

Kenyeres Attila Zoltán

Tanárok a TikTokon – a népszerű ismeretterjesztő videók jellemzői a nemzetközi tudományos kutatások alapján

1. Bevezetés

A fiatalabb generációk rendkívüli módon vonzódnak a rövid formátumú videókhoz a TikTokon vagy a YouTube-on, és ez a közönség véglegesen áttért ezekre az online médiaterületekre (O’Leary 2025). A Z generáció egyértelműen inkább a TikTok-influenszereket részesíti előnyben a hagyományos hírességekkel szemben (Laor – Galily 2025). A digitális korszakban a közösségimédia-plafomok a Z generáció mindennapi életének szerves részévé váltak, és ez jelentősen befolyásolja az iskolai teljesítményüket (Valeska – Madyatmadja 2025). Bár kezdetben szórakoztatási céllal készültek ezek a rövid formátumú videók, manapság egyre inkább oktatási célokra is használatosak (Nguyen et al. 2025). Sok pedagógus azonban idegenkedik ezek használatától, hiszen ezen videók az idő szűkössége miatt korlátozottan képesek érdemi ismeretek átadására. Ugyanakkor mégis alkalmasak pedagógiai célokra, egyfajta tudománymarketing-eszközként. Ebben az írásban a teljesség igénye nélkül a nemzetközi tudományos kutatások alapján vesszük sorra, hogy milyen jellemzői vannak a legnézettebb rövid videóknak a TikTokon, a fiatalok által egyik leggyakrabban használt videómegosztó platformon.

Az eredményeket felhasználhatják azok a pedagógusok, akik úgy döntenek, hogy az oktatást színesítendő maguk is megpróbálkoznak rövid formátumú videók készítésével.

2. A TikTok sajátossága: az algoritmus vezérelte terjesztés

A TikTok nem a követők számán alapuló terjesztést alkalmaz, ellentétben más közösségi médiás platformokkal (Embabi 2025), ehelyett egy saját, mesterségesintelligencia-alapú algoritmus segítségével jeleníti meg a felhasználók előtt a videókat az úgynevezett „For you” (neked) oldalon. A Facebook vagy az Instagram esetében ez a hírfolyamnak felel meg. Az algoritmus a mesterséges intelligencia segítségével valós időben elemzi a videók megtekintését, az ahhoz kapcsolódó elkötelezettség elemeit és a felhasználók szokásait. Ezen elemzés eredményei alapján kalkulálja ki, hogy hány személynek és pontosan kiknek jelenik meg az adott videó.

A mesterséges intelligencia négy eljárást alkalmaz a videók ajánlására:

- Viselkedéskövetés: a felhasználók viselkedésének olyan jeleit elemzi, mint a nézettségi idő, a lájkolás, a tartalom visszajátszása, a görgetés megállítása.
- Természetes nyelvfeldolgozás: a hashtagek, feliratok, hangok, érzelmi tónus, kontextuális elemek, kulcsszavak, hashtagek elemzése.
- Számítógépes látás: a képi elemek, logók, színsémák, egyéb vizuális aspektusok elemzése.
- Kollaboratív szűrés: elemzi a hasonló tartalmakat hasonlóan fogyasztó felhasználókat, viselkedési klasztereket készít belőlük (Embabi 2025).

Ebből következik, hogy a TikTok-videók készítésekor az algoritmus „elvárásaihoz” kell igazodni, amikor egy pedagógus nagy nézettségű ismeretterjesztő tartalmat szeretne előállítani. Olyan videókat kell készítenie, amelyek nagy felhasználói elkötelezettséget váltanak ki, mivel az algoritmus ezt figyeli. Az elkötelezettséget olyan indikátorok mutatják, mint a videókra érkezett lájkok, kommentek, megosztások, kedvencek közé mentések (Wu et al. 2025; Asmawi et al. 2025). Figyelni kell az alkalmazott szövegre, a feliratokra és a vizuális megjelenítésre. Nagyon fontos a figyelem fenntartása is. Azok a videók, amelyek 15 másodpercnél tovább tartják fenn a nézők figyelmét, 3,7-szer nagyobb eséllyel kapnak promóciós lehetőséget, mint a rövidebb videók (Herle 2024). Az algoritmus tehát ösztönzi a tartalomkészítőket a figyelmet megtartó videók készítésére.

