



ŠOLSKI CENTER CELJE

Srednja šola za strojništvo, mehatroniko in medije

RAZISKOVALNA NALOGA

TIKTOK KOT IZOBRAŽEVALNO ORODJE

Področje: Telekomunikacije in medijska tehnika

Avtorja:

Alex Petrovič, M-4. d

Laura Kolenc, M-4. e

Mentorici:

Natalija Talan Fošnarič, mag. manag. izobr.

Andreja Vinko Markovič, prof. slo. in soc.

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2023

IZJAVA

Mentorici Natalija Talan Fošnarič in Andreja Vinko Markovič v skladu z 20. členom Pravilnika o organizaciji mladinske raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje, zagotavlja, da je v raziskovalni nalogi z naslovom TikTok kot izobraževalno orodje, katere avtorja sta Alex Petrovič in Laura Kolenc:

- besedilo v tiskani in elektronski obliki istovetno,
- pri raziskovanju uporabljeno gradivo navedeno v seznamu uporabljene literature,
- da je za objavo fotografij v nalogi pridobljeno avtorjevo dovoljenje in je hranjeno v šolskem arhivu,
- da sme Osrednja knjižnica Celje objaviti raziskovalno nalogo v polnem besedilu na knjižničnih portalih z navedbo, da je raziskovalna naloga nastala v okviru projekta Mladi za Celje,
- da je raziskovalno nalogo dovoljeno uporabiti za izobraževalne in raziskovalne namene s povzemanjem misli, idej, konceptov oziroma besedil iz naloge ob upoštevanju avtorstva in korektnem citiranju,
- da smo seznanjeni z razpisni pogoji projekta Mladi za Celje.

Celje, 13. 3. 2023

žig šole

Podpis mentoric

Podpis odgovorne osebe

POJASNILO

V skladu z 20. členom Pravilnika raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje je potrebno podpisano izjavo mentorja (-ice) in odgovorne osebe šole vključiti v izvod za knjižnico, dovoljenje za objavo avtorja (-ice) fotografskega gradiva, katerega ni avtor (-ica) raziskovalne naloge, pa hrani šola v svojem arhivu.

ZAHVALA

Raziskovalna naloga je produkt dolgoročnega razmišljanja o vplivu Tik Toka na mladostnike. Ob tem se zahvaljujem vsem, ki so nama stali ob strani pri pripravi naloge.

Zahvalila bi se rada najinima mentoricama ge. Nataliji Talan Fošnarič, ki je podprla najino idejo o raziskavi in nama skozi celoten proces izdelave stala ob strani ter naju usmerjala do končnih najdb, in ge. Andreji Vinko Markovič za podporo in pomoč pri sestavi naloge ter jezikovnemu pregledu naloge. Motivirala naju je k doseganju najinih ciljev, za kar sva ji izredno hvaležna.

Nazadnje bi se rada zahvalila M-2. e razredu Srednje šole za strojništvo, mehatroniko in medije, ki so nama pomagali pri testiranju hipotez z reševanjem anket.

POVZETEK

V raziskovalni nalogi obravnavamo in raziskujemo primernost uporabe družabnega omrežja TikTok kot izobraževalno orodje. Teoretični del naloge najprej predstavlja družabna omrežja in se osredinja na TikTok, v nadaljevanju pa predstavlja pojma pozornost in spomin. Empirični del naloge temelji na metodah projekcije oz. prikazovanja učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev, metodi dela z besedilom in anketiranja ter analiziranja podatkov. V ospredje analize raziskave postavljamo vpliv uporabe metod projekcije preko socialnega omrežja TikTok in dela z besedilom na pozornost dijakov in njihovo usvajanje nove učne snovi. Osredotočamo se na dijake 2. letnika srednjega strokovnega izobraževanja. Ugotovili smo, da lahko pri usvajanju učnih snovi metoda prikazovanja preko omrežja TikTok pomaga dijakom pri vzpostavljanju in vzdrževanju pozornosti zaradi aktualnosti in avdiovizualne podpore, prav tako pa ta metoda ne pripomore k trajnejšemu pomnjenju novih informacij. Družabno omrežje TikTok je primerno izobraževalno orodje.

Ključne besede: družabno omrežje, TikTok, metoda prikazovanja in metoda dela z besedilom, pozornost, spomin

ABSTRACT

In our research paper, we discuss and research the appropriateness of the use of social media Tiktok in an educational context. The theoretical section first defines social media with a heavy focus on TikTok, along with focus and memory. The empirical section is based on the projection method or presentation of audiovisual content within a classroom setting, the method of working with text and surveying along with analysis of the results. Within the forefront of our research, we discuss the effects of projecting TikTok media and text-based learning on students' focus and their ability to recall gained information. We focused on 2ndyear students of a secondary vocational education school. We concluded that when it comes to receiving information through the medium of Tiktok, students have an advantage when it comes to focusing due to the active audiovisual content, although this method doesn't improve on active recall or memorisation of the topic.

Keywords: social media, TikTok, projection method and text-based method, focus, memory

KAZALO

1 UVOD	1
1.1 CILJ NALOGE	1
1.2 RAZISKOVALNE HIPOTEZE	1
1.3 RAZISKOVALNE METODE IN POTEK RAZISKOVALNEGA DELA	2
2 SPLETNA DRUŽABNA OMREŽJA.....	4
2.1 VRSTE IN UPORABA SPLETNIH DRUŽABNIH OMREŽIJ.....	4
2.2 RAZISKAVE VPLIVA SPLETNIH DRUŽABNIH OMREŽIJ NA MLADOSTNIKE	6
3 TIK TOK.....	8
3.1 UPORABA TIK TOKA.....	8
3.2 RAZLOGI ZA UPORABO TIK TOKA	13
3.3 RAZISKAVE O TIK TOKU.....	15
4 POZORNOST	19
4.1 RAZISKAVE POZORNOSTI PRI MLADOSTNIKIHI.....	21
5 SPOMIN.....	22
5.1 RAZISKAVE DELOVNEGA SPOMINA PRI MLADOSTNIKIHI	23
6 REZULTATI ANKETE IN ANALIZA	25
6.1 GRAFIČNI PRIKAZ REZULTATOV	25
6.1.1 KAJ JE REALIZEM?.....	28
6.1.2 KATERE SMERI REALIZMA SO BILE OMENJENE?	28
6.1.3 V KATERIH DRŽAVAH SE JE REALIZEM NAJBOLJ UVELJAVIL.....	29
6.1.4 ALI STE LAHKO DRŽALI POZORNOST DO KONCA VSEBINE?	27
6.1.5 OCENITE, KAKO DOLGO STE LAHKO DRŽALI POZORNOST PRI TAKŠNI METODI	31
6.1.6 OD 1 DO 5 OPREDELITE INTENZIVNOST VAŠE POZORNOSTI MED PREJEMANJEM INFORMACIJ.....	32
6.1.7 KAKO BI SE OPREDELILI DO NASLEDNJIH TRDITEV V POVEZAVI Z DANO METODO UČENJA?.....	32

7 ZAKLJUČNE UGOTOVITVE.....	35
8 SKLEP.....	38
VIRI IN LITERATURA	43
8.1 VIRI SLIK.....	45

KAZALO SLIK

SLIKA 1: OBDELAVA ZVOKA	3
SLIKA 2: MONTAŽA POSNETKOV	3
SLIKA 3: SPLETNA DRUŽABNA OMREŽJA.....	5
SLIKA 4: TIK TOK.....	9
SLIKA 5: PROFIL IN DODAJANJE PRIJATELJEV	10
SLIKA 6: FYP IN SPOROČILA	11

KAZALO GRAFOV

GRAF 1:KAJ JE REALIZEM.....	28
GRAF 2:KATERE SMERI REALIZMA SO BILE OMENJENE.....	29
GRAF 3:V KATERIH DRŽAVAH SE JE REALIZEM NAJBOLJ UVELJAVIL	30
GRAF 4:INTENZIVNOST POZORNOSTI	30
GRAF 5:TRAJANJE POZORNOSTI.....	31
GRAF 6: DOLŽINA POZORNOSTI	32
GRAF 7: ZANIMIVOST PRISTOPA	33
GRAF 8: SODELOVANJE PRI POUKU.....	33
GRAF 9: MNENJE O PRISTOPU.....	34

1 UVOD

Družabna omrežja so spletna platforma, ki omogočajo uporabnikom, da vzpostavijo in vzdržujejo stike s prijatelji, družino, znanci in drugimi ljudmi po vsem svetu. Imajo različne funkcije, ki omogočajo uporabnikom, da se povežejo z drugimi uporabniki, kot so objavljanje statusov, komentiranje objav drugih uporabnikov, pošiljanje zasebnih sporočil in všečkanje objav. Med najbolj priljubljenimi družabnimi omrežji so Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube in TikTok. Slednje, kakor so leta 2021 ugotovili Montag, Yang in Elhai v svoji raziskavi najbolj uporabljajo mladostniki dijaki med 13-im in 19-im letom starosti. Omogoča namreč ogled krajših multimedijskih vsebin preko mobilne aplikacije. Zaradi pogostosti uporabe, prikladnosti in priljubljenosti med uporabniki pa se družabna omrežja uporabljajo tudi v izobraževalne namene, saj pripomorejo k vzpodbujanju ter ohranjanju pozornosti, motivacije ter pomnjenja.

1.1 CILJ NALOGE

Namen pričujoče naloge je raziskati primernost uporabe družabnega omrežja TikTok kot izobraževalno metodo prikazovanja učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev in metodo za uvodno motivacijo ter vzpostavitev in ohranjanje pozornosti dijakov.

1.2 RAZISKOVALNE HIPOTEZE

Predpostavljamo, da bomo z raziskavo potrdili naslednje hipoteze:

Hipoteza 1: Družabno omrežje TikTok je primerno izobraževalno orodje.

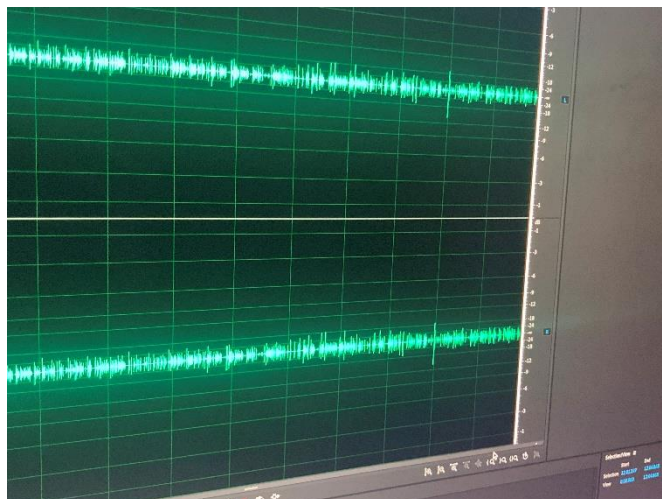
Hipoteza 2: Družabno omrežje TikTok kot izobraževalna metoda prikazovanja učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev vzpodbuja in ohranja pozornost mladostnikov.

Hipoteza 3: Metoda prikazovanja učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev ima večji učinek usvajanja snovi kakor metoda dela z besedilom.

Hipoteza 4: Mladostniki imajo do uporabe TikTok-a pozitivno mnenje.

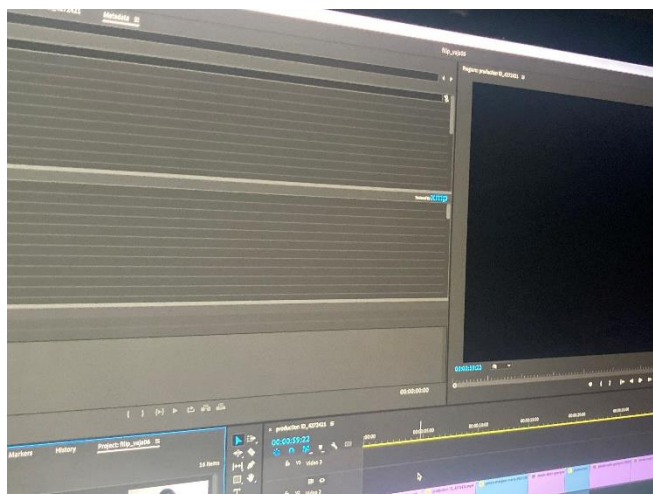
1.3 RAZISKOVALNE METODE IN POTEK RAZISKOVALNEGA DELA

Raziskovalno nalogo sestavljata teoretični in empirični del. V teoretičnem delu so uporabljene metode zbiranja in selekcije podatkov ter deskriptivna metoda. Z njo so predstavljena teoretična izhodišča za analizo v drugem delu naloge. Težišče dela predstavlja metoda analize podatkov, pridobljenih z metodami prikazovanja, dela z besedilom in posledično anketiranje. Glavnina raziskovalnega dela je predstavljala razlika usvajanja nove učne snovi z dvema različnima metodama, in sicer metoda prikazovanja učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev in metoda dela z besedilom. Za usvajanje nove učne snovi smo izbrali predmet slovenščina in učno snov obdobje ter vrste evropskega realizma. K sodelovanju smo povabili dijake 2. letnika Srednje šole za strojništvo, mehatroniko in medije, saj je ta snov predvidena za obravnavo v tretjem letniku srednjega strokovnega izobraževanja in dijaki pri pouku slovenščine še niso obravnavali določeno učno snov. Pri uri slovenščine smo 27 dijakov M-2. e razreda razdelili v dve skupini. Prva polovica razreda je ostala v učilnici, ostale dijake smo prosili, da počakajo na hodniku. V učilnici so tako ostali dijaki, ki so novo učno snov usvajali s pomočjo metode prikazovanja. V učilnici smo na platno projicirali vsebino, ki smo jo črpali iz literature, ki jo dijaki uporabljajo pri pouku slovenščine. Bila je prikazana na družabnem omrežju TikTok, ki smo jo predhodno posneli doma. Najprej smo posneli besedilo preko mikrofona ter ga obdelali v programu Adobe Audition. Nato smo posnetek vnesli v program Premiere Pro, kjer smo dodali vizuale. To so bile statične ter premikajoče se slike z občasno besedilno grafiko. Za dodano vrednost in privlačnost smo dodali tudi glasbeno podlago. Vsebina se je na posnetku predvajala 4 min. Po ogledu vsebine so dijaki odgovorili na vprašanja, vezana na vsebino TikTok-a. Nato je ta skupina dijakov zapustila učilnico. Sledilo je usvajanje učne snovi z dijaki druge skupine z metodo dela z besedilom. Isto vsebino, ki smo jo posneli preko TikTok-a, smo zapisali na učni list. Dijaki so sami brali besedilo 5 min, enako količino časa kot je bila predvajana vsebina na družabnem omrežju. Po tem času so rešili isto anketo kakor prejšnja skupina dijakov. Preko spletnega portala 1ka smo ustvarili anonimni anketni vprašalnik z 8-imi vprašanji, večinoma z vprašanji z izbirnimi odgovori. Anketo je skupno rešilo 27 anketirancev. Na podlagi ankete in njene analize smo na koncu lahko dokončno potrdili in/ali zavrgli zastavljene hipoteze.



