budapest: ELTE BTK.
- Kopcsák Róbert** (megjelenés előtt). A szöveg egészes megközelítése – egy kritikai szöveg tan funkcionális megalapozása.
- Krejcic, R. V. & Morgan, D. W.** (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological measurement*, 1970 (30), 607–610. doi: <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Molek-Kozakowska, K.** (2013). Towards a pragma-linguistic framework for the study of sensationalism in news headlines. *Discourse & Communication*, 7 (2), 173–197. doi: <https://doi.org/10.1177/1750481312471668>
- Mulvey, L.** (2004). A vizuális élvezet és az elbeszélő film (ford. Juhász Veronika). In Vajdovich, Györgyi (szerk.), *A kortárs filmelmélet útjai* (249–267). Budapest: Palatinus.
- Potthast, M., Gollub, T., Komlossy, K., Schuster, S., Wiegmann, M., Garces Fernandez, E. P., Hagen, M. & Stein, B.** (2018). Crowdsourcing a Large Corpus of Clickbait on Twitter. In Bender, E. M., Derczynski, L. & Isabelle, P. (szerk.), *Proceedings of the 27th International Conference on Computational Linguistics*. (1498–1507). Santa FE: Association for Computational Linguistics. Letöltés: <https://aclanthology.org/C18-1127.pdf>
- Sandig, B.** (1995). A német nyelv stilsztikája. (Részletek) (ford. Kulcsár-Szabó Zoltán). *Helikon Irodalomtudományi Szemle*, 41, 306–333. Letöltés: http://real-j.mtak.hu/1223/1/HELIKON_1995.pdf
- Simon Gábor** (2018). Az igei jelentés metaforizációjának mintázatai. Nyelvtan- és korpuszvezérelt esettanulmányok. *Jelentés és Nyelvhasználat*, 5, 1–36. Letöltés: http://acta.bibl.u-szeged.hu/55790/1/jelentes_2018_001-036.pdf
- Szél Zsuzsanna** (2021). Testiesülés (embodiment) a gender tanulmányokban. Hogyan jelenik meg az embodiment-paradigma a genderrel kapcsolatosan a nemi szerepek megélésével összefüggésben? *Replika*, 121–122, 35–47. doi: <https://doi.org/10.32564/121-122.3>

- Tátrai Szilárd** (2011). *Bevezetés a pragmatikába. Funkcionális kognitív megközelítés*. Budapest: Tinta Kiadó.
- Tátrai Szilárd** (2017). Pragmatika. In Tolcsvai Nagy, Gábor (szerk.), *Nyelvtan. A magyar nyelv kézikönyvtára 4* (899–1058). Budapest: Osiris Kiadó.
- Tolcsvai Nagy Gábor** (2017). Bevezetés. In Tolcsvai Nagy Gábor (szerk.), *Nyelvtan. A magyar nyelv kézikönyvtára 4* (21–71). Budapest: Osiris Kiadó.
- Tolcsvai Nagy Gábor** (szerk.) (2017). *Nyelvtan. A magyar nyelv kézikönyvtára 4*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Tognini-Bonelli, E.** (2001). *Corpus linguistics at work. Studies in Corpus Linguistics 6*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. doi: <https://doi.org/10.1075/scl.6>
- Veszelszki Ágnes** (2017). Az álhírek extra- és intralingvális jellemzői. *Századvég*, 84, 51–82. Letöltés: <https://szazadveg.hu/2022.%20július%2011-ig%20RÉGI/RÉGI/alapitvany/regi/folyoirat/szazadveg-84-alhitek-201708.pdf>