

JAK ŻYĆ WEDŁUG **TIKTOKA?**

RAPORT KOŃCOWY

Czym jest TikTok?

TikTok to aplikacja mobilna, która szybko podbiła rynek portali społecznościowych na całym świecie. Stworzona w 2016 przez chińskie przedsiębiorstwo, aplikacja do teraz jest topową platformą wśród smartfonowiczów. Jej ważnym aspektem jest wyróżniający się format. Użytkownik TikToka może oglądać i nagrywać TikToki, czyli krótkie materiały wideo, których temat może być całkowicie dowolny.

Często nawiązują one do trendów - najczęściej jest to piosenka, do której jest dopasowany układ taneczny lub konkretny dźwięk, do którego użytkownicy nagrywają swoje filmy. TikToki nagrane zgodnie z trendami częściej się wybijają, co nazywa się określeniem „viral” (going viral - stawać się popularnym w sieci). Możliwość dodania tekstu, filtrów czy nakładek także skutecznie urozmaica nagranie. Aplikacja pozwala na oznaczanie użytkowników, dodawanie komentarzy, udostępnianie i pobieranie filmów na telefon.

Skąd wziął się TikTok?

Korzenie TikToka to aplikacja musical.ly. Nawet wpisując teraz w witrynę „musical.ly” strona przenosi użytkownika na TikToka. Dlaczego? Musical.ly rozpoczęło formę, w której ramach po dziś dzień funkcjonuje TikTok. Powstała w 2014 aplikacja dawała możliwość nagrywania maksymalnie 15 sekundowych filmików, na których użytkownicy tańczyli lub synchronizowali usta (lip-syncing) do słów piosenek, które wybijały się w określonym czasie na aplikacji. Popularne były także filmiki typu DIY (do it yourself - zrób to sam) lub używanie w nagraniach filtrów typu slow motion (zwolnione tempo) z podkładem muzycznym.

Założycielem obu aplikacji jest ta sama chińska firma technologiczna - ByteDance. Stąd też połączenie dwóch aplikacji. Musical.ly stopniowo zniknęło z rynku. Szybko przeszło do historii za sprawą nowej, ulepszonej jej wersji, bo tak można nazwać początkowego TikToka. Użytkownicy Musical.ly nie musieli zakładać nowych kont - ich poprzednie szybko zamieniały się w nowe pozostawiając obserwujących, nazwę użytkownika i większość danych. Jedynie szata graficzna i zmuszenie do pobrania nowej aplikacji oraz kilka nowych funkcji dawały znak, że to nie to samo co wcześniej. TikTok szybko stał się hitem, a jego użytkownicy stałymi bywalcami platformy.

Kim są użytkownicy TikToka?

Według regulaminu TikToka serwis przeznaczony jest dla osób powyżej trzynastego roku życia. Co więcej, niektóre z funkcji nie są dostępne dla użytkowników poniżej określonego wieku. Użytkownikami stosunkowo nowej aplikacji są głównie młodzież i młodzi dorośli. Oczywiście dalej korzystają z niej starsi, lecz środowisko TikToka to stosunkowo młode pokolenie. Mając prawie miliard aktywnych użytkowników dziennie, są oni dość zróżnicowani, lecz większość z nich, a dokładnie 60%, to osoby w wieku od 16 do 24 lat.

Aplikacja jest dostępna w ponad 150 krajach, przetłumaczona na 75 języków i do tej pory doczekała się aż 3,5 miliarda pobrań, a liczby te nadal rosną. Mimo powstawania coraz to nowszych portali, TikTok wciąż jest w czołówce i nie daje się wyprzedzić konkurencji, a swoich użytkowników zaskakuje coraz to nowymi możliwościami i udogodnieniami przy każdej aktualizacji systemowej.

Błyskawicznie nowa odsłona aplikacji dała o sobie znać poprzez używanie jej przez coraz większą ilość osób z różnych stron świata. Użytkownikami TikToka nie są tylko osoby chcące użyć chwili rozrywki, lecz także politycy, działacze społeczni, celebryci, muzycy czy youtuberzy. Nowatorstwo aplikacji polegało na szybkim zdobyciu popularności. Wcześniejsze aplikacje nie pozwalały na zostanie rozpoznawalnym. Aplikacja dosyć szybko zamieniła się w wylęgarnię nowych celebrytów - tak zwanych TikTokerów. Dokładny algorytm TikToka jest nieznany, ale promuje on treści, które najlepiej angażują widzów. Dzięki temu można dotrzeć nawet do milionów odbiorców, mając jednocześnie jedynie kilku obserwujących.

TikTok szybko okazał się także świetnym narzędziem marketingowym - łatwo się za jego pomocą wyróżnić, a zasięgi są dużo większe niż na innych portalach społecznościowych, a co za tym idzie efektywność reklamy jest widocznie większa. Co bardziej rozwinięty PR firmy to większa możliwość spotkania jej reklamy na TikToku - szczególnie, gdy tematyka zgodna jest z zainteresowaniami użytkownika. Od razu po otwarciu aplikacji, wyświetla się strona „Dla ciebie”, czyli najczęściej TikToki znajomych bądź ludzi obserwowanych, popularne teraz lub losowe nagrania. Zwykle zgodne z poprzednimi wyszukiwaniami lub często oglądanymi tagami - znacznikami, za pomocą których użytkownicy są w stanie, dużo szybciej znaleźć interesującą ich tematykę.

Tagiem może być coś związanego z filmem np. sport czy gotowanie, bądź też być umownym hasłem, które jest podpisane przez ludzi w celu protestu, akcji charytatywnej lub określonego ruchu, działalności. TikTok, mimo określonej formy, daje użytkownikowi możliwość dowolnej interpretacji i wykorzystania jego funkcji w dowolny sposób, który nie łamie regulaminu korzystania. Nagrania promujące treści niezgodne z regulaminem np. rasizm czy wulgarność są szybko ściągane z platformy, a konta ich autorów zgłaszane i blokowane.

W związku z zainteresowaniem i sławą jaką zebrał wokół siebie, TikTok jest mocą sprawczą aktualnej mody i definicją tego co popularne. Łatwo za jego pomocą wywrzeć wpływ na odbiorcę pod różnymi względami. Użytkownicy pokazują idealne sylwetki ciała, piękne życie pełne podróży i drogich rzeczy czy drobnych „igiełek” wzbudzających przykrość u oglądających. Tego typu nagrania wzbudzają, najczęściej u młodych osób, wyrzuty sumienia i chęć zmiany, które nie są konieczne potrzebne. Po prostu w aplikacji dużo rzeczy jest wyidealizowanych, a użytkownicy zakrzywiają prawdziwość rzeczywistości, w której żyją, pomijając istniejące problemy. Dlatego warto na treści w aplikacji, szczególnie te bez znaczącego przekazu, patrzeć z dystansem.

Dlaczego te badania?

Jako studenci pierwszego roku na wydziale politologii i dziennikarstwa, postanowiliśmy przeprowadzić badania na temat wpływu aplikacji Tik-Tok na jego odbiorców. Grupa badawcza jaką obraliśmy za cel, to uczniowie uczęszczający do szkół średnich. Początkowo naszą motywacją do przeprowadzenia tego typu działania, było zaliczenie semestru z przedmiotu wiedza o kulturze. Z biegiem czasu, po rozpoczęciu prac nad projektem, temat sam zaczął nas intrygować i z zaciekawieniem przystąpiliśmy do pracy.

Na początku nie mogliśmy dojść do porozumienia, do czegoś co wszystkim by odpowiadało. Finalnie po pojawieniu się jednej myśli, zgodnie stwierdziliśmy, że to jest właśnie to. Obecnie Tik-Tok jest najpopularniejszą aplikacją wśród polskiej młodzieży. W skali światowej bije niesamowite rekordy, a na samym Sklepie Play ma ponad miliard pobrań.

Jak podaje storna TheSocialShepherd.com, Tik-Tok na świecie został pobrany ponad 3.5 miliarda razy. Klasyfikuje to tę aplikację na 5 miejscu w rankingu pobrań na świecie. Istotne jest to, że nie należy do grupy Meta. Influencerzy zamieszczający treści niejednokrotnie zyskują zawrotne liczby. Sam ranking top 10 otwiera się od 64 milionów obserwujących, a zamyka go niebagatelna liczba 162 milionów.

Według szacunków z września 2022 roku Tik-Tok ma ponad miliard aktywnych użytkowników na całym świecie. W samej Polsce jest to zaledwie lub aż 13 milionów. Ze względu na te dane można mówić o zjawisku globalnym, którego oddziaływanie na pojedyncze jednostki nie pozostaje bez echa. Z tą świadomością uznaliśmy za wartościowe postawić konkretne pytania, mające na celu ukazanie faktycznego obrazu w przestrzeni lokalnej, wśród osób ankietowanych.

Z przekonaniem możemy powiedzieć, że ta aplikacja ma wpływ na użytkownika. Stawiając konkretne pytania, udało się nam otrzymać ciekawe wyniki.

Analiza poprzednich badań

Nasze badanie poruszało m. in. takie kwestie, jak: wpływ TikToka na chęć zmiany swojego ciała, sylwetki, ubioru czy odżywiania. Na polskich stronach internetowych pojawia się bardzo niewiele badań o podobnej tematyce. Poniżej przeanalizuję wyniki badania naukowców z University of Vermont zawartego w artykule, z dnia 2 listopada 2022 roku. Było to pierwsze badanie treści na TikToku, związanych z odżywianiem i wizerunkiem własnego ciała, na tak dużą skalę.

Z powyższego badania wynika, że w tej tematyce wyznacznikiem zdrowia i dobrego samopoczucia jest niska waga. „Bycie szczupłym to cel nadrzędny”. Na TikToku promowane są diety, z których większość nie jest dobra dla zdrowia. Naukowcy twierdzą, że tego typu treści, udostępniane na tej platformie, utrwalają kulturę toksycznego odżywiania wśród nastolatków i młodych dorosłych. Badanie pokazało również, że TikTok przyczynia się do kreowania nierealistycznego obrazu własnego ciała. Opublikowane badanie wykazało, że na TikToku dominuje przesłanie, że to waga jest najważniejszą miarą zdrowia człowieka.