Slika 1: Obdelava zvoka

Vir: (Lasten vir)



Slika 2: Montaža posnetka

Vir: (Lasten vir)

2 SPLETNA DRUŽABNA OMREŽJA

Spletna družabna omrežja so vrsta družabnih omrežij, ki omogočajo uporabnikom medsebojne interakcije, omogočajo, da uporabniki vzpostavijo in vzdržujejo stike s prijatelji, družino in drugimi ljudmi po vsem svetu. Spletna družabna omrežja so postala zelo priljubljena v zadnjem desetletju, saj omogočajo enostaven dostop do obsežnih skupnosti ljudi z enakimi interesi, hkrati pa omogočajo tudi preprosto deljenje informacij, fotografij, videoposnetkov in drugih vsebin. Med najbolj priljubljena spletna družabna omrežja spadajo Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube in TikTok. Vsako od teh spletnih družabnih omrežij ima svoje posebne funkcije in ciljno občinstvo. Facebook je na primer največje družabno omrežje na svetu in je namenjeno povezovanju ljudi s prijatelji in družino, medtem ko je LinkedIn namenjen profesionalnemu povezovanju ljudi v poslovnem svetu. TikTok pa je družabno omrežje, ki omogoča uporabnikom ustvarjanje in deljenje kratkih videoposnetkov. Te spletne storitve omogočajo ustvarjanje profilov, grajenje skupnosti sledilcev ali prijateljev in medsebojne interakcije. Takšna omrežja se delijo na več kategorij glede na njihov namen in ključne funkcije.

2.1 VRSTE IN UPORABA SPLETNIH DRUŽABNIH OMREŽIJ

Spletna družabna omrežja imajo danes veliko namenov, vsak pa je odvisen od uporabnikovih potreb in od namena določenega omrežja. Ta ponujajo storitve, kot so prostor za sprostitve in zabavo, medsebojno komunikacijo, širjenje kroga ljudi, iskanje ter organiziranje dogodkov, deljenje lastnih življenjskih izkušenj, izobrazba med študijem, povezovanje s poslovnimi partnerji, osveščanje preko e-novic in druge dejavnosti.

Po podatkih Bajt M. iz januarja leta 2021 je na svetu 4,2 milijarde aktivnih uporabnikov spletnih družabnih omrežij, kar pomeni da jih uporablja 53,6 % celotnega prebivalstva na Zemlji. Povprečno uporabnik spletnih družabnih omrežij med 16-im in 64-im letom na njih porabi vsakodnevno 2 uri in 25 minut. Večina (98,8 %) jih dostopa do družabnih omrežij preko mobilnih aplikacij, skupen čas pred telefonskim zaslonom pa je v povprečju 4 ure in 10 minut na dan (Bajt, 2021).

Glede na namen in uporabo poznamo več vrst spletnih družabnih omrežij. Te je Bajt M. (2021) delila na bloge oz. spletne dnevnike, kjer ena ali več oseb na profilu objavlja besedila in jih lahko uporabnik nato bere in se na njih odzove pogosto preko funkcij „like” (všečkanje), piše komentarje in deli besedila s svojo skupino prijateljev. Primer takšnega omrežja je Tumblr, ki se je na trgu pojavil leta 2007.

Naslednja skupina so mreženjska spletna družabna omrežja, kjer lahko uporabniki navezujejo stike neposredno za različne namene. Primera sta LinkedIn; kjer uporabniki navezujejo profesionalne poslovne stike v poslovnem svetu in Facebook, kjer uporabniki navezujejo stike s prijatelji in družino in prijatelji.

Posebna skupina družabnih omrežij pa je namenjena ustvarjanju lastnih multimedijskih (avdiovizualnih) vsebin, ki jih uporabniki delijo s širšo javnostjo ali ožjim krogom znancev. V to kategorijo uvrščamo družabna omrežja YouTube, ki omogoča deljenje video vsebin, Instagram, ki omogoča uporabnikom, da delijo fotografije in videoposnetke ter komunicirajo z drugimi uporabniki, in TikTok, ki omogoča uporabnikom ustvarjanje in deljenje kratkih videoposnetkov. Slednji bo podrobneje predstavljen v nadaljevanju naloge.



Slika 3: Spletna družabna omrežja

Vir: (Spletni članek)

Spletna družabna omrežja tako povezujejo ljudi po celem svetu in omogočajo širjenje velike količine vsebin. Posledično se je v zadnjih desetletjih na področju raziskav pojavilo več mnenj, teorij in hipotez, ki želijo odkriti, kam seže razsežnost družabnih omrežij predvsem med mladostniki. Tako sledi v nadaljevanju kratka predstavitev vplivov spletnih družabnih omrežij na mladostnike.

2.2 RAZISKAVE VPLIVA SPLETNIH DRUŽABNIH OMREŽIJ NA MLADOSTNIKE

Raziskave rabe spletnih družabnih omrežij se ukvarjajo z analizo načina, kako ljudje uporabljajo in se vedejo na družabnih omrežjih ter kakšen vpliv imajo družabna omrežja na njihovo življenje in dožemanje sveta. Veliko ljudi namreč uporablja spletna družabna omrežja za povezovanje z drugimi ljudmi, lahko vplivajo na politično udejstvovanje, lahko vplivajo na medosebne odnose, vplivajo na družbeno dinamiko ipd.

Bolčina (2021) je raziskoval problematično rabo spleta med mladimi. Podatki, razvidni iz raziskave kažejo na povezanost med rezultati lestvice o problematični rabi spleta in ocenami, odnosi ter drugimi aktivnostmi, vendar ne dovolj, da bi lahko v celoti potrjevali visoko statistično pomembno povezanost. Jurman (2015) je izvedla študijo zasvojenosti mladih z internetom, kjer je odkrila, da je v populaciji 1,5 % mladih zasvojenih z internetom ter 11,4 % takšnih, ki imajo občasne ali pogoste probleme, povezane z rabo interneta. Peršič (2012) je raziskovala vpliv spletnih socialnih omrežij na medsebojne odnose med mladimi. V sklepu je zapisala: „Ugotovili smo, da anketirani mladi spletna socialna omrežja zelo dobro poznajo in jih tako rekoč skoraj vsi uporabljajo. Čeprav so spletna socialna omrežja postala pravi fenomen, se mladi anketiranci zavedajo pomena pravih medosebnih odnosov, saj prevladuje mnenje, da so neposredni medosebni odnosi boljši, pristnejši od medosebnih odnosov, ki jih ustvarjamo in vzdržujemo s pomočjo spletnih socialnih omrežij. Kljub temu, da je uporaba spletnih socialnih omrežij tako razširjena in priljubljena med mladimi, se mladi dobro zavedajo, da je za ohranjanje ter vzpostavljanje dobrih medosebnih odnosov potreben osebni stik, ki omogoča tiste pristne medosebne odnose.“

Iz teh različnih raziskav je razvidno, da imajo lahko spletna družabna omrežja močen vpliv na mladostnike. Te raziskave so bile namenjene raziskavi spletnih družabnih omrežij v

širšem pomenu, ki vključuje več različnih omrežij ali spletnih strani. Raziskovalna naloga se osredinja samo na spletno družabno omrežje TikTok, katerega podrobna predstavitev sledi v nadaljevanju.

3 TIK TOK

TikTok je spletno družabno omrežje, kjer lahko uporabniki ustvarjajo, delijo in si ogledujejo kratke videoposnetke, pogosto opremljene z zvočnim ozadjem glasbe ali odlomka iz drugih medijev npr. filma ali serije, in jih lahko uporabniki urejajo z različnimi filtri, glasbo in drugimi posebnimi efekti. TikTok je postal zelo priljubljen med mlajšimi generacijami in se hitro razvil v eno najbolj prepoznavnih družabnih omrežij na svetu. Večina uporabnikov dostopa do TikTok-a preko aplikacije na mobilnem telefonu, obstaja pa tudi verzija, dostopna preko računalnika in spletnih brskalnikov. Vendar pa je zaradi uporabnosti in razširjenosti med uporabniki pogostejša mobilna aplikacija.

TikTok uporablja algoritme strojnega učenja, ki uporabnikom priporočajo vsebine, ki ustrezajo njihovim interesom in vedenju. Aplikacija omogoča uporabnikom tudi sledenje drugim uporabnikom, všečkanje in komentiranje videoposnetkov ter uporabo različnih trendov in izzivov, ki jih ustvarjajo drugi uporabniki.

3.1 USTANOVITEV TIKTOK-A

Spletno družabno omrežje TikTok je na Kitajskem leta 2016 ustanovil Zhang Yiming pod imenom Musical.ly. Aplikacija je sledila modelu, ki ga je popularizirala takrat popularna aplikacija Vine¹. Na obeh aplikacijah so uporabniki delili in gledali kratke 6—30 sekundne posnetke, pogosto ob spremstvu glasbe. Eden od možnih dejavnikov za hitro rast TikTok-a (takrat Musical.lya) je po možnosti tudi odstranitev prej omenjenega omrežja Vine ob koncu leta 2016, kar je pustilo trg, odprt za to vrsto aplikacije.

Musical.ly je v tistih letih dobil predpostavbo spletnega družabnega omrežja, namenjenega za mladostnike, kjer je bila glavna vrsta vsebine v obliki raznih plesov na popularne pesmi.

¹ Vine je bila mobilna aplikacija za snemanje in deljenje kratkih videoposnetkov, ki so trajali največ 6 sekund. Aplikacija je bila priljubljena predvsem med mlajšimi generacijami uporabnikov, saj je omogočala ustvarjanje kreativnih in zabavnih videov, ki so jih lahko delili s svojimi prijatelji in sledilci na družbenih omrežjih. Vine je bila prvič predstavljena leta 2013 in je kmalu pridobila veliko popularnost. Videoposnetki so se samodejno zaganjali in ponavljali v zanki, kar je uporabnikom omogočalo ustvarjanje številnih zabavnih video posnetkov. Leta 2016 je podjetje Twitter, ki je lastnik aplikacije Vine, sporočilo, da bodo aplikacijo ukinili. Kljub temu so se nekateri elementi aplikacije ohranili v novi aplikaciji z imenom Vine Camera, ki je omogočala snemanje 6-sekundnih videoposnetkov in njihovo deljenje na Twitterju ali shranjevanje na telefonu.

Leta 2017 je Musical.ly pridobilo podjetje Beijing Bytedance Technology, ki je nato spremenilo ime aplikacije in domene v TikTok. Pomembno je, da je TikTok mednarodna dvojčica spletnega družabnega omrežja Douyin (抖音), ki je na voljo le uporabnikom v geografskem območju Ljudske republike Kitajske (LRK).

Douyin je razvil Byte Dance leta 2016 sprva pod imenom A.me s spremembo v Douyin pozneje istega leta. Douyin se je tako razvijal sočasno, a ločeno od TikTok-a. Razlogi za ločitev sicer niso znani, a obstaja verjetnost, da sta omrežji ločeni zaradi cenzure spletnih družabnih omrežij in njihove vsebine s strani LRK. Lahko pa sklepamo, da bi to lahko oviralo rast omrežja, saj bi cenzurirana vsebina odvrnila mednarodne uporabnike. Prav tako pa bi bilo težko ponujati omrežje državljanom LRK, če bi bilo dovoljeno prosto objavljanje s strani mednarodnih uporabnikov, saj bi bil spletni naslov blokiran ali omejen.



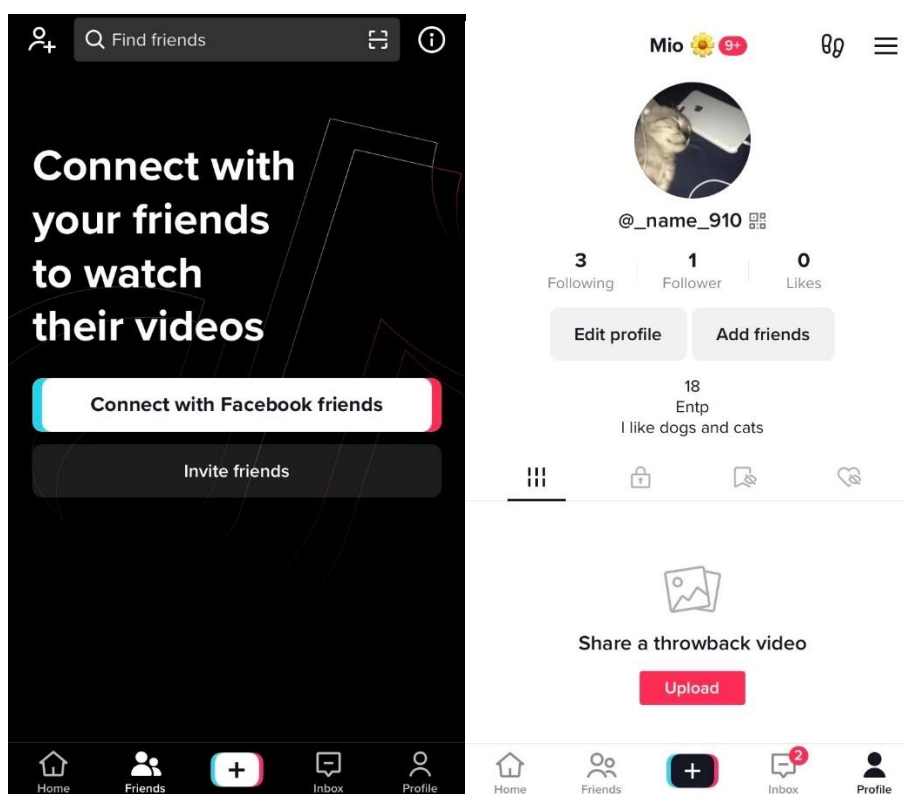
Slika 4: TikTok

Vir: (Spletni članek)

3.2 UPORABA TIKTOK-A

Uporaba TikToka je precej preprosta. Uporabniki lahko prenesejo aplikacijo na svoj pametni telefon, se registrirajo s svojim računom in nato začnejo ustvarjati in deliti video posnetke.