3. A nagy nézettségű TikTok-videók jellemzői

A tudományos kutatások többnyire nem a pedagógusok által készített TikTok-videók, hanem a különböző influenszerek (véleményvezérek) által előállított, elsősorban marketingcélú videók nézettségét elemzik. Ezen kutatások eredményét azonban a tanárok is figyelembe vehetik saját ismeretterjesztő vagy kifejezetten oktatási célú rövid videóik készítésekor.

1. táblázat: A nagy nézettségű TikTok-videók jellemzői

Témakörök	Jellemzők	Említések
Vizualitás	Merész, látványos vizuális elemek, kiemelkedő vizualitás, színgazdagság	Zhang et al. 2025a; Suhardi et al. 2024
	Vizuális narratívák alkalmazása	Christiansen et al. 2025; Rasel et al. 2025
Hang és nyelvezet	Köznyelvi stílus alkalmazása	Zhang et al. 2025a
	Ritmusos zene	Zhang et al. 2025a
	Trendi hangok és háttérzene	Suhardi et al. 2024
Tartalom	Szórakoztató elemek alkalmazása, a szórakoztatáson van a hangsúly az informativitás helyett	Laor – Galily 2025; Koowuttayakorn 2025
	Erőszakos témák kerülése	Laor – Galily 2025
	Az élő közvetítések hatékonyabbak	Asmawi et al. 2025
	Trendek alkalmazása (trendi témák, hashtagek)	Suhardi et al. 2024
Színesítő elemek	Történetmesélés alkalmazása	Suhardi et al. 2024; Arias-Montesinos et al. 2025; Christiansen et al. 2025; Rasel et al. 2025
	Érzelem-központúság	Suhardi et al. 2024; Arias-Montesinos et al. 2025; Rasel et al. 2025

Témakörök	Jellemzők	Említések
	Humor alkalmazása	Koowuttayakorn 2025; Arias-Montesinos et al. 2025
	A közönség interakciójának ösztönzése	Ta et al. 2025
Videó szereplője	A többszereplős videók sikeresebbek	Laor – Galily 2025
	Boldogságot fejezzen ki (de ne irreálisan magas szinten)	Du – Huang 2025
	Társadalmi jelenlét érzetét keltse, közelinek érezhető legyen	Zhang et al. 2025b
	Vizuálisan vonzó legyen	Ta et al. 2025; Serrano-Malebrán et al. 2025

(Forrás: saját készítés)

Ahogy az 1. táblázatból kiolvasható, az általunk feltárt nemzetközi kutatások szerint a legnagyobb nézettséget kiváltó TikTok-videók vizuálisan látványosak, szórakoztató szándékúak, az érzelmekre hatnak, humorosak, követik a friss trendeket, illetve zenét tartalmaznak. A pedagógusok, akik általános ismeretterjesztő vagy kifejezetten a diákjaiknak szóló, a tananyag-hoz kapcsolódó oktató célzatú videókat készítenek, szintén a fenti elemeket alkalmazhatják.

4. A nagy nézettségű, oktató célzatú TikTok-videók jellemzői

A 2. táblázatban összefoglaltuk azokat a főbb jellemzőket, amelyeket a tanárok által készített, nagy elkötelezettséget kiváltó TikTok-videókban azonosítottak az általunk feltárt nemzetközi kutatások.