Najpopularniejsze filmy to te wychwalające utratę wagi, pozycjonujące niejedzenie jako środek do osiągnięcia szczupłej sylwetki. Naukowcy podkreślili, że korzystanie z platformy wiąże się z zaburzeniami odżywiania i negatywnym podejściem do własnego ciała.

Porównując powyższe badanie, do badania wykonanego przez nas chęć zmiany ciała, pod wpływem TikToka rośnie wprost proporcjonalnie do czasu korzystania z platformy. Wyniki ankiety pokazują także, że chęć zmiany swojej sylwetki dotyczy w większej mierze kobiet, niż mężczyzn. Wyniki badania z University of Vermont po części pokrywają się z naszymi, jednak występują istotne różnice. Wiele osób rozwinęło odpowiedź, w kwestii tego, że TikTok pomógł im w dbaniu o siebie, o swoje zdrowie. Chęć zmiany sylwetki łączy się w dużej części ze sportem, uczęszczaniem na siłownię. Część ankietowanych rozwija swoją odpowiedź, że treści na TikToku przyczyniły się do powstania zaburzeń odżywiania, co potwierdza powyższe badania.

#weightloss	67B views
#health	51.3B views
#bodypositivity	31.7B views
#healthymeal	284.2B views
#diet	23.6B views

Kolejne badania dotyczące relacji między TikTokiem a zaburzeniami odżywiania przeprowadziło internetowe, czasopismo naukowe „Plos One”. Wynika z nich, że większość treści związanych z odżywianiem na TikToku jest szkodliwa dla młodych odbiorców. Utrwalają one bowiem przekonanie, że najważniejsza jest szczupła sylwetka oraz waga jest najważniejszą miarą człowieka. Treści te przekazują też informacje, że „prawidłową” wagę można osiągnąć tylko ją poprzez stosowanie restrykcyjnych diet. Potwierdzono też tezę, że długie przesiadywanie na TikToku wiąże się z zaburzeniami odżywiania i negatywnym obrazem ciała. Natomiast zespół dietetyków z UVM twierdzi, że ważniejsze są nie-wagowe wskaźniki zdrowia, czyli na przykład dobre samopoczucie. Na tym skupia się TikTokowy trend „self-care”. Co prawda on również może promować wyidealizowane i nierealne do osiągnięcia autorytety. Skupia się on jednak na rozwoju, co jest cechą pozytywną.

Wnioski powyższego badania dość mocno pokrywają się z wynikami naszej ankiety. Ponownie potwierdzone zostało, że im więcej czasu spędza się na TikToku, tym większe są szanse na postrzeganie swego ciała jako „nieadekwatne”. Badanie natomiast potwierdza fakt, że część osób dzięki TikTokowi zaczęła bardziej dbać o siebie i o swoje samopoczucie. Taką też odpowiedź na jedno z pytań podała część ankietowanych.

„TikTok jako narzędzie wpływu i agitacji politycznej młodych obywateli”

Ciekawym wnioskiem, który wyłonił się w trakcie naszych badań jest stwierdzenie, że TikTok tworzy przestrzeń dla spraw polityki. Jednak czy to wystarczy, żeby przyjąć za swoje stwierdzenie

padające w tytule artykułu o tożsamej tematyce poszczególnych jego elementów, iż Tik Tok to „narzędzie wpływu i agitacji politycznej młodych obywateli.”?

Autorka artykułu Maria Piątek snuje tezę, że algorytm aplikacji sprzyja radykalizacji poglądów politycznych, szczególnie ma tutaj na myśli młode osoby, które dopiero kształtują swój światopogląd. I dalej... „W przypadku politycznego kontentu, algorytm wzmacnia zjawisko tzw. bańki informacyjnej (...).”, a stąd droga już tylko do polaryzacji społeczeństwa... Wówczas, kiedy spojrzemy na odpowiedzi naszych respondentów okazuje się, że tego typu treści nie cieszą się tak dużym zainteresowaniem, na jakie wskazuje autorka artykułu. Za wyjątkiem grupy osób nie identyfikujących się z żadną z płci.

Na taką rozbieżność pomiędzy wynikami naszych badań, a tezami artykułu może mieć wpływ chociażby to, że omawiany artykuł został opublikowany niespełna dwa lata przed rozpoczęciem naszej pracy, bo 21.01.2021 roku. Bardzo prawdopodobnym w kontekście samego artykułu zdaje się być fakt, że użytkownicy tej platformy nie są w pełni świadomi oddziaływania jakie ma na nich omawiany w artykule algorytm aplikacji... Bowiem zdaniem M. Piątek, gdy już się „wpadnie w TikTokowe sidła” jednego spojrzenia na świat nie jest możliwe, aby pogląd ten skonfrontować z czymś innym. Wówczas, gdy nasze badania zdają się zaznaczać pewien wzrost świadomości w użytkowaniu aplikacji, a co się z tym wiąże, stosunkiem do świata polityki. Chociażby dzięki analizie odpowiedzi respondentów na pozornie niepowiązane z tematem sceny politycznej pytanie dotyczącego zmiany poglądów, co do krytycznego spojrzenia na świat. Blisko połowa ankietowanych zadeklarowała, że TikTok miał wpływ na tę sferę w ich życiu.

Zestawiając jednak dla podsumowania rezultat naszych badań z tezami postawionymi w artykule autorstwa Pani Marii Piątek wyraźnie widać, że użytkownicy tej platformy niejako wstępnie oswoili ją, stopniowo uczą się podchodzić do treści przedstawianych na TikToku dużo bardziej krytycznie, co znajduje odbicie w udzielonych odpowiedziach naszych ankietowanych.

Jakie pytania postawiliśmy?

Tworząc pytania do ankiety sugerowaliśmy się tym, jak treści na platformie TikTok będą wpływały na młodych ludzi uczęszczających do szkół średnich. Ich zadaniem było przeanalizowanie, w jaki sposób aplikacja „podporządkowuje sobie” użytkowników na podstawie spersonalizowanych algorytmów. Głównym celem było ustalenie jak zmienia nastawienie do świata wśród uczniów.

Potwierdzam, że jestem uczniem szkoły średniej i korzystam z TikToka:

To zdanie miało na celu ograniczenie grupy testowej do uczniów szkoły średniej oraz użytkowników TikToka. Zdecydowaliśmy się na wydzielenie konkretnej grupy wiekowej podczas badania, aby uzyskać pożądane przez nas efekty, bowiem uważamy, że to właśnie osoby w tym wieku są najbardziej podatne na social media, a przyswajane przez nich informacje kształtują ich podejście do życia.

Jakiej płci jesteś?

Należy wyodrębnić tę informację, ponieważ w zależności od płci różne treści mogą być inaczej przyswajane. Wstępnie zakładaliśmy, że materiały na temat pielęgnacji oraz stylu będą częściej występowały wśród kobiet, natomiast u mężczyzn spotkamy się z filmami poświęconymi na przykład treningom fizycznym.

Gdzie mieszkasz?

Postawione pytanie miało na celu sprawdzenie czy miejsce zamieszkania ma znaczący wpływ na udzielane odpowiedzi.

Czy kiedykolwiek treści publikowane na TikToku wpłynęły na chęć zmiany twojego ciała?

Panuje powszechne założenie, że treści publikowane w social mediach mają negatywny wpływ na zdrowie fizyczne i emocjonalne głównie młodych osób. Pytanie zostało zadane, aby potwierdzić lub obalić tę tezę. W mediach społecznościowych występuje „kult sylwetki”, polegający na prezentowaniu użytkownikom konkretnych modeli ciał wpisujących się w obecne trendy. Chcieliśmy sprawdzić czy na TikToku panuje taka sama sytuacja.

Rozwiń odpowiedź z poprzedniego pytania

Mieliśmy zamiar poznać bliżej każdy przypadek takiej osoby, by przeanalizować go na własny sposób, ponieważ „ile ludzi tyle historii”. Poza tym chcieliśmy również zobaczyć jakie są proporcje sytuacji negatywnych do pozytywnych i na tej podstawie wyłonić główne sposoby i formy perswazji TikToka przeprowadzanej na odbiorcach na odbiorców. Grupując uzyskane odpowiedzi chcieliśmy dotrzeć do naszej tezy i do tego, czy należy ją obalić czy zatwierdzić.

Czy TikTok zmienił sposób Twojego odżywiania?

Dzięki temu konkretnemu pytaniu zależało nam, aby dowiedzieć się więcej na temat tego, jak bardzo aplikacja może zmienić nawyki żywieniowe lub dietę człowieka. Chcieliśmy mieć szerszy pogląd na to, czy właśnie to zmienianie odżywiania idzie w tę dobrą, pozytywną stronę związaną z przykładowo ciekawymi, zdrowymi przepisami czy bardziej w tę negatywną, jak zniechęcanie do różnego rodzaju jedzenia, odżywiania.

Czy TikTok inspiruje Twój styl?

Każda osoba jest indywidualną jednostką i ma konkretny styl, w którym czuje się swobodnie oraz dobrze. Bądź właśnie ważne jest to, aby odnaleźć ten wymarzony wygląd, dzięki któremu będzie można wyrazić siebie i to, kim się jest. Chcieliśmy się, więc dowiedzieć dzięki temu pytaniu, czy może to TikTok i filmiki, chociażby modowe lub z różnymi stylizacjami pojawiające się na tej aplikacji mogą być pewnego rodzaju inspiracją dla odpowiadających w naszej ankiecie. Czy może większość ludzi raczej nie czuje potrzeby, bazowania swojego ubioru/stylu na podstawie TikToka.

Jak TikTok zmienił Twoje poglądy na świat?

Stałam/em się bardziej otwarta/ty i śmiała/ty w kontaktach z innymi

TikTok znany jest z tego, że za jego sprawą w popularnie zwane „virałem” otwarte środowisko, rozpowszechniają się różne teksty czy maniery. Wiele młodych osób umyślnie z nich korzysta, by odczuwać, że są na bieżąco z różnymi trendami. Pomaga im to również w dotarciu do drugiej osoby, wiedząc, że też przebywa na TikToku i prawdopodobnie zna te treści, a co za tym idzie - łatwiej im się rozmawia czy dogaduje.