Ob prvem vstopu v aplikacijo je potrebno ustvariti oz. vstopiti v uporabniški profil. Za ustvarjanje profila je potrebno navesti e-mail naslov, telefonsko številko ali profil na aplikacijah Facebook ali Twitter. Uporabnik mora potrditi profil in nato vnesti svoje ime, rojstni datum in izbrati geslo. Na koncu si lahko izbere tudi uporabniško ime, zaimke, prikazane na profilu, opis profila in profilno fotografijo ali video. Po želji lahko TikTok profil poveže tudi z drugimi profili, kakor prikazuje spodnja slika.



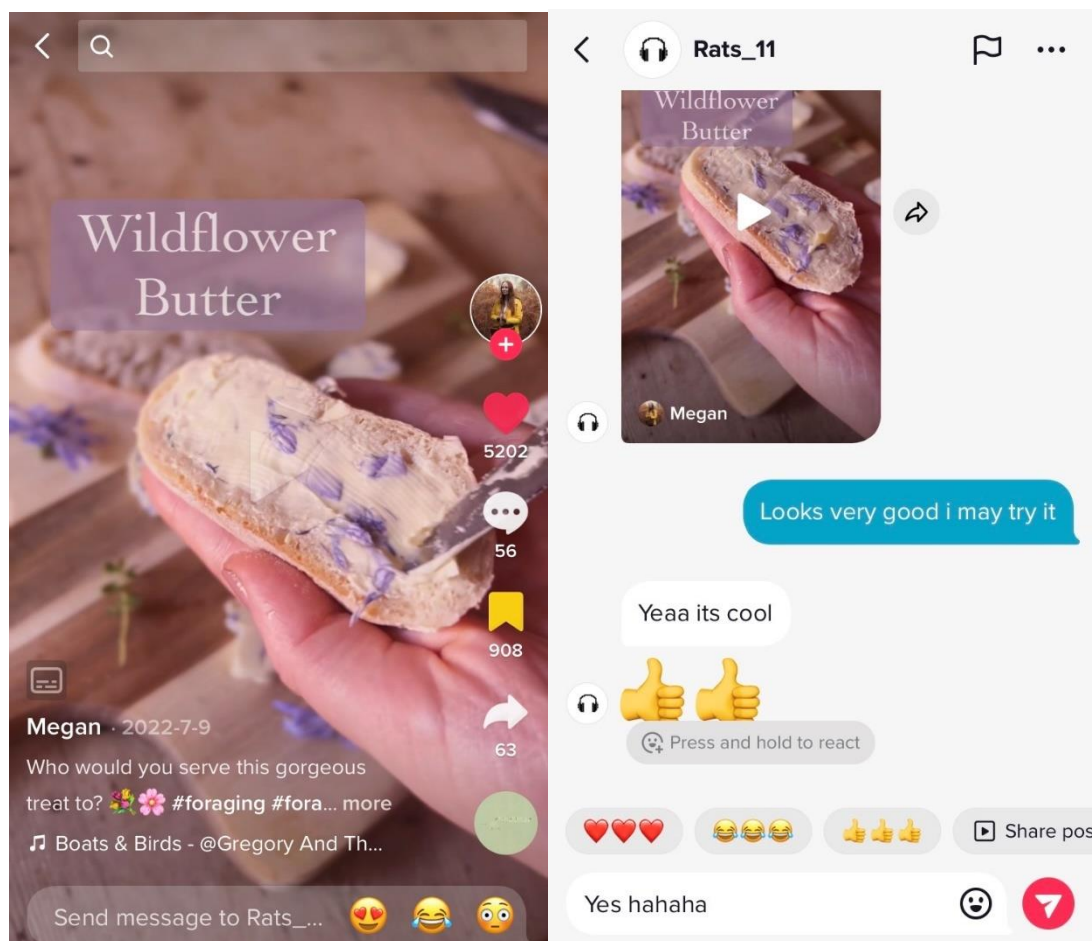
Slika 5: Profil in povezava s prijatelji

Vir: (Lasten vir)

Ko je profil ustvarjen, je uporabnik usmerjen na domačo stran TikTok-a, „For you page“ (poznani tudi kot FYP oz. slo. *Stran za vas*, v nadaljevanju FYP). Ta je eden od najbolj prepoznavnih elementov TikTok-a, saj na njem uporabniki nimajo nabora vsebine za ogled

kot na drugih spletnih družabnih omrežjih. FYP nadzoruje TikTok-ov algoritem, ki za vsakega uporabnika posamično izbere in prikaže posnetke drugih uporabnikov glede na njihove skupne lastnosti, osebnost, interese in druge spremenljivke.

Uporabnik lahko dostopa do dveh različic FYP, ki vsebino prilagodita le na posnetke tistih, ki jim uporabnik sledi, in pa ločeno samo posnetke uporabnikov, ki so uporabniku sledili. Na voljo je tudi iskanje vsebin preko ključnih besed, podobno kot na družabnem omrežju YouTube, z razliko, da je iskanje omejeno le na določene širše karakteristike teh posnetkov (npr. živali, filmi...). Prav tako lahko uporabnik brska po določenih zvočnih izrezkih, uporabniških profilih, video filtrih in oznakah (ang. *hashtags*). Uporabnik lahko tudi pošilja zasebna sporočila in posnetke drugim uporabnikom, pregleduje odzive drugih uporabnikov na njegove komentarje in posnetke ter si zasebno shrani najljubše posnetke v posebno mapo na svojem profilu.



Slika 6: FYP in sporočila

Vir: (Lasten vir)

Glavna načina uporabe aplikacije sta gledanje vsebine, ki jo objavijo drugi uporabniki in ustvarjanje lastne vsebine preko aplikacije. TikTok lahko z dovoljenjem uporabnika dostopa do kamere in mikrofona v mobilni napravi, tako da lahko uporabnik snema in montira posnetke kar preko njega. Po želji lahko uporablja video filtre in efekte, doda svojo ali tujo glasbo, nalaga posnetke in doda besedilo. Objavljen posnetek je lahko viden vsem, ki dostopajo do profila, le prijateljem (tistim, ki sledijo uporabniku in jim ta tudi sledi) ali pa samo uporabniku. Aplikacija je dobila sloves zaradi kratkih posnetkov, ki trajajo od le 6 sekund do največ 10 min (prej le do 1 min), po navadi pa okoli 15—30 sekund.

Najnovejši viri trdijo, da je imel TikTok v letu 2022 približno 1 000 000 000 aktivnih uporabnikov in 3 000 000 000 prenosov (Dean, 2022). Vpogled v populacijo uporabnikov iz ZDA je odkril, da 32,5 % uporabnikov stara manj kot 19 let (Montag, Yang, Elhal, 2021). Če upoštevamo, da je za ustvarjanje profila potrebna minimalna starost 13 let, dobimo podatek da je 32,5 % uporabnikov TikTok-a starih 13—19 let.

Med uporabniki se je razkrilo, da kar 59 % uporabnikov preživi na TikTok-u 2—3 ure na dan, 19 % uporabnikov 4—5 ur na dan, približno 10 % uporabnikov pa je trdilo, da aplikacijo uporablja več kot 5 ur na dan ali pa manj kot 1 uro na dan (Montag, Yang, Elhal, 2021).

Na aplikaciji se nahaja več skupin ljudi, ki jih najlažje razdelimo glede na njihovo obnašanje pri uporabi. Christina Bucknell Bossen in Rita Kottasz (2020) sta zabeležili naslednja:

- Prva zajema pasivno gledanje posnetkov (ang. *passive consumptive behaviors*). Karakteristika tega obnašanja je ogled vsebine brez odziva, sodelovanja ali prispevanja. Primer je navaden ogled posnetkov na domači strani „for you page“, med katerim uporabnik ne uporablja funkcij za všečkanje, komentiranje ali deljenje z drugimi. Večina uporabnikov to obnašanje uporablja kot metodo sprostitve in zabave. S tem uporabnik zadovoljuje potrebo po opazovanju (ang. *surveillance needs*) (Bucknell, Kottasz, 2020).
- Druga zajema sodelovalno obnašanje (ang. *participatory behaviour*). Uporabnik še vedno sprejema vsebino, a namesto le pasivnega gledanja se pogosto odzove na objavo. Primer takšnega obnašanja je funkcija za komentiranje, kjer lahko posameznik sporoči svoje mnenje neposredno ustvarjalcu profila ali pa celo širši javnosti. Prav tako pod to kategorijo šteje všečkanje in uporaba TikTok-ove funkcije privatnega klepetanja med

uporabniki. Uporabniki s tem navezujejo stike z novimi osebami, se izražajo in gradijo na že obstoječih stikih npr. s prijatelji ali družino. To obnašanje zadovoljuje potrebo po komunikaciji (ang. *communication needs*).

- Tretja kategorija zajema prispevalno obnašanje (ang. *contributory behaviours*). Uporabnik sam ali s skupino ljudi ustvarja in objavlja (načeloma) lastno vsebino. Pod to spadajo videoposnetki, ki lahko prikazujejo vse od plesov, športa in interesov do bolj kompleksnih tem, kot so izražanje čustev, kratka proza ali poezija in tudi debate o svetovni problematiki (npr. rasizem, seksizem, vojna...). Posameznik ima (relativno) svobodo izbire in kreativnosti pri ustvarjanju teh posnetkov, kar mnogi uporabljajo za lovljenje slave, pohval in prepoznavnosti. S tem tudi zadovoljuje potrebe po samoizražanju (ang. *self-expression needs*) in potrebe po ustvarjanju ter uveljavljanju lastne identitete (ang. *identity-creation needs*).

V nadaljevanju naloge se bomo za potrebe analize osredinili le na uporabnike prve skupine.

3.3 RAZLOGI ZA UPORABO TIKTOK-A

Christian Montag, Haibo Yang in Jon D. Elhal so v letu 2021 TikTok povezali z naslednjimi psihološkimi teorijami:

- Prva teorija temelji na **vplivu družbe na posameznika** (ang. *Social Impact Theory*). Latané, ki je to teorijo razvil v letu 1981, sklepa, da imajo osebe v družbi izredno velik vpliv na posameznika. Teorija opredeli značilnosti teh vplivov in razloži, kako lahko njihova nujnost, število in moč vplivajo na posameznika (Guy-Evans, 2022).
- Druga teorija je **teorija o samodoločenosti** (ang. *Self-Determination Theory*). Teorijo sta razvila Deci in Ryan v letu 1985. Samodoločenost se sklicuje na posameznikovo zmožnost odločanja, razmišljanja in funkcioniranja brez zunanjih vplivov. Teorija o samodoločenosti se navezuje na rast osebnosti v posamezniku skupaj z njegovimi psihološkimi potrebami (Lopez-Garrido, 2021).
- Tretja teorija je **teorija uporabe in gratifikacij** (ang. *Uses and Gratification theory*), ki jo je razvil Katz leta 1959. Teorija uporabe in gratifikacij pomaga razumeti, zakaj ljudje uporabljajo medije in kako nam mediji koristijo na psihološkem nivoju.

Te teorije so bile uporabljene za raziskave uporabe spletnih družabnih omrežij in pomagajo pri razumevanju razlogov za uporabo TikTok-a kot spletnega družabnega omrežja. Vsaka iz različnega vidika poda vpogled v obnašanje uporabnikov na Tik Toku. Z njimi lahko pojasnimo njegov hiter vzpon.

Razlog za uporabo TikTok-a pa je tudi njegova popularnost med sovrstniki. Uporabnik bi lahko čutil potrebo po sodelovanju kot posledico množične uporabe s strani prijateljev ali sošolcev.

Glavne razloge uporabe TikToka-a lahko navedemo v naslednjih alinejah:

- širjenje posameznikovega družbenega kroga,
- iskanje slave,
- kreativno izražanje,
- razvedrilo in sproščanje,
- pozicioniranje posameznika v družbenem krogu,
- ustvarjanje identitete,
- popularnost TikTok-a med sovrstniki.

Še en dejavnik, ki se sicer ne navezuje na tiste, ki s TikTok-om še niso imeli izkušenj, ampak je poznan kot eden glavnih razlogov za nadaljnjo uporabo, je TikTok-ov algoritem. Kot omenjeno je TikTok strukturiran za nenehno predvajanje in prejemanje vsebine. Zaradi tega so pogosto človeški in mladoletni možgani nenehno pozitivno stimulirani, kar povzroča v posamezniku nenehen impulz k njegovi uporabi. Trenutno še ni jasno, ali prekomerna uporaba spletnih družabnih omrežij velja za vrsto zasvojenosti, a mnogi uporabniki poročajo o občutkih, podobnim odtegnitvi alkohola, nikotina in drugih zasvojevalnih substanc. Prav tako se mnogi izogibajo nalaganju DouYin iz strahu pred to zasvojenostjo. Podobno lahko torej sklepamo tudi za mednarodno populacijo, saj ima TikTok tudi pri nas podoben odziv javnosti. Prav iz teh razlogov tudi mnogi starši otrok, ki bi sicer že lahko uporabljali TikTok, otrokom ne dovolijo njegove uporabe.

3.4 RAZISKAVE TIKTOK-A

Kljub temu, da je TikTok novost na področju socialnih družabnih omrežij, so mnogi že naredili raziskave o njegovem vplivu na različna področja. Obnašanje posameznikov v okolju spletnih družabnih omrežij in izven njega se spreminja, zato je pogosto opaziti skupine in posameznike, ki se na TikTok-u obnašajo precej drugače kot bi se sicer v javnosti. Gabriel Weimann in Natalie Masri (2021) raziskujeta negativno plat komuniciranja na TikTok-u in kako se na njem pojavi ter raste sovraštvo. Caroline Olvera (2021) opozarja o popularizaciji Tourettovega sindroma na platformi, zaradi česar se mladi nagibajo k pretvarjanju in oponašanju te nevrološko-psihiatrične motnje za pozornost in slavo. Hautea, Parks in Zengova raziskava iz leta 2021 se nanaša na aktivizem znotraj TikTok-a in kako so ti videi uporabljeni kot prenosnik za zavedanje o klimatski krizi.

Prav tako je TikTok povzročil velik premik v oglaševanju. Slavne osebe oz. „influencerji“, ki imajo veliko sledilcev, a v večini primerov izključene iz javne zavesti, lahko zaradi popularnosti vplivajo na algoritem, ki njihovo vsebino pokaže večim uporabnikom. Prav tako ti „influencerji“ služijo denar preko sponzorjev, ki jim plačajo za vključevanje njihovih storitev ali izdelkov v njihove posnetke. Primer uporabe TikTok-a kot platforme za oglaševanje za atlete in športnike so raziskovali Su Y., Baker B., Doyle J. in Yan M. Lovett J., Munawar K., Mohammed S. in Prabhu V. (2021) so analizirali objave s področja radiologije.