2. táblázat: A nagy nézettségű TikTok-oktatóvideók jellemzői

Témakörök	Jellemzők	Említések
Videó formai jellemzői	Rövid időtartamú videók	Salazar-Vallejo et al. 2024; Sánchez-López et al. 2023
Szakmai tartalom	Rövid tanulási egységek, összetett fogalmakat is könnyen emészthető, rövid egységekben mutatni	Jumaat et al. 2025; Siraji 2025
	A célközönség számára kulturálisan fontos témák	Abu Quba et al. 2025; Koowuttayakorn 2025
	Tematikus állandóság, következetesség	Salazar-Vallejo et al. 2024
	A célközönség számára személyre szabott tartalom	Babu et al. 2025
	A történelem, a biológia és a matematika a legtöbb interakciót kiváltó témák	Salazar-Vallejo et al. 2024
Szórakoztató elemek	Játékosság, színészi játékok beépítése	Koowuttayakorn 2025
	Humor, humoros történetmesélés	Koowuttayakorn 2025; Beck – Riddle 2025; Sánchez-López et al. 2023
	Gamifikációs elemek beépítése: pl. kvízek, játékos kihívások, duettek, szintlépések, csapatversenyek, virtuális jutalmak	Koowuttayakorn 2025; Lopes et al. 2025; Cutillas et al. 2025; Wang et al. 2024; Chuah - Ch'ng 2023; Sánchez-López et al. 2023
	Trendek követése	Sánchez-López et al. 2023
Szöveg és nyelvezet	Világos és érthető beszéd, magyarázatok	Jumaat et al. 2025
	A célközönség számára ismerős nyelvhasználat	Koowuttayakorn 2025
	Nyelvi trendek követése	Sánchez-López et al. 2023
	Minimális szöveghasználat a videók leírásában	Salazar-Vallejo et al. 2024; Sánchez-López et al. 2023

Témakörök	Jellemzők	Említések
	Informális, laza, közvetlen optimista és szórakoztató stílus, szleng, szándékos helyesírási hibák	Salazar-Vallejo et al. 2024; Sánchez-López et al. 2023
	A második személyű perspektíva („te”; azaz a közönséghez fordulva)	Nguyen 2023
	Az elhangzó szöveg feliratozása	Sánchez-López et al. 2023
Hangok	Zene és ritmus alkalmazása	Punkhoom et al. 2025; Zhang et al. 2023
	A tanár saját hangja	Sánchez-López et al. 2023
Társas kapcsolódás kialakítása	Interaktív elemek alkalmazása: párbeszédre ösztönzés, kapcsolatépítés, pl. kérdések feltevése, kommentek megválaszolása révén	Punkhoom et al. 2025; Abu Quba et al. 2025; Mudra 2025; Koowuttayakorn 2025; Salazar-Vallejo et al. 2024; Sánchez-López et al. 2023
	Jól megválasztott posztolási időpont	Li 2025
	A hónap első napjaiban posztolni	Salazar-Vallejo et al. 2024
	A délutáni és esti posztok a legsikeresebbek, főleg az estiek	Salazar-Vallejo et al. 2024
	A közönség válaszainak/ kommentjeinek vizuális megjelenítése a tartalomban	Koowuttayakorn 2025
	Érzelmek kifejezése, érzelmi támogatás, bátorítás	Wang – Li 2024; Sánchez-López et al. 2023
	Releváns hashtagek alkalmazása	Salazar-Vallejo et al. 2024; Sánchez-López et al. 2023
Vizuális elemek	Vizuális gazdagság és vonzerő, látvány	Abu Quba et al. 2025; Potjanajaruwit et al. 2025
	Vizuális szemléltetőeszközök alkalmazása. Digitális elemek: fotók, videók és infografikák. Analóg elemek: tábla és filctoll.	Limachi Pérez 2025; Sánchez-López et al. 2023
	Dinamikus mozgások, változatos kameraállások	Koowuttayakorn 2025

Témakörök	Jellemzők	Említések
	Gyakorlati elemek, bemutatók (ha a tárgyalt téma megengedi)	Salazar-Vallejo et al. 2024
	Szelfi típusú megjelenítés	Sánchez-López et al. 2023
Szereplő személye	Hitelesség, megbízhatóság és szakértelem ábrázolása: nem az offline képesítésekkel, hanem a minőségi videókészítéssel, az addigi szakmai teljesítmény hangsúlyozásával	Koowuttayakorn 2025
	Fiatalos, modern személyiség mutatása	Koowuttayakorn 2025

(Forrás: saját készítés)

Az általunk feltárt kutatások alapján a tanárok által készített, nagy nézettségű TikTok-videóknak hasonló jellemzőik vannak, mint az egyéb témájú, elsősorban marketingcélzatú videóknak. A humoros és közvetlen hangvétel dominál, az ismeretterjesztő és oktató célzatú tartalmat erőteljesen és hangsúlyosan szövik át a szórakoztató elemek, miközben az interaktivitásnak, a közönséggel való élő kapcsolat kialakításának is nagy szerepe van. Fontos a látványos és dinamikus képi megjelenítés, valamint a tanár hangja mellett a trendi háttérzene alkalmazása is. A pedagógus egyéniségétől és a tárgyalt témától függ, hogy a kutatásokban beazonosított jellemzők közül melyiket alkalmazza a videókészítés során.