Zyskałam/em pewność siebie

Na wspomnianej platformie w ostatnim czasie pojawia się wiele treści motywacyjnych, szczególnie popularny jest trend „sigma male” gdzie na tle scenek filmowych z Christianem Balem czy Dwaynem Johnsonem wyświetlają się głębokie cytaty, mające na celu podbudować pewność siebie, nakazują skupiać się na sobie oraz pracować nad sobą, aż pojawią się odpowiednie efekty. Od takich filmików ciężko uciec, bo jest ich naprawdę sporo, więc naturalną kolejną rzeczą jest, że wielu młodych ludzi uważnie je ogląda i się do nich stosuje.

Jestem bardziej tolerancyjna/ny

Z racji wciąż rosnącej popularności TikToka, również wśród osób dorosłych, środowiska polityczne wykorzystują go jako platformę do przekazywania swoich poglądów czy programów wyborczych. Korzystają z tego również środowiska lewicowe, które poprzez krótkie filmiki nauczają, jak i dlaczego być bardziej tolerancyjnym czy to wobec mniejszości seksualnych, czy też religijnych. Młodzież może widzieć w nich sporo sensu i odkrywać wiele plusów takiej postawy, stąd te odpowiedzi i taki wariant.

Jestem mniej tolerancyjna/ny

Oprócz treści lewicowych na TikToku mamy do czynienia z tymi prawicowymi, nacjonalistycznymi. Jak wiemy, te środowiska prezentują zgoła odmienne poglądy do tych z lewej strony kompasu politycznego, a wielu młodych ludzi może im ulegać, przez co pałają niechęcią do środowisk LGBT, ateistów czy też innych mniejszości w naszym społeczeństwie. Niestety jest to bardzo niebezpieczne i może prowadzić do wielu nieprzyjemnych sytuacji.

Zaczęłam/głem interesować się polityką

Jak wspomniano wyżej, partie polityczne oraz różne projekty nacechowane w tę stronę wkraczają na TikToka, widząc tam zysk. Poprzez różne perswazyjne materiały czy sprytnie skomponowane treści starają się znaleźć nowych potencjalnych wyborców.

Stałam/em się bardziej religijna/ny

Na tej platformie można znaleźć praktycznie wszystko, więc znajduje się miejsce również dla treści religijnych. Gdy tylko algorytm podsunie je potencjalnemu oglądającemu, dzięki nim może on wzmocnić swoją wiarę.

Stałam/em się mniej religijna/ny

Jest to sytuacja analogiczna do tej z wzmocnieniem religijności - młodzież może ulec treściom podsuniętym przez odpowiednie algorytmy.

Rozwinęłam/głem moją kreatywność

Jedną z największych zalet TikToka jest szeroki wybór filmików typu „zrób to sam” lub uczących człowieka na inne sposoby wielu przydatnych rzeczy. Praktycznie każdy może znaleźć tam coś dla siebie, więc łatwo o przyswojenie sobie nowych przepisów kulinarnych, origami czy też nauki modelarstwa. Platforma jest naprawdę potężna, jeśli chodzi o to zagadnienie.

Nie rozwinęłam/głem moją kreatywność

Jak wyżej, długie przeglądanie TikToka może powodować zmęczenie, a jego skutkiem może być u niektórych niechęć do wykonywania różnych czynności, w tym tych nowo poznanych dzięki platformie. Siedząc przed telefonem, możemy po prostu stwierdzić, że nie chce nam się robić wyznaczonego zadania czy też nad nim trochę pomyśleć, przez co kreatywność spada.

Bardziej otwarcie patrzę na świat

Kolejnym bardzo mocnym plusem wspomnianego medium jest bardzo duża ilość profili opartych na przekazywaniu ludziom interesujących ciekawostek, przedstawianiu mniej znanych kultur czy nawet na nauce języków obcych. Dzięki nim można zobaczyć, że świat jest bogaty w rzeczy nieznane, które zdaniem wielu użytkowników warto odkryć.

Stałam/em się mniej otwarta/ty i śmiała/ły w kontaktach z innymi

Aplikacja potrafi pochłaniać naprawdę dużo czasu, przez co czasem można stracić rachubę i jego poczucie. Może przepaść spotkanie z przyjacielem (lub potencjalne spotkanie, które mogło odbyć się w tym czasie) czy też pożytkujemy ten czas na oglądanie filmików, zamiast na istotne zajęcia, które mieliśmy zaplanowane na

ten dzień. Co za tym idzie, im więcej czasu spędzamy przed telefonem, tym bardziej jesteśmy zmęczeni, tracimy również energię, co może odbić się na naszych relacjach i rozmowach.

Jak TikTok zmienił Twoje poglądy na świat? [Straciłam/em pewność siebie]

Wspomniane kilka akapitów wyżej zjawisko z filmikami przedstawiających typowego „sigma male” ma też drugą stronę medalu. Młodzież, wpatrując się w takie wzorce, może sobie wmawiać, że nigdy nie będą tacy jak oni, co obniża ich poczucie własnej wartości oraz pewność siebie, ponieważ zawsze będą czuć się gorsi od postaci z ekranu.

Jak bardzo angażujesz się w treści zawarte na TikToku?

Zadane pytanie zostało skonstruowane w formie „skali” od 1 do 10, gdzie „1” było odpowiednikiem nikłego bądź zerowego zaangażowania w oglądane treści a „10” bardzo dużego. Miało to na celu sprawdzenie czy TikTok staje się nieodłączną częścią naszego życia. Chcieliśmy sprawdzić jak mocno oddziałuje na ludzkie emocje, decyzje, styl życia oraz czy staje się tematem rozmów, dyskusji, tworzenia bądź promowania trendów. Dzięki pozostałym pytaniom z ankiety możemy zbadać czy czas poświęcony na korzystanie z aplikacji, płeć albo miejsce zamieszkania łączy się ze stopniem zaangażowania w wyświetlane treści i wpływa na jego nasilenie.

Ile czasu dziennie korzystasz z TikToka? (tę informację znajdziesz w swoim telefonie lub aplikacji):

Celem postawionego pytania było zbadanie, czy krótkie filmiki z TikToka stały się zamiennikiem dotąd popularnych rozrywek. Czy aktualnie poświęca się mu tyle uwagi co dla przykładu na oglądanie filmu a może jest on tylko dodatkową atrakcją na „zabicie czasu” podczas jazdy autobusem. Sprawdziliśmy również, czy ilość czasu poświęconego na przeglądanie aplikacji łączy się z wpływem na życie użytkowników. Zbadaliśmy, czy osoby, które odczuwają negatywne skutki z korzystania z TikToka spędzają więcej czasu na przeglądaniu jego treści, niż te które czują się dobrze.

Analiza odpowiedzi

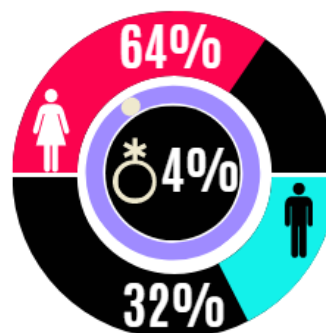
Przygotowana przez nasz zespół ankieta zawiera na starcie pytania dotyczące płci oraz miejsca zamieszkania. Dotarła ona do 1859 osób, z których 1738 zadeklarowało, że jest jej adresatem, a więc osobą uczęszczającą do szkoły średniej i korzystającą z platformy TikTok. Dane pozyskiwane w ten sposób umożliwiły nam rozdzielenie wyników kolejnych pytań w taki sposób, aby uzyskać oddzielne dane dotyczące kobiet, mężczyzn, osób nie identyfikujących się z żadną grup, mieszkających w poszczególnych typach miejsc oraz korzystających z platformy w zaproponowanych przez nas przedziałach czasowych. Prezentacja zbiorczych danych znajdzie się w ostatnim segmencie, prezentującym metodologię naszych badań.

Pierwsze właściwe pytanie dotyczy oceny faktu, czy kiedykolwiek treści publikowane na TikToku wpłynęły na chęć zmiany ciała naszych respondentów. Pytanie celowo postawione

zostało w sposób ogólny, pozostawiający szerokie pole do własnej interpretacji. Wspomniana „zmiana” może być definiowana na szereg różnych sposobów, zarówno w kontekście negatywnym, jak i pozytywnym. Rozdzielenie odpowiedzi na przedstawicieli różnych płci pokazują nam dużą rozbieżność w wynikach. Aż 66% kobiet uważa, że TikTok wpływa na ich chęć zmiany swojego ciała. Mimo wyraźnej przewagi w tej grupie, wśród mężczyzn podobne deklaracje padają jedynie z ust 44%. Trudną do rozstrzygnięcia w tym miejscu kwestią jest to, czy są to właściwe reakcje przedstawicieli tej grupy, czy też wśród mężczyzn panuje swoiste tabu. Kulturowo uwarunkowany wizerunek silnego mężczyzny stoi w sprzeczności z osobą, której zachowania ulegałyby zmianie pod wpływem platformy społecznościowej. Pomimo powszechnej znajomości na temat skuteczności algorytmów, dostrzeżenie ich wpływu na nas wciąż jest pewnym

JAK ŻYĆ WEDŁUG TIKTOKA

TikTok posiada w Polsce ponad 13 milionów realnych użytkowników. Ankieta dotarła do 1859 osób, z których 1738 odpowiedziało, że jest adresatem ankiety, osobą uczęszczającą do szkoły średniej i korzystającą z platformy TikTok

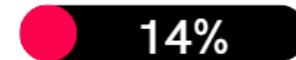


W ankiecie wzięło udział 1120 kobiet, 548 mężczyzn, 70 osób nieidentyfikujących się z żadną grupą

mieszkających na wsi



miastach do 20 tys mieszkańców



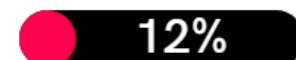
miastach do 100 tys mieszkańców



miastach do 500 tys mieszkańców



miastach ponad 500 tys mieszkańców



problemem. Przeprowadzone badanie opiera się na własnej percepcji zachowań oddziałujących na respondentów, przez co wniosek ten może być wyjątkowo celny, analizując zawłości mentalnego wyobrażenia o problemach, których w ostatnich latach TikTok stał się integralną częścią. Osoby, które nie zdefiniowały swojej płci w kategoriach kobiety lub mężczyzny odpowiadały na postawione pytanie sposób praktycznie identyczny do kobiet. Odpowiedź „tak” została zaznaczona przez 67% osób.