Ob tem pa se je TikTok izkazal kot odličen prenosnik političnih stališč in kampanj. Juan Carlos Medina Serrano, Orestis Papakyriakopoulos in Simon Hegelich (2020) so raziskali, kako je TikTok uporabljen za posredovanje političnih sporočil in novic. Odkrili so, da so ustvarjalci političnih vsebin bili mladi, njihovo vedenje pa se je spremenilo glede na njihova politična stališča. Republikanski uporabniki so večinoma ustvarjali svoje vsebine, demokratični pa so večinoma sodelovali v debatah.

3. 4. 1 TikTok kot izobraževalno orodje

TikTok se vse bolj uporablja tudi v izobraževalne namene. Obstaja veliko učiteljev, profesorjev in izobraževalnih institucij, ki uporabljajo platformo za poučevanje in izobraževanje na naslednje načine:

- **kratki poučni videoposnetki:** TikTok je idealen za kratke, jedrnate videoposnetke, ki lahko vključujejo pomembne informacije za poučevanje, za ustvarjanje kratkih videoposnetkov, ki pojasnjujejo določene koncepte ali težave,
- **sodelovanje v izobraževalnih trendih:** TikTok je znan po svojih trendih in izzivih. Učitelji lahko uporabijo te trende, da spodbudijo učence, da sodelujejo v izobraževalnih dejavnostih in projektih. Na primer, učitelj matematike bi lahko uporabil trend „*Math Magic*“ in spodbudil učence, da ustvarijo videoposnetke, v katerih pojasnjujejo matematične koncepte ali rešujejo probleme;
- **sodelovanje z drugimi izobraževalci:** TikTok omogoča sodelovanje med uporabniki. Izobraževalci lahko sodelujejo med seboj in ustvarjajo skupne projekte, ki lahko pomagajo pri poučevanju in izobraževanju;
- **promocija izobraževalnih vsebin:** izobraževalne institucije lahko uporabljajo TikTok za promocijo svojih programov in vsebin. S kreativnimi videoposnetki in trendi lahko izobraževalne institucije pritegnejo pozornost učencev in jih spodbudijo k razmišljanju o svojih izobraževalnih ciljih in možnostih.

Za namen raziskovanja naloga izpostavlja tudi uporabo TikTok-a pri izobraževanju pri pouku slovenščine, npr. na naslednje načine:

- **kreiranje kratkih videoposnetkov,** kjer učenci razlagajo in interpretirajo literarne izseke. Slednji način je bil uporabljen tudi pri pričujoči raziskovalni nalogi kot metoda prikazovanja;
- **poučevanje slovnice s kratkimi videoposnetki:** učitelji lahko ustvarijo kratke videoposnetke, ki učence navdušijo in motivirajo. Učitelj lahko na primer ustvari videoposnetek, v katerem pojasnjuje uporabo glagolov ali prikazuje različne slovnične strukture;
- **sodelovanje v izobraževalnih trendih:** TikTok je znan po svojih trendih in izzivih. Učitelji slovenščine lahko uporabijo te trende, da spodbudijo učence, da sodelujejo v

izobraževalnih dejavnostih in projektih. Na primer, učitelj lahko spodbudi učence, da ustvarijo videoposnetke, v katerih predstavljajo nove besede in njihov pomen ali uporabi trende in izzive, ki so priljubljeni na TikToku, da spodbudi učence k ustvarjanju videoposnetkov v slovenščini. Ti izzivi lahko vključujejo poezijo, govorne besede ali kratke zgodbe v slovenščini;

- **pravopis:** učitelj lahko ustvari videoposnetek, v katerem učenci prepoznavajo in popravljajo pravopisne napake v napisih videoposnetka;
- **ustvarjanje kratkih videoposnetkov, v katerih učenci izvajajo jezikovne vaje:** učitelj lahko učence spodbudi, da ustvarijo kratke videoposnetke, v katerih izvajajo jezikovne vaje, kot so na primer branje, pisanje, poslušanje in govorna komunikacija. Ti videoposnetki bi lahko bili namenjeni izboljšanju razumevanja slovenskega jezika in krepitev izgovora in besedišča;
- **kreativno pisanje:** TikTok lahko uporabimo tudi za spodbujanje kreativnega pisanja v slovenščini. Učitelj lahko učence spodbudi k ustvarjanju kratkih zgodb ali pesmi v slovenščini ter jih nato spodbudi, da svoja dela delijo na platformi;
- **uporaba slovenskih pesmi:** TikTok je platforma, kjer se pogosto pojavljajo glasbene vsebine. Učitelj lahko izbere slovenske pesmi, ki so primerne za poslušanje, razumevanje in analizo besedil ter spodbudi učence, da o njih ustvarijo videoposnetke;
- **promocija slovenskega jezika in kulture:** učitelji lahko ustvarijo videoposnetke, v katerih predstavljajo zanimive zgodbe, pesmi ali druge vsebine v slovenskem jeziku ter s tem spodbujajo učence, da se bolj zanimajo za slovenski jezik in kulturo.

Pomembno je poudariti, da se lahko uporaba TikToka v izobraževanju prilagodi glede na starostno skupino učencev in njihove izobraževalne potrebe.

Na TikTok-u se tako vedno pogosteje pojavljajo informativne vsebine. O tem je bilo izvedenih nekaj raziskav. Leta 2021 sta Khlaif in Salha izvedla raziskavo o TikTok-ovem potencialu za mikro učenje ali nano učenje. Odkrila sta, da je lahko učenje razdelijo v dele (mikro-učenje; ang. *micro-learning*) ter nato te dele še nadaljnjo strnejo v 15-sekundne videe na TikTok-u. S tem dosežejo nano-učenje (ang. *nano-learning*), kar je možno preko TikTok-ove platforme. Avtorja dodata, da bi bilo vredno dodatno investirati v ustvarjanje teh nano-učnih videov v prihodnosti za učenje, saj je TikTok splošno dostopen in množično uporabljen v krogih učencev. Raziskavo pa zaključita: „So pozitivne in negativne

implikacije za uporabo TikTok-a v učnem okolju. Ključno je izkoristiti te pozitivne vidike in jih prilagoditi modernim pristopom v poučevanju; to lahko dosežemo z ustanavljanjem TikTok klubov na lokalnem in državnem nivoju v šolah in drugih institucijah. Z uporabo principov poučnega oblikovanja in nano-učenja pri uporabi TikTok-a v izobraževalnem okolju lahko dosežemo širjenje novega znanja in veščin na področjih kreativnosti in inovacije.”

TikTok tako omogoča uporabnikom različne načine izražanja svojih interesov, med katerimi so tudi učenje. S temi raziskavami opazamo, da je ta način podajanja učnih vsebin v izobraževalnem okolju že prisoten. Na uspešno in učinkovito učenje pa lahko vpliva več različnih dejavnikov. Eden od njih je pozornost, tema naslednjega poglavja.

4 POZORNOST

SSKJ definira pozornost kot zavestno (miselno) zbranost (Fran, 2023). Pozornost je ena od ključnih sestavin za učinkovito delovanje posameznika v sodobnem svetu. Ta sposobnost nam omogoča nemoteno, strnjeno in učinkovito delovanje v življenju. Skozi različna življenjska obdobja se lahko opazi razlika v pozornosti, še posebej v časovnem razponu zbranosti. Shakibaie (2021) ocenjuje, da je pri 2-letih otrocih pozornost omejena na dejavnosti med 4—6 min, pri 6-letnikih med 12—18 minut, pri 12-letnikih pa 24—36 minut in pri 16-letnikih med 32 in 48 min.

To velja tudi za učenje in še posebej za delovanje v šolskem okolju. Učenec, dijak, študent v okolju, nima pozornosti in se težko osredinja, ne more prejemati vseh informacij, opravljati potrebnega dela in rasti v akademskem smislu. Eden od največjih problemov v šolstvu danes je, kako naj izobraževalec uspešno ustvarja okolje koncentriranih učencev. Predlaganih pristopov v šolstvu je mnogo: od uporabe interaktivnih elementov, učenja izven šolskih klopi do multimedijskih vsebin in drugih izkušenj.

Pomembno je ločiti pozornost od koncentracije, saj imata kljub podobnemu pomenu in praktični izmenljivosti besed v vsakdanjem življenju drugačen pomen. Dr. Franci Šimnic pravi: „Pozornost je sposobnost osredotočanja in učinkovitega obdelovanja ustreznih informacij. Skupaj z delovnim spominom (sposobnostjo, da uspešno zadržimo informacijo, ki je ustrezna za izvršitev tekoče naloge) je ena izmed ključnih kognitivnih sposobnosti na načrtovanje in izvedbo ciljno usmerjenega vedenja. Koncentracija pa je sposobnost, da določeni stvari namenimo pozornost, kljub temu, da se okrog nas dogaja še veliko drugih stvari. To pomeni, da našo pozornost nadzorujemo. Koncentracija je pridobljena sposobnost in se je moramo naučiti. Z ustrezno in redno vajo se sposobnost koncentracije nenehno izboljšuje." Torej je pozornost osnovna sposobnost, ki posamezniku dopušča osredotočanje in obdelovanje informacij, koncentracija pa je veščina usmerjanja pozornosti. Raziskovalna naloga se soredinja na pozornost, saj je koncentracijo težje natančno meriti z metodo anketiranja.

Obstaja pa več vrst pozornosti, ki lahko na različne načine vplivajo na posameznikove sposobnosti in izkušnje. Bohnec (2022) navaja vrste pozornosti:

- usmerjena pozornost (ang. *focused attention*): sposobnost diskretnega odzivanja na določene vidne, slušne ali taktilne dražljaje;
- vzdrževana pozornost (ang. *sustained attention*): sposobnost ohranjanja doslednega vedenjskega odziva med neprekinjenimi in ponavljajočimi se dejavnostmi;
- selektivna pozornost (ang. *selective attention*): sposobnost vzdrževanja vedenjskih ali kognitivnih sklopov ob motečih ali tekmovalnih dražljajih;
- izmenična pozornost (ang. *alternating attention*): sposobnost miselne fleksibilnosti, ki omogoča posameznikom, da preusmerijo svojo pozornost in se premikajo med nalogami, ki imajo različne kognitivne zahteve;
- deljena pozornost (ang. *divided attention*): zmožnost hkratnega odzivanja na več nalog ali več zahtev.

Posameznik mora te vrste pozornosti poznati in obvladati, saj lahko tako učinkovito sodeluje pri različnih dejavnostih, tudi pri pouku v izobraževalnem okolju. Med poukom pa lahko na vse te vrste pozornosti vpliva veliko dejavnikov. S pomočjo raziskave Bohneca iz 2022 lahko bolj podrobno opredelimo, kako je lahko uporaba TikTok-a koristna za krepitev na različnih področjih koncentracije.

Ker večina mladostnikov že pozna TikTok, bi lahko lažje zavrnili zunanje dražljaje, kot so zunanji hrup ali dogajanje. Prav tako lahko dodatno preusmerimo pozornost na dano snov s pomočjo individualnih zaslonov (npr. ekrani mobilnih telefonov) in slušalk. S tem lahko precej izboljšamo usmerjeno pozornost in selektivno pozornost ter pomagamo razrešiti probleme, povezane s pomanjkanjem pozornosti v učilnici. TikTok posnetki so pogosto kratki (kljub 10-minutni omejitvi le redki presežejo 3-minute), kar pozitivno vpliva na učenčevo vzdrževalno pozornost. Ker je potrebno posvetiti pozornost na posnetek za le kratko časovno obdobje, lahko učenec v celoti predela dane informacije. Na področju izmenične pozornosti lahko s pomočjo že znanega formata prejemanja informacij blažimo prehitro menjavo tem in nalog. Prav tako lahko ti posnetki urijo učenčevo deljeno pozornost, tako da izobraževalec med posnetkom dodatno razlaga ali komunicira z razredom o dani temi.

4.1 RAZISKAVE POZORNOSTI PRI MLADOSTNIKI

Na področju pozornosti pri mladih obstajajo raziskave, ki želijo z rezultati izboljšati mladostnikovo pozornost za bolj učinkovito delovanje v šolskem okolju. To je posledica opažanj izobraževalcev, ki pri učencih opažajo spremembe v pozornosti, zlasti na področju trajanja koncentracije.

Katja Gregorc (2014) raziskuje zbranost v procesu učenja glede na mnenja učiteljev. Odkrila je, da večina učiteljev oceni učenčovo pozornost le do 20 min, kar sklepajo iz upada sodelovanja pri pouku. Bohnec (2022) pa ocenjuje sposobnosti vzdrževanja pozornosti s kognitivnim orodjem neurobeans in zaključí, da je neurobeans metoda kompleksnejša in drugače strukturirana od klasičnih testov spremljanja dolgotrajnega usmerjanja pozornosti, vendar vseeno korelira z indikatorji pozornosti enega od testov spremljanja dolgotrajnega usmerjanja pozornosti, tj. pebl toav (ang. *Psychology Experiment Building Language Test of Attentional Vigilance*). Veliko pozornost dobivajo tudi raznoliki pristopi k učenju in njihov vpliv na pozornost. Klavdija Kovačič (2022) poskuša videti vpliv, ki ga ima ob branju učencev na branje prisotnost terapevtskega psa. V raziskavi je ugotovila, da je branje v družbi terapevtskega psa uspešna metoda za povečanje bralne motivacije pri učencih. Prav tako so učenci dokazali, da se jim je povečal interes za branje, podaljšal se je čas branja in poudarili so pozitivna mnenja glede srečanj. Lucija Breclj (2021) meri pozornost in delovni spomin pri učencih z različno ravno fizične aktivnosti. Namen raziskave je bil ugotoviti, ali vključenost v organizirane fizične aktivnosti pripomore k pomembno boljšim meram izvršilnih funkcij v primerjavi s tistimi mladostniki, ki v take aktivnosti niso vključeni. V raziskavi se niso izkazale pričakovane razlike v izvršilnih funkcijah med tremi skupinami mladostnikov z različno ravno fizične aktivnosti. Zmanjšana fizična aktivnost morda ni imela vpliva le na fizično pripravljenost mladostnikov, ampak se odraža tudi na njihovem kognitivnem delovanju.

Namen naloge je ugotoviti pozitivne učinke uporabe družabnega omrežja TikTok kot metodo prikazovanja pri usvajanju novih učnih snovi pri pouku v izobraževalnem okolju. Za usvajanje novih učnih vsebin pa je potreben spomin, katerega predstavitev sledi v nadaljevanju, preko katerega usvojimo, shranimo in si zapomnimo pridobljene podatke.