5. Összegzés

Az általunk feltárt nemzetközi kutatások szerint a legnagyobb elkötelezettséget (megtekintések, lájkok, megosztások, mentések, kommentelések) kiváltó TikTok-videók vizuálisan látványosak, szórakoztató szándékúak, az érzelmekre hatnak, humorosak, követik a friss trendeket, illetve zenét tartalmaznak. Szinte ugyanez igaz a tanárok által készített videókra is. Az átadni kívánt ismereteket kis adagokban, vizuálisan látványosan és dinamikusan, szórakoztató elemekkel erősen átszöve, humoros és közvetlen hangnemben közvetítő videók

eredményezik a legnagyobb elkötelezettséget. Az oktatóknak meg kell találniuk az egyensúlyt a szórakoztatás és az ismeretátadás között: saját anyagaikat egyéniségükre szabott módon, kreatív megoldásokkal érdemes elkészíteniük.

Felhasznált irodalom

- Abu Quba, A. – Nour Abu Guba, M. 2025. Using Social Media to Teach English in KSA. *Journal of Curriculum and Teaching* 14: 342–351.
<https://doi.org/10.5430/jct.v14n3p342>
- Arias-Montesinos, S. – Ramos-Soler, I. – Campillo-Alhama, C. 2025. „Grand-fluencers”: How older adults reinvent themselves on TikTok. *Visual Review International Visual Culture* 17: 215–231.
<https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5781>
- Asmawi, M. A. H. A. – Isawasan, P. – Savita, K. S. – Shamugam, L. – Salleh, K. A. 2025. A Data Science Approach to Exploring the Relationship Between TikTok Engagement and Revenue in Malaysia: A Case Study of the Beauty and Personal Care Sector. *Jurnal Online Informatika* 10: 372–383.
<https://doi.org/10.15575/join.v10i2.1633>
- Babu, D. A. – Westerfeld, D. – Tirotta-Esposito, R. – Doboli, S. – Tang, W. K. 2025. PALS: Personalized Adaptive Learning System. *2025 15th IEEE Integrated Stem Education Conference Isec 2025*.
<https://doi.org/10.1109/ISEC64801.2025.11147266>
- Beck, J. S. – Riddle, D. 2025. Tikking the Tok and Leading the Way: Teacherpreneurs Leading on TikTok. *Action in Teacher Education* 47: 335–351.
<https://doi.org/10.1080/01626620.2024.2442313>
- Christiansen, A. – Craythorne, S.-L. – Crawford, P. – Strutt, S. – Page, R. 2025. Multimodal Analysis of Stories Told by Mental Health Influencers on TikTok. *Health Expectations* 28: e70226.
<https://doi.org/10.1111/hex.70226>
- Chuah, K. M. – Ch’ng, L.-C. 2023. The usefulness of TikTok voice-over challenges as ESL speaking activities: A case study on Malaysian undergraduates. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching* 20: 37–49.
<https://doi.org/10.56040/kmlc2013>