Na pytanie „Czy kiedykolwiek treści publikowane na TikToku wpłynęły na chęć zmiany Twojego ciała?” pozytywnie odpowiedziało łącznie 59% ankietowanych. Analizując wyniki z uwzględnieniem podziału terytorialnego, nie jesteśmy w stanie wyciągnąć jasnych wniosków. Chęć zmiany wystąpiła u 59% ankietowanych mieszkających na wsi. Odsetek urósł o 3% przy niewielkich miastach, aby później spaść do poziomu niższego niż w przypadku wsi. Trudno odnaleźć właściwą korelację danych, a amplituda wyników pomiędzy najniższym (56% w największych miastach) i najwyższym (wspomniane 62% w małych miastach) wynikiem jest na tyle niewielka, że możemy potraktować ją nie świadczącą o żadnym trendzie. Jasny trend pokazuje natomiast zestawienie odpowiedzi z czasem korzystania z platformy. W przypadku grona osób używających TikToka do 30 minut dziennie, chęć zmiany pod jej wpływem sygnalizuje jedynie 40% respondentów. Wraz z wzrostem czasu używania, rośnie odsetek osób wskazujących, że doświadczyli chęci podjęcia zmiany. Wśród wykorzystujących od 30 do 60 minut jest to 57%, 60-120 minut 63% i w końcu osoby, korzystające z TikToka ponad 2 godziny dziennie wskazały tą odpowiedź aż w 70% przypadków. Jasne jest, że wraz z uzależnianiem się od platformy, człowiek staje się jej bardziej podatny.

Oprócz pytań i odpowiedzi zamkniętych, które sztywno pozwoliły nakreślić nam powierzchowny wizerunek ankietowanych, pośród nich znalazło się również pytanie otwarte, które pozwalało respondentom, na rozwinięcie swoich przemyśleń. Polegało ono na rozbudowaniu swojej odpowiedzi na pytanie poprzedzające: „Czy kiedykolwiek treści publikowane na TikToku wpłynęły na chęć zmiany Twojego ciała?”. Ile badanych tyle odpowiedzi, każda z nich umotywowana

Czy kiedykolwiek treści publikowane na TikToku wpłynęły na chęć zmiany Twojego ciała?



66% kobiet i osób nieidentyfikujących się żadną z płci uważa, że TikTok wpływa na chęć zmiany ciała

Chęć zmiany wystąpiła u

59% mieszkających na wsi

62% w małych miastach

56% w największych miastach

innym podejściem do życia, swojego ciała oraz do promowanych przez media kanonów piękna idealnego.

Mimo, że pytanie było poważne nie każdy z ankietowanych podszedł do niego w niezbagatelizowany sposób. Pojawiały się odpowiedzi ironiczne, prześmiewcze oraz niepoważne, jednak stanowiły one nieliczny odsetek, który nie wpłynął na efektywność naszej pracy. Po dokładnym przeanalizowaniu przez nas wyników i głębszej selekcji odpowiedzi, udało nam się podzielić je na różne kategorie, które segregowały wyniki według odpowiednich, podobnych do siebie kanonów.

Zgodnie z naszymi prognozami wiele pojawiających się odpowiedzi dotyczyło kompleksów związanych z wyglądem sylwetki ankietowanych. Wspominają oni o tym, że ciągły widok idealnie zbudowanych ciał lub pięknych twarzy ma bardzo duże znaczenie w postrzeganiu samego siebie.

Niektórzy przyznają, że ich kompleksy pojawiły się dopiero po zainstalowaniu aplikacji. Znaczną przewagę w tej kategorii mają responsy kobiet, które zdecydowanie większą uwagę skupiają na swoim wyglądzie i są bardziej otwarte, żeby o tym mówić. Są ankietowani, którzy po pewnym czasie zaczynają akceptować swoje niedoskonałości. Jednak najbardziej przykre są te przypadki, gdzie myśl pojawi się raz, a zostaje na długo i odbija się na zdrowiu. Mowa tu o historiach związanych z problemami odżywiania lub samookaleczaniem, bo takie również się pojawiły. Uświadamiają one, do jakich działań mogą posunąć się młodzi ludzie zalewani obrazami idealnego wyglądu. Młodzi zmagają się z niedowagą, głodzą się, aby tylko dościsnąć kanoniczną sylwetkę. „Krzywdzący był filtr, gdzie pokazywało się swoją twarz z profilu, jeżeli miało się „ładny nos” ludzik/narciarz zjeżdżał normalnie. Poczułam, że w przyszłości potrzebuje operacji nosa. O trendach z pokazywaniem swojej wagi nawet nie wspominam to, ile łez miałam po zobaczeniu kolejnej szczupłej dziewczyny o wadze -50kg nie jestem w stanie zliczyć.” To tylko jedna z wielu historii pojawiających się w naszych odpowiedziach. Ankietowani w dużej mierze opowiadają o swoich problemach z odżywianiem. „Wiele osób otwarcie ukazuje na TikToku swoje problemy z odżywianiem (liczenie kalorii, wskazówki). Przez tego typu treści drugi rok walczę

	@pdpfskp	Nie, ponieważ algorytm tik toka nie podzuca mi dużo filmów, które mogłyby coś takiego sprawić, zazwyczaj mam jakieś seriale, filmy, rysowanie czy coś, najbliższe są chyba mężczy striptizerzy, czy jakieś osoby bez koszulki, ale no do tego nie mam jak dotrzeć więc nie	59
	@rgsdjkh	Mam zaburzenia odżywiania i często wodzę tiktoki osób które również mają takie problemy i często to pomaga, jednak też często zazdroszczę nawet takiej „chorej” sylwetki.	56
	@hfokd	Tak, chciałam być kimś innym niż jestem	62
	@spefp	Tik tok nauczył mnie, że bycie trochę większym nic nie zmienia, zacząłem pracować na sobie - obserwuję fit profile	86
	@fdggr	Po zobaczeniu ciekawych zdrowych przepisów, które przy okazji pomagają w schudnięciu doznałam chęci zmiany mojego ciała	76

z zaburzeniami odżywiania.” Nasza ankieta pozwoliła im na pozostanie anonimowymi i odkrycie przed światem swoich trudności, z którymi przyszło im się zmagać w szarej rzeczywistości, nawet tej wyłączonej sprzed obiektywów TikToka.

Jednak znaczna ilość odpowiedzi wskazuje na to, że wielu z respondentów nie ma problemów ze swoim wyglądem i nigdy nie zmagало się z żadnymi kompleksami. Ostatnimi czasy bardzo popularny w Internecie stał się ruch Body Positive, który także promowany jest przez wielu Internautów na pierwszoplanowej dla nas platformie TikTok. Staje on naprzeciw bieżącym, rozpowszechnianym standardom urody, przypominając, że są to umowne kwestie społeczeństwa, którym niełatwo sprostać. Zwraca uwagę na toksyczne postrzeganie cielesności w mediach i otaczającym nas świecie nowoczesności. Zachęca do samoakceptacji i pozytywnym myśleniu na temat swojego ciała.

W uzyskanych odpowiedziach pojawiły się również pozytywy, jakie udało się wyciągnąć ankietowanym przez nas odbiorcom TikToka. Niektórzy zmotywowani zostali do zmiany swojego stylu życia na wiele zdrowszy, wyciągając z tego radość i czerpiąc satysfakcję. Ich perspektywy poszerzyły się o nowe wizje ulepszenia i urozmaicenia swojego życia, na przykład zdrowsze odżywianie czy podjęcie się ćwiczeń. Ankietowani opowiadali, jak Tik Tok zmotywował ich do zadbania o siebie. Dzięki pojawianiu się treści o zdrowym odżywianiu, młodzi zaczęli interesować się tematem i przekładać go na własne życie - „Po zobaczeniu ciekawych zdrowych przepisów, które przy okazji pomagają w chudnięciu doznałam chęci zmiany mojego ciała.” Ludzie nabyli wiedzę, o tym jak poprawnie trenować. Wiele z nich postanowiła udać się na siłownię lub zacząć ćwiczyć w domu. W końcu w zdrowym ciele zdrowy duch.

Respondenci wspominali nie tylko o zdrowym trybie życia, ale także o poprawie wizerunku. Platforma stała się dla nich miejscem inspiracji, które daje pomysły na nowe fryzury bądź zmianę stylu. Opowiadają, że takie zmiany dodały im pewności siebie i wręcz poprawiły ich stan psychiczny po czasach izolacji, którą zapewnił wszystkim COVID. TikTok ukazał ludziom także nowe spojrzenie na kwestie tatuaży, piercingu i różnych urozmaiceń swojego wyglądu. Ludzie stali się bardziej otwarci na niekonwencjonalne wyglądy, gdyż zaczęło to być coraz bardziej normalizowane. Powstałe trendy zachęciły ludzi do eksperymentowania ze swoim

wizerunkiem i porzuceniem obaw przed wytykaniem palcami. Przekazywana energia zachęcała ich do działania. Także pojawienie się ruchu „body positivity” miało dobry wpływ na ankietowanych. Zaczęli oni lubić to, jak wyglądają i pozbyli się wielu kompleksów. Co zdyskredytowało przekonania, że poszczególne ubrania są jedynie dla ludzi z określonym typem sylwetki.