5 SPOMIN

Spomin je psihološka funkcija, ki nam omogoča, da si zapomnimo in obnovimo informacije, dogodke in izkušnje. Sposobnost spomina nam omogoča, da se učimo, prilagajamo in rastemo ter da gradimo odnose z drugimi ljudmi. Spomin je ključen za naše vsakdanje življenje in nam omogoča, da si zapomnimo informacije, ki jih potrebujemo za uspešno delovanje v svetu.

Spomin lahko razdelimo na štiri glavne vrste:

- Senzorni spomin (ang. sensory memory)
- Kratkoročni spomin (ang. short-term memory)
- Delovni spomin (ang. Working memory)
- Dolgoročni spomin (ang. long-term memory)

Senzorni spomin hrani informacije za najkrajši časovni rok, po mnenju psihologov le okoli treh sekund ali manj (Cherry, 2020). V njem se hranijo in procesirajo hipni podatki čutil. To so informacije o izgledu, vonju, zvoku, tipu in okusu določenega dražljaja. Senzorni spomin zadržuje veliko količino prihajajočih informacij v kratkem času v senzorni shrambi (Šešok, 2022). Zaradi količine informacij, ki jih senzorni spomin nenehno prejema so te informacije pogosto nato hitro pozabljene, razen če posameznik zavestno in skrbno trudi te informacije obdržati v kratkoročnem ali dolgoročnem spominu.

Kratkoročni spomin hrani informacije za potrebno obdobje časa in jih nato zamenja z novimi. Pomaga nam hraniti informacije uporabne le za kratko časovno obdobje, po navadi v obdobju ene minute, dneva ali tedna. Informacije, ki jih pogosto hranimo v kratkoročnem spominu so naslovi, datumi, opravki in vsebine pogovorov. Te informacije so ohranjene le do izvršitve naloge, za katero so bile potrebne. V kratkoročnem spominu se informacije zadržujejo le toliko časa, dokler so pomembne za izvajanje določene naloge, saj nam določeni procesi znotraj kratkoročnega spomina pomagajo ohranjati trenutno sliko sveta okrog nas (Šešok 2022).

Dolgoročni spomin hrani informacije za nedoločen čas. Te informacije morajo biti obnovljene večkrat na začetku, a sčasoma to postane nepotrebno. Dolgoročni spomin se

nadaljnjo deli na proceduralni, ki hrani podatke o veščinah in deklarativni, ki hrani splošne informacije. Je najbolj prepoznavna vrsta spomina, saj hrani informacije o dogodkih, okoliščinah in ljudeh, ki so pomembni posamezniku.

Delovni spomin je pogosto združen s kratkotrajnim spominom, saj prav tako hrani pomembne informacije o določeni nalogi le za določen čas. Razlika je v tem, da delovni spomin poleg zadrževanja informacij s temi tudi aktivno upravlja (Šešok, 2022). Ta spomin je tudi najpogosteje uporabljen v šolskem okolju.

Pri učenju in izvajanju obveznosti, ki se pojavljajo znotraj izobraževalnih institucij je najbolj ključen delovni spomin. Z njim posameznik ohrani osnutek informacije in jo nato uporabi glede na naučen način. Pomanjkljivosti v delovnem spominu v otrocih in mladostnikih so bile povezane z učnimi težavami, zlasti na področjih matematike in branja (Alloway, 2006). Delovni spomin tudi skrbi za sočasno hranjenje in upravljanje z informacijami, kar je ključnega pomena v poznejših letih izobrazbe.

5.1 RAZISKAVE DELOVNEGA SPOMINA PRI MLADOSTNIKI

Zaradi pomembnosti delovnega spomina pri uspehu v šolskem okolju in pozneje v življenju so bile izvedene številne raziskave na tem področju. Delež teh vrednoti različne metode izboljšanja delovnega spomina na različnih področjih. Martina Horvat (2014) s pomočjo individualnih 15-minutnih vaj z otroki izboljšuje delovni spomin na področju matematike. Rezultati razvidno kažejo, da je eksperimentalna skupina naredila statistično večji napredek na večih preizkusih. Horvat prav tako gleda vpliv treninga delovnega spomina na kognitivne sposobnosti. Udeleženci med 13-im in 15-im letom starosti so v dveh tednih končali serijo adaptivnih treningov delovnega spomina. Rezultati raziskave so pokazali, da so vsi udeleženci eksperimentalne skupine izboljšali svoj rezultat na trenirani nalogi dual n-nazaj. Statistično pomembnega učinka treninga eksperimentalne skupine na mero obsega števil in obsega vizualno prostorskega spomina v primerjavi z dosežki kontrolne skupine ni bilo, je pa eksperimentalna skupina v primerjavi s kontrolno skupino pridobila več na meri fluidne inteligentnosti. Prav tako raziskovalce zanimajo različni dejavniki pri delovanju delovnega spomina. Starc M. in Repovš G. (2015) odkrijeta, da je varovanje informacij pred različnimi motnjami je ključno za optimalno delovanje delovnega spomina. To dokaže s primerjanjem

vplivov motečih dražljajev na prostorski delovni spomin. Prelog (2019) opazuje razlike med spoloma na področju izvršilnih funkcij pri učencih tretjega vzgojno-izobraževalnega obdobja. Odkrila je, da so ženske statistično uspešnejše pri nalogah verbalne fluentnosti in delovnega spomina.

Iz teh raziskav sva odkrila, da lahko različni dejavniki vplivajo na delovni spomin, prav tako pa ga je možno trenirati. TikTok bi lahko kot izobraževalno orodje deloval kot pozitiven dejavnik pri hranjenju in upravljanju informacij, hranjenih v delovnem spominu zaradi zmanjšanja možnosti drugih škodljivih faktorjev. Prav tako bi lahko večkratni ponoven ogled krajših posnetkov pomagal prenesti strnjene informacije iz delovnega v dolgoročni spomin na isti način kot trening spomina.

6 REZULTATI ANKETE IN ANALIZA

Teoretična izhodišča bodo uporabljena pri empiričnem delu raziskovalne naloge ter pri ključnem delu naloge, pri razpravi. Pred analizo bodo rezultati, pridobljeni z anketnim vprašalnikom, predstavljeni z grafi.

6.1 GRAFIČNI PRIKAZ REZULTATOV

Za namen raziskovalne naloge sva za preverjanje danih hipotez raziskovalne naloge uporabila metode projekcije oz. prikazovanja učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev, metodi dela z besedilom in anketiranja ter metodo analiziranja podatkov anketiranja. Preko spletnega portala 1ka sva ustvarili anketo z 8-imi vprašanji. Anonimni anketni vprašalnik je zajemal večinoma vprašanja z izbirnimi odgovori. Sodelovalo je 27 dijakov iz M-2.e razreda. Ti so bili razdeljeni na dve skupini. Prva polovica razreda, 12 dijakov, je ostala v učilnici in je usvajala novo učno snov z metodo prikazovanja, ogled TikTok učne vsebine na projektorju in ob koncu odgovorila na anketni vprašalnik, ostale dijakke (15 dijakov) smo prosili, da počakajo na hodniku. Ob menjavi dijakov je druga skupina usvajala učno snov z učnim listom z metodo dela z besedilom. Ob določenem času je tudi ta skupina dijakov odgovorila na ista vprašanja.

Vsebina posnetka na družabnem omrežju TikTok je enaka učnemu listu, ki ga je brala druga skupina dijakov. Besedilo je bilo naslednje:

EVROPSKI REALIZEM

Pojem **realizem** (lat. res, realis = stvar, stvaren) označuje književno smer, ki se je pojavila leta 1830 v Evropi. Snov svojih del črpa iz življenja v sodobni, meščanski, industrijski in zmeraj bolj kapitalistično usmerjeni družbi z njenimi novimi razredi, zlasti z industrijskim proletariatom. Večina realistov je doživljala stvarnost kot slabo. Usmerjeni so bili neposredno k družbi in njenim težavam, kar se je odražalo v književnosti. V delih so prikazovali željo po vzponu v višjo družbo, nemoralnost aristokracije, zakonolom in zakonske težave, revščino, prostitucijo ipd. – literarni liki so tako predstavniki svojega razreda. Realisti so

skrbno in natančno zbirali gradivo in preučevali teorije. Podrobno so opisovali okolje, situacije in osebe.

Na motiviko in ideje realistične književnosti v 19. stoletju so vplivale sočasne filozofske, ideološke in kulturne smeri, pa tudi napredek empiričnih znanosti, predvsem biologije, fiziologije, psihologije in sociologije.

Književnost realizma je bila splošen evropski pojav. Najmočnejše in najprej se je razvila v francoski, ruski in angleški književnosti, manj izrazito v nemški, nato pa še v drugih evropskih književnostih.

Ker se je realizem razvil v posameznih književnostih ob različnem času in v neenakih socialnih, političnih in kulturnih razmerah, ni bil popolnoma enotna književna smer. Tako ločimo več vrst evropskega realizma v 19. stoletju. Te so:

- **romantični realizem:** književne osebe so še romantično označene, obvladuje jih huda strast, dogodki so zelo zapleteni; predstavniki so Stendhal, Balzac, Dickens, Gogolj;
- **objektivni realizem:** po letu 1850 se je realistična smer dokončno utrdila, prevladalo je geslo o nepristranskem, objektivnem ali celo popolnoma neprizadetem prikazovanju resničnosti; predstavniki so Thackeray, Gottfried Keller, Turgenjev, Gončarov, Lev Tolstoj in Flaubert.
- **socialni realizem:** dela nekaterih realistov (na primer Dickensova) posegajo v okolje socialno ogroženih malih ljudi, zato te pisce prištevajo k socialnemu ali socialno sentimentalnemu realizmu;
- **poetični realizem:** v nemški književnosti so v svojih prikazih resničnosti realisti prepletali realistične sestavine z idiličnimi, moralno vzgojnimi in socialno optimističnimi prvinami; predstavniki so Theodor Storm, Theodor Fontane, Adalbert Stifter;
- **psihološki realizem:** ta vrsta se najprej pojavi v ruskem, nato v norveškem in švedskem realizmu. Ta smer je namesto orisa objektivne resničnosti in uravnovešenega prikazovanja zunanjega in notranjega življenja začela poudarjati človekovo duševnost, češ da je prav iz nje mogoče spoznati resnico o stvarnosti; predstavniki so Dostojevski, deloma Lev Tolstoj, Ibsen, Strindberg;

- **kritični realizem:** ta smer je splošna oznaka za dela, ki vsebujejo kritiko sodobne meščanske družbe, njenih državnih, političnih, pravnih, moralnih in drugih pojavov; predstavniki so Stendhal, Balzac, Dickens, Turgenjev, Lev Tolstoj, Dostojevski, Ibsen, Strindberg, Čehov;
- **naturalizem:** smer se je pojavila po letu 1870 in se je razvila iz objektivnega realizma. Naturalisti so bili prepričani, da je človek vnaprej določen z dednostjo, okoljem in časom, v katerem živi (književnost naj bi postala znanstveno preučevanje življenja; Emile Zola – teorija o eksperimentalnem romanu; Maupassant, Ibsen, Strindberg; izpostavlja do sedaj prepovedane in tabu motive: življenje in beda najnižjih slojev, življenje rudarjev, prostitutk, seksualnost, zločine, izprijenosti, duševne bolezni ipd.

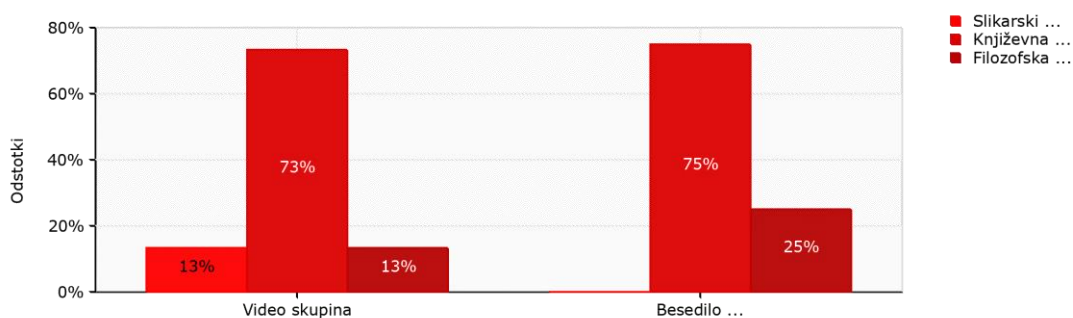
Povzeto po:

1. Cuderman, V., Fatur, S., Koler, S., Korošec, R., Krakar, - Vogel, B., Poznanovič, M., Špacapan, A. (2002). Branja 2: Berilo in učbenik za 2. Letnik gimnazij ter štiriletnih strokovnih šol. DZS.
2. Debeljak, D. (1998). Književnost 2: Priročnik za maturo in zaključni izpit. Srednja elektro in strojna šola Kranj.
3. Kos, J., Virk, T. (2001). Svet književnosti 2. Založba obzorja.

Rezultati anketnega vprašalnika so opisani nad grafi vprašanj, pod njimi so podatki analizirani.

6.1.1 Kaj je realizem?

Graf 1 prikazuje odgovore anketirancev na vprašanje „Kaj je realizem? (kot opisano v mediju)“. Na voljo so bili odgovori književna smer, filozofska teorija in slikarski slog. Pravilen odgovor je bil književna smer, napačna pa sta bila odgovora filozofska teorija in slikarski slog. Pri video skupini je 73 % anketirancev na vprašanje odgovorilo pravilno, štirje anketiranci, kar predstavlja 26 %, pa napačno. 13 % oz. dva anketiranca sta odgovorila filozofska teorija, prav tako sta dva anketiranca ali 13 % označila odgovor slikarski slog. Medtem ko je pri besedilni skupini kar 75 % anketirancev odgovorilo na vprašanje pravilno, književna smer, 25 % anketirancev pa napačno, filozofska teorija.



Graf 1: Kaj je realizem?

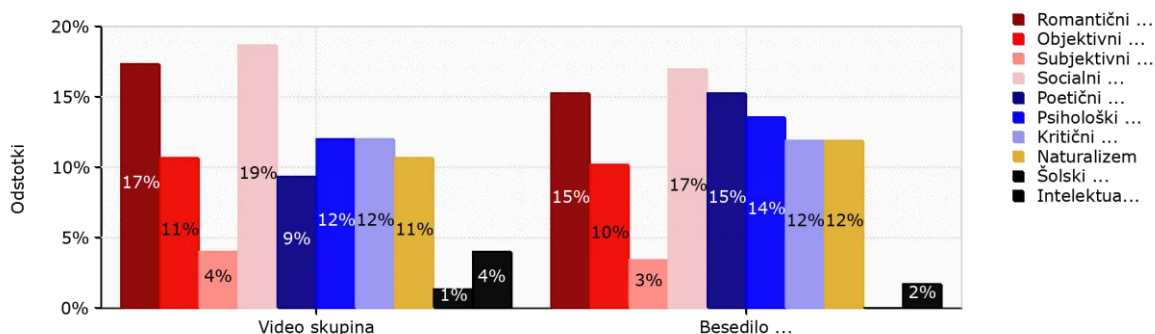
Iz grafa lahko sklepamo, da je pravilno odgovoril večji delež anketirancev iz besedilne skupine. Sta pa rezultata prve in druge skupine primerljiva, tako lahko rečemo, da na pomnjenje podatkov podobno vplivata tako metoda dela z besedilom kot metoda s ponazoritvijo učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev.

6.1.2 Označite smeri evropskega realizma

Drugi graf prikazuje odgovore skupin na vprašanje „Katere smeri realizma so bile omenjene?“ Ponujenih je bilo deset odgovorov. Sedem odgovorov je bilo pravih, in sicer romantični realizem, objektivni realizem, socialni realizem, poetični realizem, psihološki realizem, kritični realizem in naturalizem. Prav tako so bili na voljo naslednji trije napačni odgovori: subjektivni realizem, šolski realizem in intelektualni realizem.

Pri video skupini so anketiranci odgovorili naslednje: 19 % je izbralo odgovor socialni realizem, 17 % romantični realizem, 12 % psihološki in kritični realizem ter 11 %

naturalizem in objektivni realizem. Prav tako se je v 4 -ih odstotkih pojavil odgovor poetični realizem, v 14 % psihološki realizem, v 12 % naturalizem in kritični realizem ter v 10 % objektivni realizem. Napačno so bili izbrani naslednji odgovori: 3 % subjektivni realizem in 2 % intelektualni realizem.



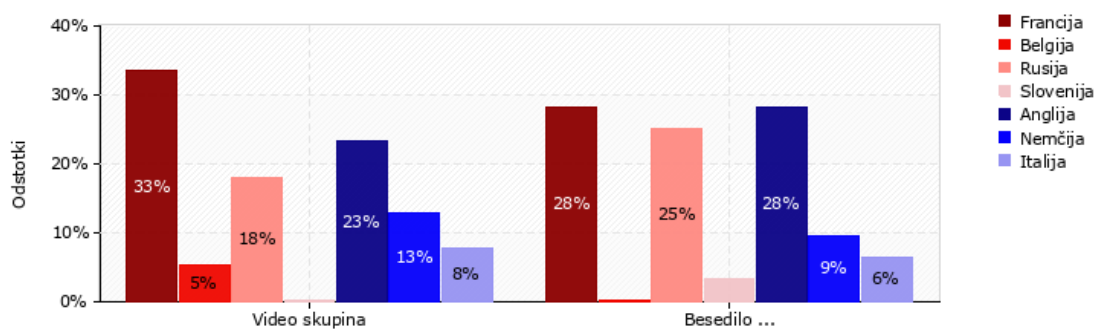
Graf 2: Katere smeri realizma so bile omenjene?

Sklepamo lahko, da so pravilne smeri evropskega realizma izbrali večinoma dijaki iz video skupine, dijaki besedilne skupine pa so imeli manj napačnih odgovorov. Dijaki, ki so snov usvajali po metodi dela z besedilom so takšnega načina usvajanja snovi pogostejše deležni, dijaki video skupine, ki so usvajali snov z metodo prikazovanja pa so s podporo izkazali več pravih odgovorov.

6.1.3 V katerih državah se je realizem najbolj uveljavil?

Na grafu 3 so prikazani odgovori skupin na vprašanje „V katerih državah se je realizem najbolj uveljavil?“. Na voljo je bilo sedem odgovorov, trije pravilni (Francija, Rusija, Anglija) ter štirje napačni (Belgija, Slovenija, Nemčija in Italija) odgovori.

Pri video skupini je 33 % anketirancev pravilno izbralo Francijo, 18 % Rusijo ter 23 % Anglijo. Prav tako pa je 5 % napačno izbralo Belgijo, 13 % Nemčijo in 8 % Italijo. V besedilni skupini je 28 % pravilno izbralo Francijo, 25 % Rusijo in 28 % Anglijo. Napačno pa je v 4-ih % izbralo Slovenijo, 9 % Nemčijo in 6 % Italijo.



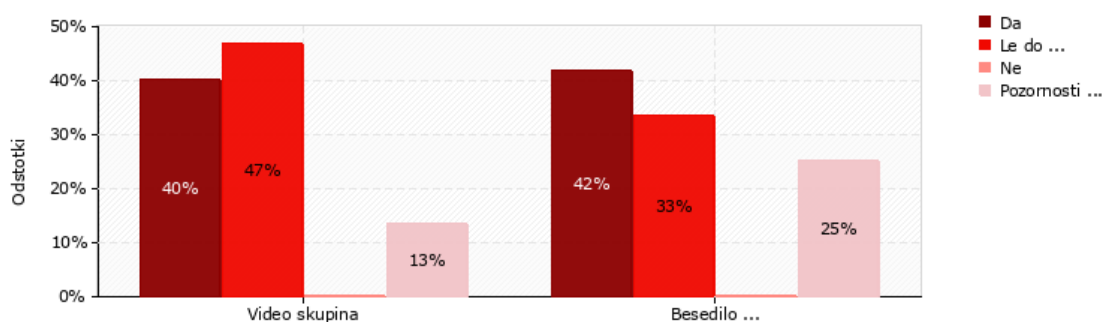
Graf 3: V katerih državah se je realizem najbolj uveljavil?

Iz grafa lahko sklepamo, da je več dijakov video skupine izbralo pravilne odgovore. Prav tako je ta skupina imela manj napačnih odgovorov. Torej je avdiovizualna podpora vsebine učinkoviteje vplivala na usvajanje nove učne vsebine.

6.1.4 Kako ocenjujete svojo pozornost ob koncu obravnave nove učne vsebine?

Graf 4 prikazuje odgovore anketirancev na vprašanje „Kako ocenjujete svojo pozornost ob koncu obravnave nove učne vsebine?“ Svojo oceno v povezavi s časom držanja pozornosti so vnesli z enim izmed štirih odgovorov: da, le do sredine, ne ali pozornosti nisem imel/-a že od začetka.

V video skupini je 47 % dijakov lahko držalo pozornost le do sredine besedila, 40 % do konca prebranega besedila, 13 % dijakov pa pozornosti ni imelo že pred začetkom. V besedilni skupini je 42 % dijakov ocenilo, da so držali pozornost do konca branja vsebine, 33 % pa le do sredine in 25 % pozornosti ni imelo že pred začetkom izvedbe.



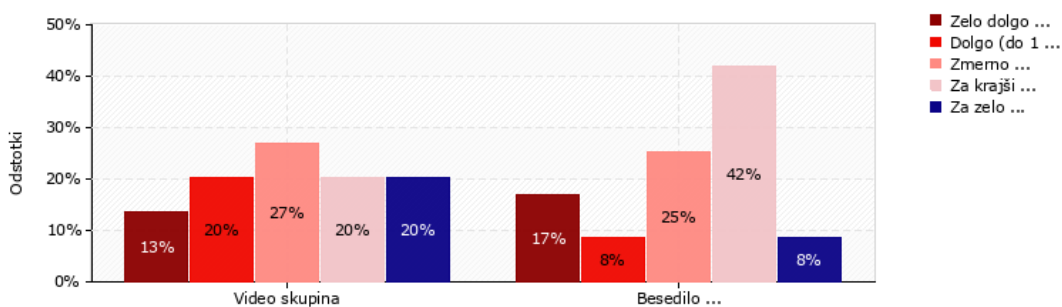
Graf 4: Dolžina pozornosti

Odgovori nam kažejo, da je nekaj dijakov takšnih, ki so bili ob začetku usvajanja učne snovi nemotivirani in posledično nepozorni. Presenetljivo pa nam rezultati kažejo, da so bili dijaki bolj pozorni oz. so dlje časa, do sredine, ohranili pozornost pri metodi dela z besedilom, kar nakazuje, da so dijaki navajani na učenje in na delo z besedilom, torej se lahko osredinijo na zapisano besedilo brez nebesednih spremljevalcev besedila. Udeleženci video skupine so povprečno manj vzdržali pozornost, a jih je do konca posnetka pozornost ohranilo več. To lahko razložimo, da je metoda ob avdiovizualni spodbudi dolgoročno bila učinkovitejša, saj je vzpodbudila in ohranjala dijakovo pozornost.

6.1.5 Ocenite, koliko časa bi lahko ohranili pozornost ob uporabljeni metodi

Na grafu 5 so prikazani odgovori anketirancev na poziv: „Ocenite, koliko časa bi lahko ohranili pozornost ob uporabljeni metodi.” Oceno časa so anketiranci lahko podali v odgovorih zelo dolgo (1 ura +), dolgo (do 1 ure), zmerno dolgo (30 min ali več), za krajši čas (15 min ali manj) in za zelo kratek čas (5 min ali manj).

V besedilni skupini je 42 % dijakov ocenilo, da bi lahko pri metodi dela z besedilom z učnim listom držali pozornost za krajši čas (15 min manj), 25 % za zmerno dolgo (30 min ali več), 17 % za zelo dolgo (več kot 1 uro), ter 8 % za zelo kratek čas (5 min ali manj) ali pa za zelo dolgo (več kot 1 uro). V besedilni skupini je 27 % dijakov ocenilo, da bi lahko pri ogledu posnetka zdržali zmerno dolgo (30 min ali več), 20 % dolgo (do ene ure), za krajši čas (15 min) ali pa za zelo kratek čas (5 min ali manj) ter 13 % zelo dolgo (več kot eno uro).



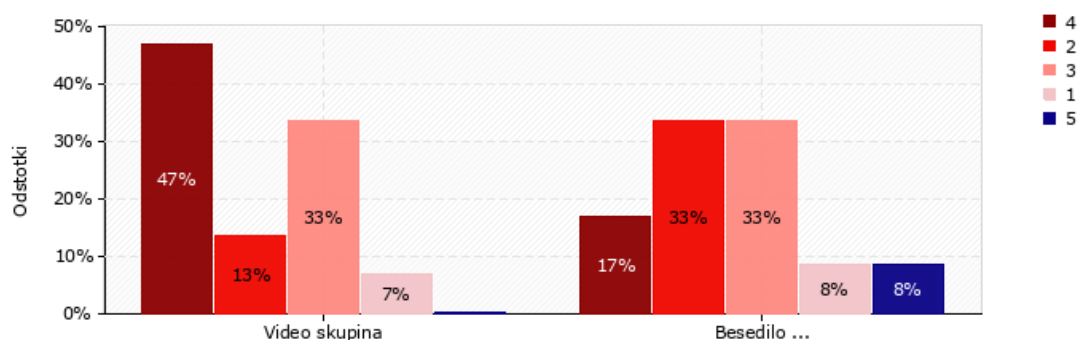
Graf 5: Dolžina pozornosti

Dijaki besedine skupine bi tako lahko v večini ohranili pozornost 15 min ali manj. Pri video skupini pa bi lahko največ udeležencev držalo pozornost 30 min ali več. Iz tega lahko

sklepamo, da bi po lastni oceni dijaki, ki so bili deležni avdiovizualnega vmesnika, v povprečju dlje držali pozornost. S tem lahko razložimo, da bi dijaki pri avdiovizualni spodbudi lahko dalj časa ohranili pozornost.

6.1.6 Z oceno od 1 do 5 opredelite intenzivnost vaše pozornosti med prejemanjem informacij

Šesti graf prikazuje opredelitve intenzivnosti pozornosti anketirancev med prejemanjem informacij. Svojo pozornost so ocenili na lestvici od 1 do 5, kjer je 1 najmanj in 5 največ. V video skupini je 47 % dijakov ocenilo intenzivnost svoje pozornosti z oceno 4, 33 % z oceno 3, 13 % z oceno 2 ter 7 % z oceno 1. V besedilni skupini je 33 % dijakov ocenilo intenzivnost svoje pozornosti z oceno 3 ali pa 2, 17 % z oceno 4 ter 8 % z ocenama 1 ali 5.



Graf 6: Intenzivnost pozornosti

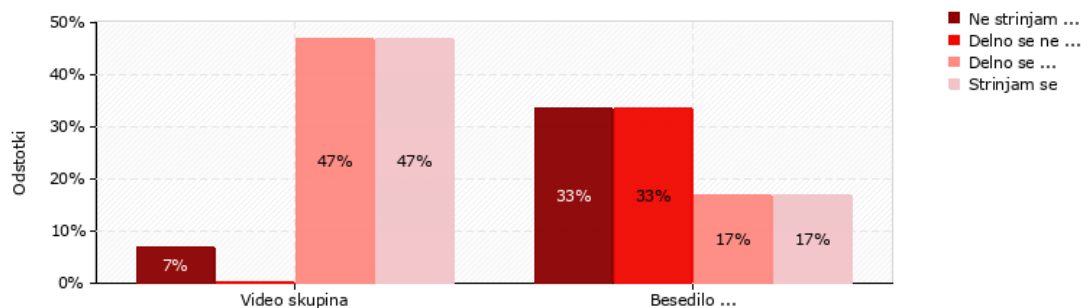
Odgovori kažejo, da večina uporabnikov iz video skupine oceni intenzivnost svoje pozornosti z visoko vrednostjo 4, v besedilni skupini pa v povprečju z manjšo vrednostjo 2 ali 3. Ti podatki dokažejo, da ima avdiovizualni medij zmožnost ustvarjanja bolj intenzivne pozornosti, kakor pa besedilo. S tem lahko podpremo uspešnost metode s strani ustvarjanja intenzivne pozornosti.

6.1.7 Kako se bi opredelili do naslednjih trditev v povezavi z dano metodo učenja?

Spodnji grafi prikazujejo odgovore anketirancev, ki so v tabeli ocenili svojo opredelitev do naslednjih trditev: pristop se mi je zdel zanimiv, s takšnim pristopom bi raje sodeloval/-a in moje mnenje o pristopu je pozitivno. Na voljo so bili odgovori ne strinjam se, delno se ne strinjam, delno se strinjam in strinjam se.

Pristop se mi je zdel zanimiv.

Pri video skupini se 47 % dijakov strinja ali delno strinja, ne strinja pa se 7%. Pri besedilni skupini se 33 % dijakov ne strinja ali se delno ne strinja, 17 % dijakov se strinja in 17% se delno strinja.