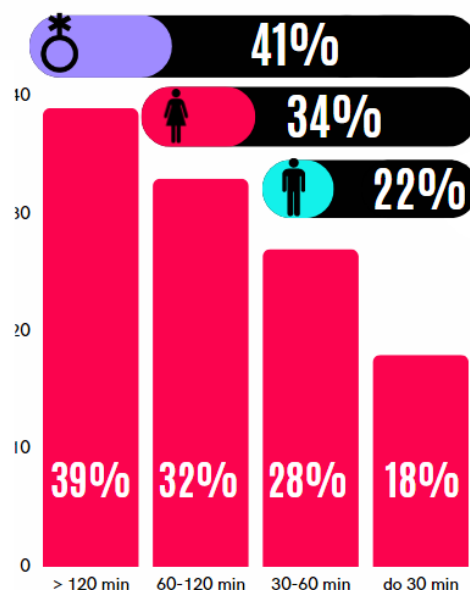
Dla jednych TikTok stał się formą terapii, dla innych powodem do pójścia na terapię. Ile ludzi, tyle sposobów patrzenia na różne sprawy. Każdy z problemami radzi sobie inaczej. Nie ma sposobu na wyzbycie się indywidualności każdego z nas. W końcu to czyni nas wyjątkowymi i jedynymi w swoim rodzaju. Różnice są dobre i nie ma przez nie powodów do wstydu, to zaleta ludzkości, bez nich świat byłby nudny i pospolity. Musimy zacząć po prostu je akceptować w sobie i innych. Niepodważalne jest jednak to, że pojawienie się tej platformy miało znaczący wpływ na życie ankietowanych i ogólny obraz społeczeństwa.

Kolejne pytanie postawione w ankiecie brzmiało „Czy TikTok zmienił sposób Twojego odżywiania?”. Jest to konkretne dotknięcie kwestii problemów z odżywianiem, o których wspominaliśmy przy analizie poprzednich badań, dotyczących tego zagadnienia. Na postawione pytanie w sposób twierdzący odpowiedziało 30% ankietowanych. Spojrzenie na podział ze względu na płeć pozwala wyciągnąć interesujące wnioski. Odpowiedź pozytywną wskazało 22% mężczyzn, 34% kobiet oraz 41% osób nie identyfikujących się żadną z płci. Różnice pomiędzy odpowiedziami są w tym wypadku znaczące i wskazują na to, które grupy

wydają się być najbardziej narażone oddziaływanie ze strony platformy.

Oddziaływanie to nie musi oczywiście być jednoznacznie złe. Co wskazaliśmy w poprzednim segmencie, analizującym wnioski z pytania otwartego, pojawiały się odpowiedzi mówiące o zwiększeniu świadomości sposobu na zdrowie odżywianie się. Znaczna część stanowi jednak kwestie dotyczące niezwykle szkodliwych zaburzeń odżywiania, idących w parze z kompleksami oraz innymi problemami, niosącymi niezwykle negatywne skutki szczególnie dla najmłodszych i najmniej świadomych odbiorców. Tak jak w przypadku poprzedniego pytania, odsetek

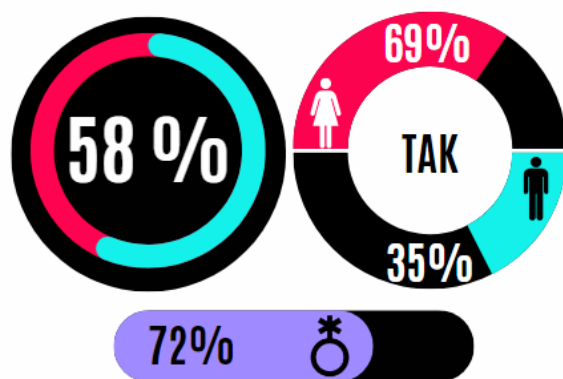
„Czy TikTok zmienił sposób Twojego odżywiania?” Odpowiedź pozytywną wskazało



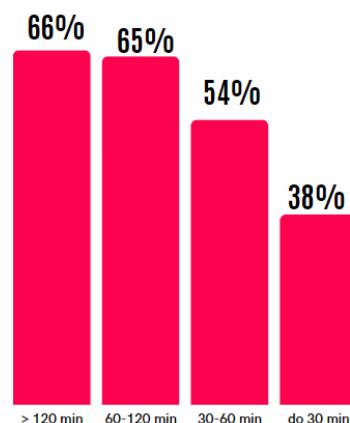
wskazujących odpowiedź „tak” wzrastał wraz z wydłużaniem się czasu użytkowania platformy. Gdy odsetek ten stanowił jedynie 18% w grupie korzystającej z TikToka do 30 minut, wśród osób wykorzystujących go ponad 2 godziny dziennie było to już 39%. Czym dłuższe wykorzystywanie platformy, tym większe odczucie wpływu TikToka na życie odpowiadających w ankiecie.

Znacznie bardziej pojętnym pytaniem było to dotyczące zmiany stylu. Na pytanie „Czy TikTok inspiruje Twój styl?” twierdząco odpowiedziało 58% respondentów. Dużo ciekawiej robi się w momencie, gdy wgłębiamy się w podział odpowiedzi ze względu na płeć. Twierdzącą odpowiedź zaznaczyło 69% kobiet, 72% osób nie identyfikujących się z żadną płcią i zaledwie 35% mężczyzn. Stosunek odpowiedzi w przypadku skrajnych grup jest bliski odwrotności, co pokazuje, że kwestia inspiracji stylu na bazie TikToka jest w znacznie mniejszym stopniu odczuwana przez mężczyzn. Może być to skorelowane z istniejącymi w społeczeństwie stereotypami, wedle których zainteresowanie stylem w znacznie większym stopniu charakteryzuje kobiety i nie jest traktowane jako bezpośrednio „męskie” zainteresowanie. Pogląd ten jest oczywiście znacznie przyćmiony w obecnym społeczeństwie, jednak zaprezentowane dane mogą być jego echem.

Na pytanie „Czy TikTok inspiruje Twój styl?” twierdząco odpowiedziało 58% respondentów



Platforma najbardziej inspiruje respondentów, korzystających z TikToka ponad 2 godziny dziennie



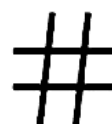
Innym prawdopodobnym powodem są algorytmy aplikacji, prezentujące użytkownikom treści na podstawie niejasnych obliczeń. Treści wyświetlane przez przedstawicieli obu grup mogą być w rzeczywistości skrajnie różne, co odbija się w jasny sposób na wynikach ankiety. Po raz kolejny, niewiele interesujących danych dostarcza nam skorelowanie odpowiedzi z informacjami dotyczącymi miejsca zamieszkania. Różnice ponownie sięgają maksymalnie 6%, co pozwala nam na postawienie tezy, że czynnik ten nie odgrywa tak wielkiego znaczenia przy różnicowaniu odczuć dotyczących TikToka. Odpowiedzi nie są w tak dużym stopniu zdywersyfikowane ze względu na czas wykorzystywania aplikacji. Wzrost

jest wyraźny - od 38% wśród korzystających najmniej - do 66% w grupie korzystającej ponad 2 godziny, jednak można wskazać, że to właśnie czynniki kulturowe powiązane z płcią najmocniej dywersyfikują odpowiedzi na omawiane pytanie.

Pytanie nr. 6 to zdecydowanie najbardziej rozbudowane zagadnienie, które poruszaliśmy, tworząc naszą ankietę. Dotyczyło ono zmiany poglądów na świat, jakie nastąpiły po korzystaniu z platformy TikTok. Dla ułatwienia, zaproponowaliśmy trzynaście różnorodnych kategorii, wobec których zmiana mogłaby być możliwa do zaobserwowania. Odpowiedzi były bardzo różnorodne, co pokazuje zróżnicowane oddziaływanie platformy na różne sfery życia młodego człowieka.

39% ankietowanych uznało, że TikTok przyczynił się do zyskania pewności siebie. W większym stopniu dotyczy to kobiet (41%) niż mężczyzn (35%). Większe dysproporcje widać w przypadku podziału na miejsca zamieszkania. Fakt zmiany odnotowało po 42% mieszkańców wsi i niewielkich miasteczek. Wśród miast od 20 do 500 tys. pozytywną odpowiedź wskazało około 35%, aby wśród największych miast zejść poniżej 31%. Uzasadnieniem tego typu różnic może być powszechna w kulturze wiara, że osoby z miast są bardziej pewne siebie, a więc TikTok w mniejszym stopniu mógł oddziaływać na tę część populacji. Gdy dana część społeczeństwa już wcześniej dostrzegała w sobie pewność siebie, pole do wpływu staje się zawężone.

decydowanie większe oddziaływanie platformy widać, gdy patrzymy na temat tolerancji. „Stałam/em się bardziej otwarta/ty” wskazało łącznie 65% respondentów. Duże wpływy na odpowiedzi ma zadeklarowana płeć. Wśród kobiet, pozytywną odpowiedź zaznaczyło 77% respondentek, nie identyfikujących się z żadną z płci 74%, a zaledwie 38% mężczyzn zgodziło się z tego typu sugestią. Odszukiwanie przyczyn takiego stanu rzeczy jest dużym wyzwaniem. Tak jak dowodziliśmy wcześniej, może być to spowodowane kulturowymi czynnikami związanymi ze stereotypem mężczyzny - znacznie mniej otwartego na świat i

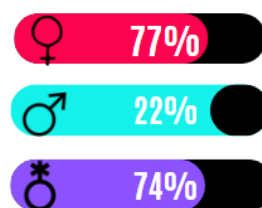
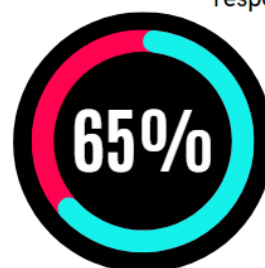


#światopogląd
247.5K views

Added to Favorites

Kolejne pytanie ankiety brzmi
"Jak TikTok zmienił Twoje poglądy na świat?"

Bardziej tolerancyjnymi dzięki TikToku stało 65% respondentów



jednocześnie osoby mniej podatnej na tego typu bodźce. Nawet, jeśli TikTok faktycznie wpłynął na osobę w dany sposób, stwierdzenie publicznie tego faktu może być utrudnione. W przypadku zagadnienia otwartości, widzimy bardzo niewielki wpływ miejsca zamieszkania na otrzymane rezultaty. „Tak” odpowiedziało 66% mieszkańców wsi i 60% mieszkańców miast. Tak jak w poprzednim przypadku, trend spadkowy może być związany z większą otwartością, którą często przypisuje się mieszkającym w dużych aglomeracjach miejskich. Dla kontrastu, zaledwie 9% ankietowanych wskazało, że TikTok uczynił ich mniej tolerancyjnymi. Na liczbę tą składa się 4% odpowiedzi z grupy kobiet oraz aż 17% mężczyzn.