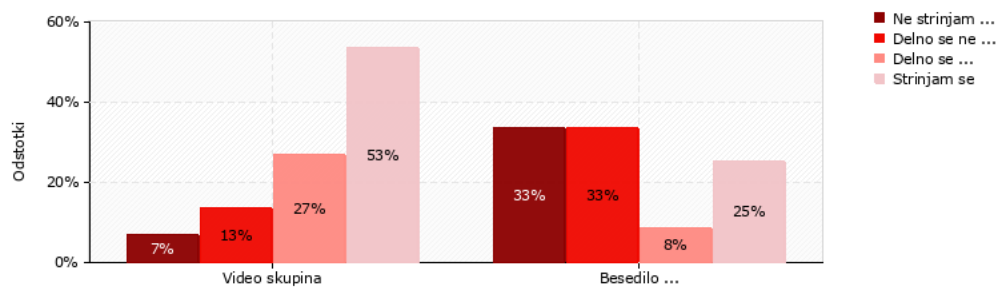


Graf 7: Zanimivost pristopa

Iz grafa 7 lahko razberemo, da se video skupini uporabljena metoda zdi povprečno bolj zanimiva kakor besedilni skupini. V besedilni skupini večini udeležencev način učenja ni bil zanimiv. Ti podatki podpirajo uspešnost metode uporabe avdiovizualnega vmesnika pri izobraževanju.

S takšnim pristopom bi raje sodeloval/-a pri rednem pouku.

V besedilni skupini se 33 % dijakov s trditvijo ne strinja in delno ne strinja, 25 % se s trditvijo strinja, 8 % pa se delno strinja. V video skupini se s trditvijo strinja 53 %, 27% se delno strinja, 13 % se delno ne strinja, 7 % pa se s trditvijo ne strinja.

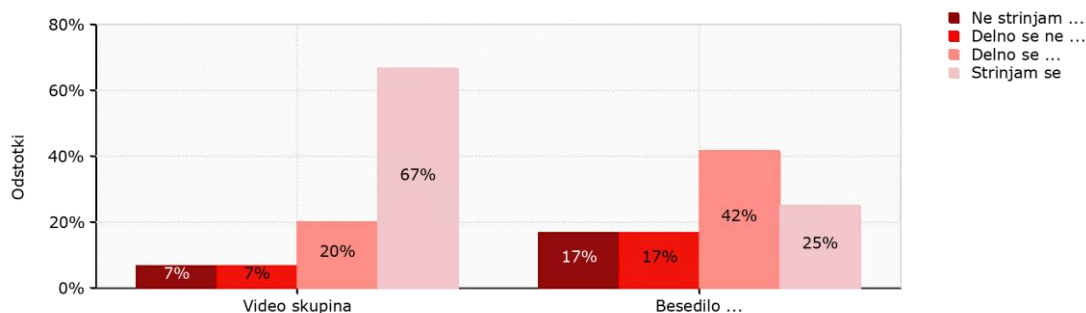


Graf 8: Sodelovanje pri pouku

Iz grafa lahko sklepamo, da se večina udeležencev iz video skupine s trditvijo strinja, iz besedilne pa se večina dijakov s trditvijo ne strinja. Nepričakovan je 25 % delež udeležencev, ki bi raje sodelovali z branjem besedila, vendar ne predstavlja večine. Rezultat pa pričakovano podpira to, da je avdiovizualni vmesnik boljši motivator, saj bi z njim večina udeležencev raje sodelovala pri pouku.

Moje mnenje o tem pristopu je pozitivno.

Iz besedilne skupine dijakov se 42 % udeležencev delno strinja, 25 % se strinja, 17 % pa se ne strinja ali delno ne strinja. Iz video skupine se 67 % dijakov strinja, 20 % se le delno strinja, 7 % pa se ne strinja ali delno ne strinja.



Graf 9: Mnenje o pristopu

Graf nam prikaže, da se večina udeležencev iz video skupine strinja s trditvijo Moje mnenje o tem pristopu je pozitivno, iz besedilne skupine pa se večina delno strinja. S tem lahko ponovno potrdimo všečnost uporabe avdiovizualnega vmesnika med udeleženci, saj se je več kot polovica dijakov na metodo prikazovanja odzvala pozitivno. Presenetljiv je delež dijakov, ki imajo o običajnem vmesniku prav tako pozitivno mnenje, čeprav se s tem ne strinjajo popolnoma.

7 ZAKLJUČNE UGOTOVITVE

Z uporabo metod zbiranja in selekcije podatkov, deskriptivne metode in predvsem metod prikazovanja ter dela z besedilom in metod anketiranja in analize podatkov smo potrdili in/ali ovrgli naslednje predpostavljene hipoteze:

Hipoteza 1: Družabno omrežje Tik-Tok je primerno izobraževalno orodje.

V teoretičnem delu raziskovalne naloge smo izpostavili spletna družabna omrežja kot platformo, ki omogoča njenim uporabnikom, da vzpostavijo in vzdržujejo medsebojne interakcije, nosijo pa tudi drugotne vloge kot so oglaševanje, predstavitev in izobraževanje. Kot slednje smo želeli realizirati preko družabnega omrežja Tik-Tok, ki ga najbolj uporabljajo mladostniki dijaki med 13-im in 19-im letom starosti. Omogoča namreč ogled krajših multimedijskih vsebin preko mobilne aplikacije. Pri empiričnem delu raziskovalne naloge pa smo skušali odkriti, ali je TikTok primerno družabno omrežje v izobraževalnem okolju za usvajanje učnih snovi preko metode prikazovanja s pomočjo avdiovizualnih sredstev. Analiza podatkov je pokazala, da je TikTok boljši pri vzpodbujanju in ohranjanju pozornosti in bolj všečen med dijaki. Pozornost je namreč pomemben element učenja, saj lahko tako posameznik ohranja svojo pozornost pri usvajanju učnih snovi ter zmanjša možnost motenj pri pouku s strani nepozornih dijakov. Prav tako je pomembno mnenje dijakov, saj so s pozitivnim mnenjem do te metode bolj pozorni, sproščeni in imajo do učnih snovi bolj pozitiven pristop, kakor pa z drugimi oblikami in metodami usvajanja učnih snovi pri pouku. Tiktok jih lahko tako motivira k delu, usvajanju in pomnjenju učnih snovi, prav tako pa lahko pozitivno vpliva na vzdušje v izobraževalnem okolju. Analiza podatkov je ob podprtju teoretičnega dela raziskovalne naloge potrdila hipotezo 1, da je družabno omrežje TikTok primerno izobraževalno orodje.

Hipoteza 2: Družabno omrežje TikTok kot izobraževalna metoda prikazovanja učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev vzpodbuja in ohranja pozornost mladostnikov.

Pozornost je ključna za aktivno sodelovanje pri pouku in usvajanju novih učnih vsebin ter učenju dijakov. V teoretičnem delu smo spoznali, da je lahko pozornost izurjena skozi konstantno delo ter določene metode. Prav tako smo spoznali, da se lahko dijaki s

sprejemanjem vsebin preko metode prikazovanja s predvajanjem preko družabnega omrežja TikTok bolj osredinijo na vsebino in so zmožni ignorirati moteče dejavnike iz okolice ter tako bolje usmerjati pozornost. Slednje smo preverjali z vprašanjem anketnega vprašalnika, ali so dijaki lahko ohranjali pozornost do konca predvajanja posnetka ali do konca branja učnega lista. Ugotovili smo, da je video skupina, ki ji je bila nova učna vsebina predstavljena z metodo prikazovanja med ogledom lahko ohranjala pozornost večinoma le do sredine (47 %), čeprav je 40 % dijakov uspelo ohraniti pozornost do konca predvajanja vsebine. V primerjavi z besedilno skupino je delež, ki je lahko ohranjal pozornost do konca manjši za 2 %, do sredine pa večji za 14 %. Moč je sklepati, da je video skupina lahko ohranila v povprečju pozornost dlje kot besedilna skupina, čeprav malo manj pogosto do konca. Drugo vprašanje je bilo vezano na samooceno dolžine časa, v katerem bi lahko dijaki ohranili pozornost. Skupina, ki je učno snov usvajala z metodo prikazovanja preko TikTok-a, je povprečno ocenila, da bi lahko pozornost ohranila dalj časa (30 min ali več), medtem ko je besedilna skupina večinoma ocenila svoj čas kot 15 min ali manj. Iz tega ugotavljamo, da lahko predvajana vsebina preko TikTok-a pozornost po oceni udeležencev ohranja dlje časa kot skupina, ki je snov usvajala s pomočjo učnega lista. Zadnje vprašanje se je navezovalo na intenzivnost pozornosti med prejemanjem informacij. Tukaj je video skupina večinoma ocenila svoj nivo z oceno 4, besedilna skupina pa večinoma z ocenama 2 ali 3. Tako lahko tudi sklepamo, da je med ogledom vsebine preko TikTok-a skupina čutila povprečno višji nivo pozornosti kot besedilna skupina. Udeleženci so torej pri ogledu TikTok-a lahko pozornost ohranjali tako dolgo kot skupina z besedilom, čutili višjo intenzivnost koncentracije in menili, da bi lahko vsebino pozorno spremljali dalj časa. Zaradi teh ugotovitev tudi 2. hipotezo potrjujemo.

Hipoteza 3: Metoda prikazovanja učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev ima večji učinek usvajanja snovi kakor metoda dela z besedilom.

Kratkotrajni spomin se navezuje na pomnjenje in usvajanje informacij v krajšem roku. Pri teoretičnem delu smo ugotovili, da sta kratkotrajni spomin in delovni spomin pomembna pri učenju ter hranjenju informacij v dolgotrajni spomin. Odkrili smo tudi, da se lahko informacije lažje premestijo iz kratkotrajnega v dolgotrajni spomin preko ponavljanja snovi in informacij. TikTok posnetki so kratki, kar pripomore k lažjemu ponavljanju istih informacij. Prav tako so zaradi omejitve časa te informacije zgoščene, kar dodatno pripomore k učinkovitemu učenju. Pri anketiranju smo spomin raziskovali s pomočjo

vprašanj, vezanih na podano učno snov. Pri dijakih video skupine, ki so snov usvajali z metodo prikazovanja, smo ugotovili, da je večina udeležencev na vprašanje odgovorila pravilno, a v manjšem deležu kot besedilna skupina. Prav tako pa so dijaki video skupine večkrat napačno odgovorili, kar nas je nekoliko presenetilo. Sklepamo lahko, da si podatkov iz učnega lista večina dijakov besedilne skupine ni dobro zapomnila, dijaki video skupine pa so si nekatere informacije lahko zadostno zapomnili, a površno. Pri zadnjem vprašanju je video skupina imela manj pravilnih odgovorov, prav tako pa več napak kot besedilna skupina. Tako lahko prav tako sklepamo, da si TikTok skupina ni mogla zapomniti vseh podatkov. Iz rezultatov je razvidno, da metoda usvajanja učnih snovi preko družabnega omrežja TikTok ni imela pozitivnega vpliva na spomin udeležencev. Analiza podatkov je 3. hipotezo ovrgla.

Hipoteza 4: Mladostniki imajo do uporabe Tik Toka pozitivno mnenje

Mnenje o določenem načinu usvajanja učnih snovi vpliva na dijakovo motivacijo in pristop k določeni snovi. Pri teoretičnem delu naloge smo spoznali, da je družabno omrežje TikTok pogosto uporabljeno in popularno pri mladostnikih. Tako lahko sklepamo, da je TikTok všečen mladostnikom in uporabnikom ob deljenju video vsebin, odzivnosti in komentiranju ponuja tudi informativne vsebine. Anketni vprašalnik je udeležencem postavil tri trditve, pri katerih so morali oceniti svoje mnenje o izkušnji uporabljene metode usvajanja učne vsebine. S trditvijo, da se jim je pristop zdel zanimiv, se je strinjala ali delno strinjala večina udeležencev iz video skupine, pri besedilni skupini pa se večina dijakov s trditvijo ni strinjala. S trditvijo, da bi z uporabljeno metodo usvajanja učne vsebine raje sodelovali pri izobraževalnem procesu se je prav tako strinjalo več udeležencev video skupine, kakor besedilne skupine, ki se večinoma s trditvijo ni strinjala. S tretjo trditvijo, da imajo do metode pozitivno mnenje, se je strinjala večina udeležencev video skupine. Pri besedilni skupini dijakov se je večina le delno strinjala s trditvijo. Iz teh podatkov lahko sklepamo, da je skupina, ki si je ogledala učno vsebino preko družabnega omrežja TikTok, imela boljše mnenje o metodi. Večina je trdila, da bi pri uporabi te metode v izobraževalnem procesu v izobraževalnem okolju bolj sodelovala, ima pozitivno mnenje ter meni, da je pristop zanimiv. S tem potrjujemo 4. hipotezo.

8 SKLEP

Družabna omrežja so spletna platforma, ki omogoča uporabnikom, da vzpostavijo in vzdržujejo stike s prijatelji, družino, znanci in drugimi ljudmi po vsem svetu. Imajo različne funkcije, ki omogočajo uporabnikom, da se povežejo z drugimi uporabniki, kot so objavljanje statusov, komentiranje objav drugih uporabnikov, pošiljanje zasebnih sporočil in všečkanje objav, pa tudi za deljenje izobraževalnih vsebin, saj pripomorejo k vzpodbujanju ter ohranjanju pozornosti, motivacije ter pomnjenja. Med najbolj priljubljenimi družabnimi omrežji je TikTok, ki ga v večini uporabljajo mladostniki, stari med 13 in 19 let. Ker v tem času poteka pri mladostnikih sekundarna socializacija, je družabno omrežje TikTok povzročilo vrsto debat med starši, učitelji ter znanstveniki glede njegovega vpliva na najmlajše generacije. Uporabniki in ljubitelji trdijo, da je to spletno družabno omrežje le popularni medij za objavljanje kratkih posnetkov za zabavo. Preko njega lahko uporabnik ustvarja nove vezi po svetu, pridobi nove interese ali celo zasluži kot „influencer“. TikTok je namreč s svojo informativno platjo promoviral mnoge manjše pisatelje, ki so tako pridobili pogodbe s prepoznavnimi založbami. Prav tako lahko določeni ustvarjalci spodbujajo mlade k branju, raziskovanju ter učenju. Na drugi strani pa kritiki TikTok-a trdijo, da kratki videi slabšajo odzivni čas uporabnikov, jih naredijo hiperaktivne ali celo depresivne ob pomankanju visokih doz dopamina, ki jih ponuja Tik Tok. Te trditve trenutno še niso bile potrjene, a med pogovori s sovrstniki ter lastno observacijo mnogi mladostniki sumimo, da bi lahko bila ta aplikacija tudi škodljiva. TikTok je lahko namreč tudi prenašalec lažnih informacij in negativnih mišljenj, zlasti pri zunanjem izgledu najstnikov. Mnogokrat so se na TikTok-u pojavljajo izzivi za mladostnike, ki ga morajo opraviti in pri tem posneti video vsebino. Izkazalo se je, da je bilo mnogo teh izzivov škodljivih za mladostnike ali celo usodnih. Kljub temu pa ugotavljamo, da je zaradi pogostosti uporabe, števila uporabnikov in priljubljenosti TikTok-a med mladimi slednjega možno uporabiti v izobraževalne namene kot metodo prikazovanja s ponazoritvijo učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev.