TikTok to platforma, na której stosunkowo dużą popularnością cieszą się treści dotyczące polityki. Zarówno mowa tu o wywiadach, fragmentach sejmowych wystąpień, jak i krótkich materiałach, tworzonych celowo, z myślą o standardach aplikacji. Mimo obecności tego typu treści, jedynie 26% uczniów szkół średnich zadeklarowało, że TikTok spowodował, iż bardziej zainteresowali się oni polityką. Wynik w grupie kobiet i mężczyzn zaprezentował się stosunkowo podobnie - 25% do 24%. Inaczej ma się kwestia wśród grupy osób deklaruujących inną płeć. Wśród nich było to już 43%. Działanie TikToka na wzrost zainteresowania polityką nie było również powiązane na dużą skalę z miejscem zamieszkania. Odpowiedź pozytywną wskazało 25% respondentów mieszkających w miejscowościach oraz 28% mieszkających ośrodki.

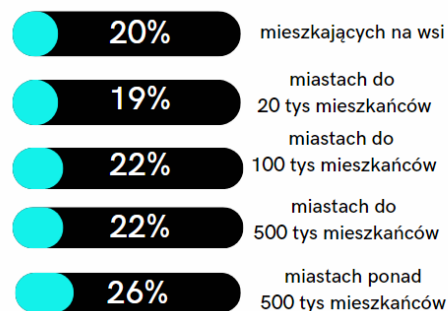
Jak wskazały wyniki badań, TikTok w mniejszym stopniu wpływa na kwestie wiary. 91% ankietowanych wskazało, że nie zwiększa ich religijności. Rezultat procentowy podzielony na kobiety i mężczyzn jest dokładnie taki sam. Marginalne różnice możemy znaleźć, spoglądając także na podział względem miejsca zamieszkania. Ciekawiej prezentują się rezultaty dotyczące zmniejszenia religijności. 21% ankietowanych zauważyło na sobie, że korzystanie z TikToka przyczyniło się w sposób negatywny do zmiany ich podejścia do religii. Odpowiedź „tak” zaznaczyło w tym przypadku 22% procent kobiet oraz 18% mężczyzn. Znacznie odmienny wynik uzyskaliśmy z grona osób, które nie identyfikują się z żadną z płci. Z tezą tą zgodziło się 41% ankietowanych

Na pytanie „Czy Tiktok sprawił, że stałeś się mniej religijny?” pozytywnie odpowiedziało około 21% ankietowanych



W tym 22% kobiet, 18% mężczyzn oraz 41% osób nieidentyfikujących się z żadną płcią

zmniejszenie religijności nastąpiło u



reprezentujących tą grupę. Tak jak w przypadku zwiększenia religijności, również w tym przypadku miejsce zamieszkania nie jest czynnikiem determinującym rezultaty ankiety.

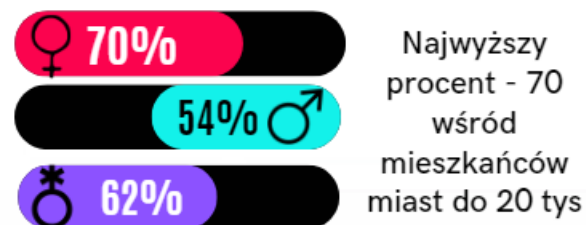
Treści reprezentujące szeroko pojętą kreatywność stanowią duży odsetek materiałów, które możemy oglądać na TikToku. Mowa tu zarówno o tworzeniu sztuki, jak i innych rzeczy, wymagających od człowieka prezentacji swoich umiejętności. Wśród odbiorców przygotowanej przez nas ankiety, 64%

zgadza się z tym, że treści prezentowane na TikToku rozwinęły ich kreatywność.

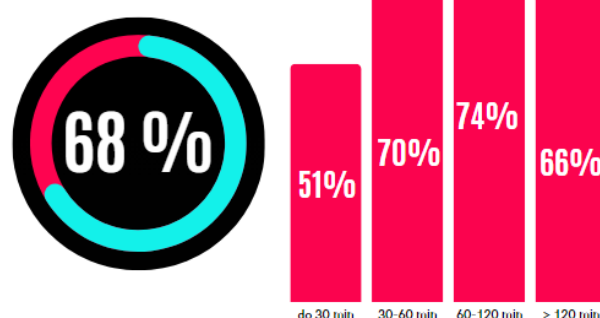
Na wynik ten złożyły się głównie głosy kobiet, stanowiące 69%. Z tezą tą w mniejszym stopniu zgadzali się mężczyźni (53%) oraz osoby zaznaczające w polu wyboru płci odpowiedź „inna” (62%). Największy wpływ na kreatywność mógł być obserwowany w przypadku mieszkańców małych miast, liczących do 20 tysięcy mieszkańców. W tej grupie odpowiedź pozytywną zaznaczyło 70% ankietowanych. Najslabiej sytuacja prezentowała się w największych miastach, gdzie do tezy przychyliło się mniej niż 60% respondentów. Niewielkim poparciem cieszyła się opcja dotycząca negatywnego wpływu TikToka na naszą kreatywność. Zjawisko dostrzegало u siebie jedynie 11% respondentów.

Z racji na wielokulturowość treści prezentowanych przez TikToka, gdzie algorytm nie promuje wyłącznie materiałów pochodzących z naszego państwa oraz nagrywanych w znanym nam języku, właściwe może być stwierdzenie, że poszerza on nasze horyzonty. 68% ankietowanych odpowiedziało, że dzięki TikTokowi bardziej otwarcie patrzy na świat. O przewadze stanowią głównie głosy kobiet (72%), które przez swoją większą liczebność, przeważały nad gronem mężczyzn (58%). Tak jak w przypadku tolerancji oraz religijności, panowie wydają się mniej podatni na otwartościowy wpływ platformy, z której korzystają.

Na pytanie „Czy stałeś się bardziej kreatywny?” twierdząco odpowiedziało 64% respondentów

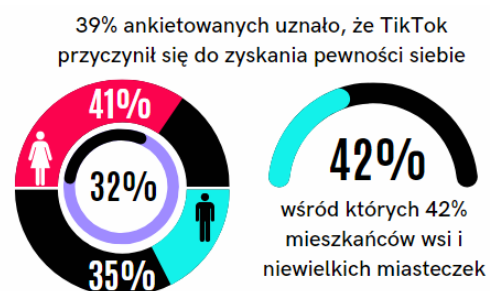


Bardziej otwarcie patrzą na świat 67% ankietowanych, większość z nich korzysta z TikToka od 60 do 120 minut

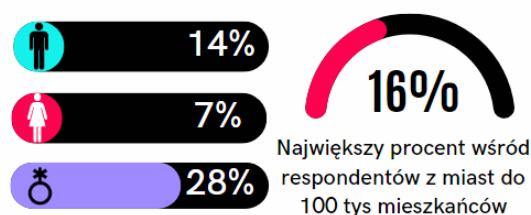


Z tezą zgadzają się przede wszystkim mieszkańcy wsi oraz małych miast. Różnice pomiędzy nimi a grupą najmniej zgodną z tezą, a więc tą, mieszkającą w największych ośrodkach, wynosi poniżej 5%. Mając na uwagę czynniki kulturowe oraz zestawienie z pytaniem dotyczącym tolerancji, można postawić tezę, że zamieszkujący w tym typie miejsc byli bardziej otwarci już przed włączeniem się w świat TikToka, dlatego też platforma ma mniejsze pole oddziaływania na nich.

Znacznie mniejszy odsetek ankietowanych wskazał, że pod wpływem TikToka stracili śmiałość lub pewność siebie. Tego rodzaju negatywne skutki wskazało kolejno 19% i 12%. W przypadku pytania, czy ankietowany stracił pewność siebie, ogólny wynik jest wypadkowym stosunkowo równych wyników wśród kobiet i mężczyzn. Rezultaty nie były również zdywersyfikowane względem miejsca zamieszkania. Utratę pewności siebie zaznaczyła nad reprezentacyjna grupa osób, które nie klasyfikują się ani jako kobiety, ani jako mężczyźni. W przypadku, gdy zjawisko to dostrzegało u siebie niecałe 7% mężczyzn, w gronie pozostałych było to już 28%. Zjawisko stawało się największym problemem wśród mieszkańców średnich i dużych ośrodków miejskich.

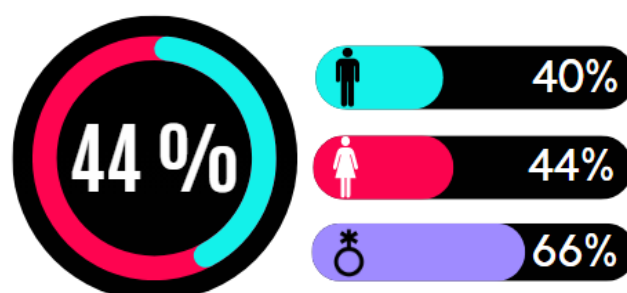


Natomiast 12% respondentów straciło pewność siebie



Treści publikowane na TikToku często prezentują wydarzenia, które wydają się „odbierać nam wiarę w ludzkość”. 39% ankietowanych udzieliło twierdzącej odpowiedzi na pytanie czy mniej ufają innym ludziom za sprawą odbieranych treści. Na wynik składa się 38% głosów kobiet oraz 23% oddanych mężczyzn. Największy odsetek wystąpił w przypadku przedstawicieli innych płci, wśród których wynik ten stanowi 44%. Rezultaty nie ulegają znaczącym zmianom w zależności od tego, gdzie mieszkają respondenci. Wyniki wśród mieszkańców wsi oraz największych miast wyglądają praktycznie identycznie i oscylują wokół 35%, z niewielkim spadkiem w pośrednich kategoriach.

Bardziej krytycznie patrzeć na świat stali 44% respondentów



Ostatni podpunkt pytania dotyczącego zmiany poglądów dotyczył krytycznego patrzenia na świat. Wpływ TikToka na tą sferę życia dostrzegło 44% ankietowanych. Znaczna nadreprezentacja wystąpiła w przypadku osób nie utożsamiających się z żadną z płci, wśród których odsetek ten stanowił prawie 66%. Korelując odpowiedzi wraz z miejscem zamieszkania ankietowanych, widzimy stały trend wzrostowy. 39% mieszkańców wsi odczuło na siebie wpływ tego zjawiska. W grupie mieszkających w największych ośrodkach miejskich było to dokładnie 50%.

Wnioski wynikające z analizy odpowiedzi

Jakiej jesteś płci?

Udział w naszej ankiecie wzięło; 64% kobiet, 32% procent mężczyzn i 4% ankietowanych, którzy zadeklarowali się inną płcią. Z danych dotyczących pierwszego pytania wynika, że większość odpowiadających na pytania to osoby płci żeńskiej. Jest to najprawdopodobniej spowodowane tematyką projektu, która może być im - kobietom - bliższa.

Gdzie mieszkasz?

Z udzielonych przez ankietów odpowiedzi wynika jasno, że większość osób biorących udział w ankiecie mieszka na wsi (stanowią aż 42%). Niżej, klasują się osoby z miast liczących od 100 tys. do aż 500 tys. tubylców (jest to 17% z wszystkich badanych), najniżej znajdują się mieszkańcy z miast liczących ponad 500 tys. obywateli (12%).

Czy kiedykolwiek treści publikowane na TikToku wpłynęły na chęć zmiany Twojego ciała?

Wniosek; Wyniki badań pokazują, że treści publikowane na TikToku, których tematyką jest zmiana wyglądu swojego ciała, mają większy wpływ na płć żeńską (66% na „Tak”) i osoby identyfikujące się inaczej (67% na „Tak”), niż na płć męską (44% na „Tak” z wszystkich mężczyzn). Kobiety mają większe skłonności do porównywania się do innych (w przeciwieństwie do mężczyzn, co powoduje tworzenie się nowych kompleksów (wraz z oglądaniem filmików promujących zmianę wyglądu, wzrasta chęć przewyciężenia ich).

Rozwiń odpowiedź z poprzedniego pytania.

Znaczna część udzielonych odpowiedzi wskazywała jasno, że treści publikowane na TikToku z jednej strony wspomagają wzrost kompleksów, a z drugiej mogą działać motywująco na niektórych użytkowników tej platformy, zachęcając ich do ćwiczeń w celu zmiany swojego wyglądu zewnętrznego.

Czy TikTok zmienił sposób Twojego odżywiania?

Większość ankietowanych (aż 67% z wszystkich odpowiadających) odpowiedziała negatywnie na to pytanie twierdząc, że pokazywane treści nie wpłynęły na zmianę sposobu ich odżywiania. Dzieje się tak dlatego, że ludzie mogą TikToka odbierać tylko jako aplikację, która ma dostarczać rozrywki, a nie taką, z której będą czerpać nowe nawyki żywieniowe czy życiowe.

Czy TikTok inspiruje Twój styl?

Na to pytanie pozytywną odpowiedź udzieliło 69% z wszystkich kobiet biorących udział w projekcie oraz 72% badanych z grupy osób nie identyfikujących się z żadną płcią. Natomiast 65% ankietowanych mężczyzn odpowiedziało, że aplikacja nie ma wpływu na ich styl. Może być to związane z istniejącymi w społeczeństwie stereotypami, wedle których zainteresowanie stylem w znacznie większym stopniu charakteryzuje kobiety i nie jest traktowane jako bezpośrednio „męskie” zainteresowanie. Pogląd ten jest oczywiście coraz rzadziej respektowany w obecnym społeczeństwie.

Jak TikTok zmienił Twoje poglądy na świat?

Stałam/em się bardziej otwarta/ty i śmiała/ły w kontaktach z innymi

Spora część ankietowanych (54%) odpowiedziała, że wyświetlane przez nich treści nie wpływają na ich kontakty z ludźmi. Niewiele mniej, bo aż 46% osób biorących udział w ankiecie przyznało, że treści te wpływają na ich relacje z innymi. Ta niewielka różnica może wynikać z tego, że ludzie w różny sposób odbierają treści napotkane w badanej przez nas aplikacji- jedni uważają to za dobry wzór i przekładają to na swoje życie, podczas gdy drudzy uważają, że pokazywane treści są „wyreżyserowane” i nie chcą z nich czerpać jako ze wzorów.

Zyskałam/em pewność siebie

W odpowiedzi na to pytanie, aż 61% ankietowanych odpowiedziało, iż nie zyskało pewności siebie poprzez oglądanie filmików na TikToku. Publikowane tam filmiki często nie odzwierciedlają rzeczywistości, która jest inna. Dlatego też ludzie nie chcą kopiować tej „złudnej” pewności siebie.

Jestem bardziej tolerancyjna/ny

Nasi ankietowani w znacznym stopniu (aż 65% z wszystkich ankietowanych) wskazali, że wyświetlane na TikToku materiały wpłynęły na wzrost ich tolerancji. Fakt ten może być spowodowany tym, że publikowane na platformie treści są różnorodne (tak, jak i ich twórcy), więc odbiorcy mają często kontakt z czymś nowym- przez co stają się bardziej tolerancyjni i świadomi występowania różnic, które są naturalne.

Zaczęłam/głem interesować się polityką

Na to pytanie w udzielonych przez ankietowanych odpowiedziach przeważały te o charakterze negatywnym. 74% ogółu stwierdziło, że oglądane treści nie przyczyniły się do poszerzenia zainteresowania polityką, a tylko 26% uczestników ankiety przyznało, że TikTok mógł wpłynąć na pojawienie się u nich takiego zainteresowania. Wnioski nasuwają się same. Mianowicie ludzie nie traktują aplikacji jako źródła politycznych informacji- zwykle uruchamiają ją w celach rozrywkowych, a jak wiadomo polityka wywołuje często wiele negatywnych emocji, których staramy się unikać. Dlatego też są takie, a nie inne odpowiedzi.

Stałam/em się bardziej religijna/ny

Większość użytkowników aplikacji (91% z wszystkich ankietowanych) , którzy brali udział w naszym badaniu na to pytanie odpowiedzieli, że nie stali się bardziej wierzący dzięki oglądaniu filmików na tej platformie. Może być to spowodowane tym, że filmiki o takiej tematyce nie cieszą się zbyt dużą popularnością (ludzie nie wyszukują często takich treści, nie mają z nimi kontaktu więc nie pogłębiają swojej wiary).

Rozwinęłam/głem moją kreatywność

Nasi ankietowani w znacznym stopniu (aż 64% badanych) wskazali, że treści prezentowane na platformie TikTok przyczyniły się do rozwoju ich kreatywności. Przyczynić się do tego może spora różnorodność treści występujących na platformie- od rozrywkowych, aż po edukacyjne. Jak wiadomo, człowiek będący w kontakcie z nowymi i twórczymi rzeczami czy perspektywami, uczy się tej kreatywności, którą potem może sam wykorzystać.

Bardziej otwarcie patrzę na świat

Z wszystkich ankietowanych aż 68% osób odpowiedziało, że dzięki TikTokowi bardziej otwarcie patrzy na świat. Może być to spowodowane różnorodnością jaka występuje na tej platformie. Ludzie już nie są zamknięci na świat.

Stałam/em się mniej otwarta/ty i śmiała/ły w kontaktach z innymi

Większość ankietowanych (bo aż 81% z wszystkich ankietowanych) odpowiedziało, że nie stali się mniej otwarci i śmiali w kontaktach z innymi. W aplikacji mamy nieustanny kontakt z treściami jakie tworzą ludzie, jak i z nimi samymi, więc oczywiste jest to, że nasza odwaga i otwartość w stosunkach z ludźmi będzie się rozwijać, a nie zmniejszać.

Straciłam/em pewność siebie

Spora część ankietowanych (bo aż 88% spośród wszystkich badanych) odpowiedziała, że obserwowane przez nich treści na TikToku nie sprawiły, że straciła swoją pewność siebie. Może to wynikać z faktu, iż ludzie są coraz bardziej świadomi fikcji ukazanej na większości treści znajdujących się na tej platformie.

Jestem mniej tolerancyjna/ny

Nasi ankietowani prawie jednogłośnie (aż w 91%) przyznali, że materiały jakie oglądają na platformie TikTok nie wpłynęły na zmniejszenie się ich tolerancji (publikowane na platformie treści są różnorodne, więc podczas kontaktu z nimi odbiorcy automatycznie przyzwyczajają się do tych różnic i zaczynają je postrzegać jako coś normalnego). Pojawiły się także odpowiedzi (łącznie wynosiły 9%), które wskazywały na spadek poziomu tolerancji. Może być to spowodowane tym, że mieli styczność z treściami, które przesadnie ukazywały jakieś rzeczy, sytuacje.

Stałam/em się mniej religijna/ny

79% udzielonych w naszej ankiecie odpowiedzi wskazywało jasno na to, iż materiały publikowane na TikToku nie sprawiają, że adresaci tych treści stają się mniej religijni. Ludzie traktują TikToka jako aplikację rozrywkową. Nie szukają na niej treści związanych z wiarą (jak wiadomo te mogą być różne -bardziej lub mniej religijne), dlatego też brak takiego kontaktu nie przyczyniają się do zmiany ich pobożności.

Nie rozwinęłam/głem moją kreatywność

Spośród badanych aż 89% odpowiedziało, że materiały publikowane na TikToku nie wpłynęły na rozwinięcie ich kreatywności.

Mniej ufam innym ludziom

Odpowiedź „NIE” zaznaczyło aż 66% naszych ankietowanych. Może to wynikać z tego, iż ludzie mają już większą świadomość tego, że twórcy publikowanych materiałów na platformie TikTok często grają, odgrywają jakieś role, które mają spodobać się ich odbiorcom. Dlatego też badani przez nas użytkownicy aplikacji są w stanie ocenić komu można ufać.