Vse hipoteze smo vezali na področje uporabe TikTok omrežja kot orodja pri podajanju učnih snovi v izobraževalnem okolju ali kot način popestritve pri ponavljanju in utrjevanju učnih snovi. Hipoteze in ugotovitve raziskovalne naloge se ne navezujejo na samostojno uporabo

TikTok-a za razvedrilne in druge namene pri mladostnikih. Zaradi relativne novosti področja so dosedanje raziskave omrežja TikTok še nepopolne in nezadostne pri potrjevanju ali zanikanju hipotez in mnenj drugih raziskovalcev, ki predpostavljajo idejo, da lahko ta omrežja negativno vplivajo na psihično in socialno stanje mladostnikov. Pričujoča raziskovalna naloga se navezuje le na potencialno uporabo novih spletnih družabnih omrežij za koristno področje, kot je lahko izobrazba, in ne predpostavlja TikTok-a kot koristnega za splošno stanje mladostnikov izven izobraževalnega okolja.

Naš glavni cilj je bil odkriti, ali je TikTok primeren kot izobraževano orodje v izobraževalnem okolju za usvajanje učnih snovi preko metode prikazovanja s pomočjo avdiovizualnih sredstev. To hipotezo smo lahko potrdili, saj je metoda prikazovanja učne vsebine preko družabnega omrežja TikTok pripomogla pri vzpostavljanju in ohranjanju pozornosti in potrditvi, da je TikTok dijakom všečno družabno omrežje. Tako lahko sklepamo, da je TikTok lahko potencialno uporabljen kot izobraževalno orodje. Pri raziskovanju smo za pouk slovenščine izbrali dijake 2. letnika srednjega poklicnega izobraževanja, ki pri pouku slovenščine še niso obravnavali učne snovi evropski realizem. To snov so dijaki usvajali prvič. Ugotovili smo, da bi bila uporaba tovrstne metode še uspešnejša ob podpori metode razlage. Menimo, da je kratka TikTok vsebina, podkrepljena z učiteljevo razlago, odlična metoda za usvajanje učnih snovi, za vzpostavitev in ohranjanje pozornosti ter za dolgotrajnejše pomnjenje. Tako bi bili dijaki bolj motivirani za delo, usvajanje in učenje. Kratke vsebine, ki se ponavljajoče predvajajo, uporabnikom omogočajo hitrejša pomnjenja. V pričujoči nalogi smo se tako osredinili tudi na vzpostavitev in ohranjanje pozornosti mladostnikov. Ta je pogosto ena od kritiziranih plati uporabe omrežja, saj mnogi čutijo po daljši uporabi skrajšano pozornost. V izobraževalnem okolju je danes po opazovanju učiteljev vedno več nemirnih dijakov, ki niso pozorni, TikTok pa bil oblikovan z namenom privlačenja pozornosti. Na podlagi slednjega je bila podana hipoteza, da družabno omrežje TikTok kot izobraževalna metoda prikazovanja učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev vzpodbuja in ohranja pozornost mladostnikov. Hipoteza je bila potrjena, saj je večina udeležencev, ki je snov usvajala z metodo prikazovanja čutila ob gledanju in poslušanju višjo intenzivnost ter čas pozornosti, prav tako pa so anketirani dijaki menili, da bi jo lahko ohranili še dlje. Pri nadaljnjih raziskavah bi bilo potrebno dodatno eksperimentirati z različnimi šumi, daljšimi in krajšimi posnetki ter morda testiranje v daljšem časovnem roku. Zanimivo bi bilo tudi pridobiti opažanja s strani učiteljev.

Naša naslednja hipoteza, metoda prikazovanja učnih vsebin s pomočjo avdiovizualnih sredstev ima večji učinek usvajanja snovi kakor metoda dela z besedilom je bila z analizo ovržena, saj smo ugotovili, da uporaba metode prikazovanja s pomočjo avdiovizualnih sredstev ni imela pozitivnega vpliva na spomin udeležencev. Menili smo, da bi lahko TikTok pripomogel pri pomnjenju informacij. Kratek format dopušča le ključne informacije, ki pa bi se lahko tako lažje zapomnile. Prav tako je možno posnetek predvajati večkrat kot vrsto treninga za spomin. Pri analizi anket pa smo odkrili, da so si dijaki iz video skupine povprečno zapomnili manj podatkov kot dijaki besedilne skupine. Hipotezo smo ovrgli, a menimo, da bi lahko poskus ponovno testirali v boljših pogojih. Pri pogovoru z anketiranimi dijaki o mnenju usvajanja učnih snovi z različnima metodama, ki je potekal neformalno izven ankete, so mnogi izrazili željo po bolj strnjenih informacijah, bolj dinamičnem TikTok posnetku ter podnapisih zaradi slabe kvalitete predvajanega zvoka. Prav tako bi v retrospektivi bilo bolje opraviti poskus na skupini, ki temo že pozna. To sklepamo, saj so mnogi težko sledili že osnovnemu sporočilu zaradi novih informacij. Možno je, da bi informacije o poznani temi bile lažje povezane v dolgotrajni spomin. Prav tako je dejavnik lahko možnost ponovnega ogleda oz. prednost bralcev, ki so lahko nerazumljive informacije ponovno preleteli, gledalci pa tega niso mogli. Za bodoče raziskave bi prav tako bilo zanimivo videti bolj praktične informacije oz. navodila za aktivnosti v tem formatu.

Zadnja hipoteza, mladostniki imajo do uporabe Tik Toka pozitivno mnenje, se je nanašala na všečnost TikTok pristopa k učenju. To smo sklepali zaradi njegove popularnosti med mladostniki ter pomanjkanju povezav med šolo in prostim časom. Menili smo, da bi lahko TikTok približal učno snov dijakom, saj jim je format družabnega omrežja poznan. Prav tako je lahko uporaba tovrstne metode dobro popestrilo in motivator v izobraževalnem okolju. Dijaki besedilne skupine so po anketi podali mnenje, da so bili za delo nemotivirani, nepozorni in niso v njem videli smisla. Prav tako bi si želeli, da je na učnem listu več nebesednih prvin npr. miselni vzorec, fotografije ipd. Po analizi podatkov smo dokazali, da je TikTok podpirala večina udeležencev, ki so trdili, da bi z metodo prikazovanja tudi raje sodelovali pri procesu izobraževanja. Zanimivo bi bilo dodatno raziskati, ali bi skupini drugače izbirali, če bi lahko zamenjali vlogi in primerjali izkušnje. Prav tako bi bolj zahteven preizkus lahko spremljal mnenje skozi čas ali pa v primerjavi s še več podobnimi mediji npr. YouTube ali VR predstavitev. Pomembno je tudi omeniti to, da se nekateri dijaki ne strinjajo

z mešanjem šole in prostega časa. Pri „trendovskih“ pojavih, kot je TikTok, je težko prilagajati ustaljene sisteme, kot je izobraževalni sistem. Zaradi tega je lahko sprememba tudi prepozna, kar povzroči nasprotni učinek, kjer dijaki negativno gledajo na „zastarele“ medije.

Dodatni vidik, ki ni vključen v raziskovalno nalogo, je mnenje učiteljev. Ti so lahko pogosto odklonilni do sprememb, a jih vedno več uporablja multimedije pri podajanju učnih vsebin v izobraževalnem procesu. Poskus ali anketa učiteljev o njihovem mišljenju o uporabi družabnih omrežij v procesu izobraževanja bi lahko nadgradila naša razmišljanja in raziskave. Ob premišljanju o prihodnosti in uporabnosti pričujočih hipotez smo pogosto morali pomisliti na to, da je lahko ovira za tovrstni poskus zavračanje ideje s strani učiteljev.

Predstavljene hipoteze bi lahko bile osnova za krajše delavnice ali seminar o uporabi novodobnih medijev pri procesu izobraževanja, saj bi lahko nekatere funkcije pripomogle k spodbujanju dijakov k učenju. Zanimiva bi bila tudi raziskava uporabe TikTok-a kot informacijski vir izven izobraževalnega okolja. S tem bi se lahko raziskale pogoste teme, ki zanimajo mladostnike, osveščanje o lažnih novicah in motiviranje dijakov k bolj produktivnemu preživljanju prostega časa. Ob zaključku naloge ugotavljamo, da lahko ima TikTok mnoge prednosti pri njegovi uporabi v izobraževalnem okolju od motiviranja do ohranjanja in višanja pozornosti, vendar ne pri samem pomnjenju informacij. Bolj podrobna raziskava bi lahko natančno opredelila, katere dele možganov TikTok aktivira, katerih pa ne. Menimo, da ima TikTok kot izobraževalno orodje veliko prednosti v izobraževalnem okolju, saj bi ga lahko uporabili za ustvarjanje kratkih videoposnetkov, ki pojasnjujejo določene koncepte ali težave. Učitelji ga lahko uporabijo, da spodbudijo učence k sodelovanju v izobraževalnih dejavnostih in projektih. Ker TikTok omogoča sodelovanje med uporabniki, bi lahko izobraževalci sodelovali med seboj in ustvarili skupne projekte. V izobraževalnem okolju bi lahko TikTok uporabili tudi za promocijo svojih programov in vsebin. S kreativnimi videoposnetki in trendi bi lahko izobraževalne institucije pritegnile pozornost učencev in jih spodbudile k razmišljanju o svojih izobraževalnih ciljih. Posnetke lahko kreirajo tudi učenci, ki razlagajo in interpretirajo npr. literarne izseke, kakor smo kot metodo prikazovanja uporabili v raziskovalni nalogi. TikTok lahko uporabimo tudi za spodbujanje

kreativnega pisanja. Učitelj lahko učence spodbudi k ustvarjanju kratkih zgodb ali pesmi ter jih nato spodbudi, da svoja dela delijo na platformi. Zaključujemo, da je možnosti za uporabo TikToka kot izobraževalnega orodja veliko.

VIRI IN LITERATURA

1. Bajt M. (2021). *Vpliv različnih tehnik na zmanjšanje preživljanja časa na družabnih omrežjih* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://repozitorij.uni-lj.si/Dokument.php?id=144509&lang=slv>.
2. Bohnec G. (2022). *Ocenjevanje sposobnosti vzdrževanja pozornosti s kognitivnim orodjem neurobeans* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: http://pefprints.pef.uni-lj.si/7123/1/Gregor-Bohnec_magistrsko-delo.pdf.
3. Bucknell Bossen, C., Kottasz, R. (2020). *Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/YC-07-2020-1186/full/html?fbclid=IwAR1uKkEQdGVljWXncK9W3lCEySeF7WP1Nywe7SIYAKwqBJSukOBXJUNIVTQ>.
4. Carlos J., Serrano, M, Papakyriakopoulos, O. in Hegelich, S. (2020). *Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3394231.3397916>.
5. Dean B. (2022). *TikTok User Statistics* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://backlinko.com/TikTok-users>.
6. Erman A. (2011). *Raba spletnih mest za socialna omrežja in zadovoljstvo z njimi* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://repozitorij.uni-lj.si/IzpisGradiva.php?id=20570&lang=slv>.
7. Fahruni E., Wiryosutomo, H. W., in Roesminingsih, M. V. (2022). *Differences in the Level of TikTok Addiction Between Males and Females Student in Secondary Education in Menganti Sub-District Gresik District* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jish/article/view/22574>.
8. FRAN (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://fran.si/iskanje?FilteredDictionaryIds=130&View=1&Query=%2A>.
9. Guy-Evans O. (2022). *Social Impact Theory* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://www.simplypsychology.org/social-impact-theory.html>.

10. Hautea S., Parks P. In Zeng J. (2021). *Showing They Care (Or Don't): Affective Publics and Ambivalent Climate Activism on TikTok* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20563051211012344>.
11. 17. Jerasa S. In Boffone T. (2021). *BookTok 101: TikTok, Digital Literacies, and Out-of-School Reading Practices* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://ila.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jaal.1199>.
12. Khlaif Z. In Salha S. (2021). *Using TikTok in Education: A Form of Micro-learning or Nano-learning?* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: https://ijvlms.sums.ac.ir/article_47678_c8873a984de4d9c3596440743c0abcdb.pdf._
13. Lovett J., Munawar K., Mohammed S. In Prabhu V. (2021). *Radiology Content on TikTok : Current Use of a Novel Video-Based Social Media Platform and Opportunities for Radiology* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363018820301985>.
14. Li Y., Guan M., Hammond P in Berrey L. (2021). *Communicating COVID-19 information on TikTok : a content analysis of TikTok videos from official accounts featured in the COVID-19 information hub* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://academic.oup.com/her/article/36/3/261/6154696>.
15. Lopez-Garrido G. (2021). *Self-Determination Theory and Motivation* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://www.simplypsychology.org/self-determination-theory.html>.
16. Montag C., Yang H. In Elhai J. D. (2021). *On the Psychology of TikTok Use: A First Glimps From Empirical Findings* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2021.641673/full>. e
17. Olvera C. (2021). *TikTok Tics: A Pandemic Within a Pandemic* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://movementdisorders.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/mdc3.13316>.

18. Su Y., Baker B., Doyle J. In Yan M. (2020). *Fan Engagement in 15 Seconds: Athletes' Relationship Marketing During a Pandemic via TikTok* (online). (Citirano 18. 10. 2022). <https://journals.humankinetics.com/view/journals/ijsc/13/3/article-p436.xml>.
19. Dr. Šimnic F. (2018). *Pozornost in koncentracija* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://www.osss.si/pozornost-in-koncentracija/>.
20. Weimann G. Masri N. (2020). *Research Note: Spreading Hate on TikTok* (online). (Citirano 18. 10. 2022). Dostopno na naslovu: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1057610X.2020.1780027>.

8.1 VIRI SLIK

Slika 3: Spletna družabna omrežja: <https://www.cnbc.com/2023/01/01/more-social-media-regulation-is-coming-in-2023-members-of-congress-say.html> (Datum dostopa: 7. 3. 2023).

Slika 4: Tik Tok: <https://www.theverge.com/2023/3/7/23629469/restrict-act-bytedance-TikTok-ban-bipartisan-bill-warner> (Datum dostopa: 7. 3. 2023).