Bardziej krytycznie patrzę na świat

W przeprowadzonej przez nas ankiecie, badani byli podzieleni udzielając odpowiedzi na to pytanie (44% osób przyznało, że treści jakie oglądają, wzmacniają ich krytyczne patrzeć na świat, podczas gdy 56% ankietowanych zaprzeczyło temu), jednakże to te negatywne przeważały. Może to wynikać z tego, że sytuacje przedstawione na TikToku ludzie odbierają jako nierealne i nie chcą patrzeć na świat ich kryteriami.

Jak bardzo angażujesz się w treści zawarte na TikToku?

Zdania naszych ankietowanych były bardzo podzielone w związku z tym tematem. Jednakże najwięcej (17%) odpowiedzi w 10-stopniowej skali zaangażowania w treści publikowane na TikToku (np. branie udziału w trendach) uzyskało „5” - tzn., że osoby angażują się wybiórczo. Może to być spowodowane tym, że jedne treści uważają za bardziej interesujące, zachęcające a inne mniej.

Ile czasu dziennie korzystasz z TikToka? (tę informację znajdziesz w swoim telefonie lub aplikacji)

Największy procent ankietowanych (33%) jak wskazują wyniki, korzysta z aplikacji od 60 do 120 min. dziennie. Takie dane mogą być spowodowane wcześniejszą i obecną sytuacją w kraju i na świecie (pandemia, sytuacja gospodarcza i klimatyczna).

Techniczne dane dotyczące projektu

Tytuł badania: „**Jak żyć według TikToka**”

Forma: Internetowa ankieta

Grupa docelowa: Osoby uczęszczające do szkoły średniej i korzystające z aplikacji „TikTok”

Miejsca do których wysyłana była ankieta: Szkoły średnie, znajomi, grupy na portalach społecznościowych,

Czas przeprowadzania badania: od 19.11.2022 roku do 5.12.2022

Liczba wszystkich ankietowanych: 1860 osób

Liczba odrzuconych odpowiedzi: 122

Liczba odpowiedzi po wyselekcjonowaniu: 1738

Podział ankietowanych ze względu na płeć:

- 1120 kobiet (64%),
- 548 mężczyzn (32%)
- 70 osób nie utożsamiających się z żadną płcią (4%)

Podział ankietowanych ze względu na miejsce zamieszkania:

- wsie 42%,
- miasta do 20 tysięcy mieszkańców 14%,
- miasta do 100 tysięcy mieszkańców 15%,
- miasta do 500 tysięcy mieszkańców 17%
- miasta o liczbie mieszkańców większej niż 500 tysięcy 12%

Czy kiedykolwiek treści publikowane na TikToku wpłynęły na chęć zmiany Twojego ciała?

Treści wpłynęły na chęć zmiany własnego ciała:

- Wszyscy ankietowani: 1030 (59,26%)
 - Kobiety: 743 (66,34%)
 - Mężczyźni: 241 (43,90%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 46 (66,67%)

Treści nie wpłynęły na chęć zmiany własnego ciała:

- Wszyscy ankietowani: 708 (40,74%)
 - Kobiety: 377 (33,66%)
 - Mężczyźni: 308 (56,10%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 23 (33,33%)

Czy TikTok zmienił sposób Twojego odżywiania?

TikTok zmienił sposób własnego odżywiania:

- Wszyscy ankietowani: 528 (30,38%)
 - Kobiety: 377 (33,63%)
 - Mężczyźni: 123 (22,45%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 28 (40,58%)

TikTok nie zmienił sposób własnego odżywiania:

- Wszyscy ankietowani: 1210 (69,62%)
 - Kobiety: 744 (66,37%)
 - Mężczyźni: 425 (77,55%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 41 (59,42%)

Czy TikTok inspiruje Twój styl?

TikTok inspiruje do zmiany własnego stylu:

- Wszyscy ankietowani: 1012 (58,26%)
 - Kobiety: 769 (68,66%)
 - Mężczyźni: 193 (35,22%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 50 (72,46%)

TikTok nie inspirowuje do zmiany własnego stylu:

- Wszyscy ankietowani: 725 (41,74%)
 - Kobiety: 351 (31,34%)
 - Mężczyźni: 355 (64,78%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 19 (27,54%)

Jak bardzo angażujesz się w treści zawarte na TikToku?

Ile czasu dziennie korzystasz z TikToka?

- Do 30 min: dziennie 251 osób (15%),
- 30-60 min: 540 (31%),
- 60-120 min: 577 (33%),
- ponad 120 min: 370 (21%)

Jak TikTok zmienił Twoje poglądy na świat?

Osoba zyskała pewność siebie:

- Wszyscy ankietowani: 672 (38,67%)
 - Kobiety: 459 (40,95%)
 - Mężczyźni: 191 (34,85%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 22 (31,88%)

Osoba straciła pewność siebie:

- Wszyscy ankietowani: 212 (12,20%)
 - Kobiety: 156 (13,93%)
 - Mężczyźni: 37 (6,74%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 19 (27,54%)

Osoba stała się bardziej tolerancyjna:

- Wszyscy ankietowani: 1123 (64,65%)
 - Kobiety: 866 (77,32%)
 - Mężczyźni: 206 (37,59%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 51 (73,91%)

Osoba stała się mniej tolerancyjna:

- Wszyscy ankietowani: 150 (8,62%)
 - Kobiety: 44 (3,93%)
 - Mężczyźni: 96 (17,45%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 10 (14,29%)

Osoba zaczęła interesować się polityką:

- Wszyscy ankietowani: 446 (25,68%)
 - Kobiety: 283 (25,27%)
 - Mężczyźni: 133 (24,27%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 30 (43,48%)

Osoba nie zaczęła interesować się polityką:

- Wszyscy ankietowani: 1291 (74,32%)
 - Kobiety: 837 (74,73%)
 - Mężczyźni: 415 (75,73%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 39 (56,52%)

Osoba stała się bardziej religijna:

- Wszyscy ankietowani: 160 (9,21%)
 - Kobiety: 104 (9,29%)
 - Mężczyźni: 51 (9,29%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 5 (7,25%)

Osoba stała się mniej religijna:

- Wszyscy ankietowani: 372 (21,37%)
 - Kobiety: 246 (21,94%)
 - Mężczyźni: 97 (17,64%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 29 (41,43%)

Osoba rozwinęła swoją kreatywność:

- Wszyscy ankietowani: 1115 (64,15%)
 - Kobiety: 778 (69,46%)
 - Mężczyźni: 294 (53,55%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 43 (62,32%)

Osoba nie zaobserwowała rozwinięcia kreatywności:

- Wszyscy ankietowani: 192 (11,03%)
 - Kobiety: 115 (10,26%)
 - Mężczyźni: 63 (11,45%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 12 (20,00%)

Osoba otwarciej patrzy na świat:

- Wszyscy ankietowani: 1174 (67,55%)
 - Kobiety: 812(72,50%)
 - Mężczyźni: 320 (58,29%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 42 (60,87%)

Osoba nie patrzy otwarciej na świat:

- Wszyscy ankietowani: 564 (32,45%)
 - Kobiety: 308 (27,50%)
 - Mężczyźni: 229 (41,71%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 27 (39,13%)

Osoba stała się mniej otwarta w kontaktach z innymi ludźmi:

- Wszyscy ankietowani: 330 (18,93%)
 - Kobiety: 229 (20,43%)
 - Mężczyźni: 86 (15,62%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 15 (21,13%)

Osoba nie stała się mniej otwarta w kontaktach z innymi ludźmi:

- Wszyscy ankietowani: 1413 (81,07%)
 - Kobiety: 892 (79,57%)
 - Mężczyźni: 465 (84,39%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 56 (78,87%)

Osoba mniej ufa innym ludziom:

- Wszyscy ankietowani: 590 (33,89%)
 - Kobiety: 430 (38,36%)
 - Mężczyźni: 129 (23,45%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 31 (44,29%)

Osoba nie zaobserwowała mniejszej ufności wobec innych ludzi:

- Wszyscy ankietowani: 1151 (66,11%)
 - Kobiety: 691 (61,64%)
 - Mężczyźni: 421 (76,55%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 39 (55,71%)

Osoba krytyczniej patrzy na świat:

- Wszyscy ankietowani: 760 (43,68%)
 - Kobiety: 493 (44,02%)
 - Mężczyźni: 221 (40,18%)
 - Osoby nieidentyfikujące się z żadną płcią: 46 (65,71%)

Projekt zrealizowany przez studentów I roku Dziennikarstwa i Komunikacji
Społecznej na **Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie:**

Przeprowadzenie ankiety:

Adam Skiba	Emilia Żaczek	Jakub Woźniak	Magdalena Świątek	Sonia Sitek
Anna Walenda	Ewelina Trubalska	Julia Szyc	Piotr Szczepanowski	Wiktoria Janicka
Antoni Ważny	Gabriela Szewczyk	Julia Wilk	Ryma Svirydava	Viktoriia Skula
Bartosz Szewczyk	Jakub Trytek	Karolina Winiarska	Solomiia Surminska	Yana Volat
Emilia Stańczak	Jakub Wolski	Katarzyna Wójcik		

Stworzenie raportu:

Ada Nowosad	Emilia Paluch	Kamila Kopytiuk	Oleksandra Makarchuk	Weronika Jabłońska
Agnieszka Przech	Emilia Papiewska	Karolina Sadło	Oliwia Kusz	Wiktor Marczuk
Anita Korshun	Estera Łowczak	Kseniya Kastsjuk	Oliwia Sadłós	Wiktoria Kowalska
Anna Natkaniec	Filip Oniszko	Maja Sadowska	Sylwester Lewczuk	Zuzanna Kostka
Antoni Jamróż	Hubert Pańtak	Martyna Koziej	Viktoriia Polishchuk	
Dawid Sadowski	Izabela Mróz	Melisa Pasirska		

Zaprezentowanie projektu:

Aleksander Bzowski	Dominika Dominikowska	Małgorzata Klępka	Nina Bakan	Weronika Jabłońska
Aleksandra Dycha	Julia Bręk	Mateusz Brewiński	Olga Bahonko	Wiktoria Fedorko
Aleksandra Guziak	Julia Choinacka	Mateusz Gospoś	Olwia Kocińska	Zuzanna Buda-Bubienko
Aleksandra Iskra	Krzysztof Panek	Nikoła Karczmarz	Robert Dworniczak	
			Tomasz Górski	