- Cutillas, A. L. – Balili, E. E. – Rellin, E. C. – Pangandoyon, M.J.S. 2025. Teaching strategies and activities across all disciplines that appeal to Gen-Z learners. *Environment and Social Psychology* 10: 3176. <https://doi.org/10.59429/esp.v10i6.3176>
- Du, P. – Huang, Z. 2025. Happiness backfires: emotion and sales in live streaming. *Electronic Commerce Research* 25: 2641–2672. <https://doi.org/10.1007/s10660-023-09760-y>
- Embabi, A. A. M. K. 2025. How TikTok's AI Algorithms are Driving Customer Engagement in the age of Social Media Marketing. *Enhancing Customer Experience with AI Powered Marketing*, 89–115. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-3221-5.ch004>
- Herle, L. 2024. Measuring the impact of AI-driven content metrics on TikTok engagement. *Social Media Insights Quarterly* 11: 22–39.
- Jumaat, N. A. F. – Shanthi, A. – Suppiah, P. C. – Johar, E. M. – Arumugam, N. 2025. TikTok For Education: Implications for Language Learning in a Second Language Context. *Asian Journal of University Education* 21: 734–749. <https://doi.org/10.24191/ajue.v21i3.50>
- Koowuttayakorn, S. 2025. From Tutors to Influencers: Content Types and Micro-Celebrification of English Teaching TikTok Creators in the Thai Context. *Learn Journal Language Education and Acquisition Research Network* 18: 764–794. <https://doi.org/10.70730/BVYY7891>
- Laor, T. – Galily, Y. 2025. From Hashtags to Fame: Content Strategies of Generation Z TikTok Influencers in Israel. *Information Switzerland* 16: 953. <https://doi.org/10.3390/info16110953>
- Li, B. 2025. Analysis and visualization research of art content dissemination patterns on social media. *Journal of Computational Methods in Sciences and Engineering*. <https://doi.org/10.1177/14727978251366496>
- Limachi Pérez, V. 2025. Ecological Knowledge and Attitudes: Between Lived Experience, School and Socio-Digital Networks. *Revista Kawsaypacha Sociedad Y Medio Ambiente* 15: D-012. <https://doi.org/10.18800/kawsaypacha.202501.D012>
- Lopes, C. – Morais, N. S. – Gouveia, T. – Raposo, R. 2025. Motivations and Consumption Patterns on TikTok among Higher Education Students.

- Proceedings of the 12th European Conference on Social Media ECSM 2025*, 166–176. <https://doi.org/10.34190/ecsm.12.1.3294>
- Mudra, H. 2025. EFL Learners' Preferences, Activities, Rationales, and Barriers in Utilising Mobile Learning in the Context of Flipped Learning. *Journal of Learning for Development* 12: 560–572. <https://doi.org/10.56059/jl4d.v12i3.1611>
- Nguyen, H. 2023. TikTok as Learning Analytics Data: Framing Climate Change and Data Practices. *ACM International Conference Proceeding Series* 33–43. <https://doi.org/10.1145/3576050.3576055>
- Nguyen, L. – Walters, J. – Paul, S. – Blair, G. – Darrah, M. 2025. Feeds, feelings, and focus: A systematic review and meta-analysis examining the cognitive and mental health correlates of short-form video use. *Psychological Bulletin* 151: 1125–1146. <https://doi.org/10.1037/bul0000498>
- O'Leary, E. 2025. Homegrown: Redefining Digital Irish Content, Cultures and Audiences. *Irish Digital Cultures Identity Contexts Space* 233–240. <https://doi.org/10.4324/9781003595380-17>
- Potjanajaruwit, P. – Klaysung, C. – Techarattanased, N. 2025. Follower loyalty to influencers and its influence on purchase intention of cosmetic products on the TikTok platform. *Scientific Culture* 11: 58–75.
- Punkhoom, W. – Sutthisan, S. – Suksawas, W. – Raksasat, N. – Jehma, H. 2025. TikTok-Enhanced Language Learning: Evaluating Short-Form Video Content Impacts on Thai EFL Students' Vocabulary Growth. *Reflections* 32: 1768–1792. <https://doi.org/10.61508/refl.v32i3.285882>
- Rasel, M. A. B. – Islam, M. D. R. – Das, P. C. – Saini, S. 2025. User Influence, Hashtag Trends, and Engagement Patterns: Analyzing Social Media Network Dynamics in Tourism Using Graph Analytics. *Tourism and Hospitality* 6: 60. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6020060>
- Salazar-Vallejo, G. – Rivera-Rogel, D. 2024. Latin American Edutokers: Scope and 2.0 Interaction. *Anuario Electronico De Estudios En Comunicacion Social Disertaciones* 17: 1–15. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13972>
- Sánchez-López, I. – Roig-Vila, R. – Salcedo, E. M. 2023. Teachers on TikTok: Creative strategies and resources for making content go viral. An evolution in education? *Analisi* 69: 93–112. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1649647>

- Serrano-Malebrán, J. – Campos-Núñez, F. – Vidal-Silva, C. – Zuñiga-Contreras, F. – Ahumada-Gutierrez, D. 2025. From search engines to social influence: a stimulus–organism–response model of travel influencers on TikTok. *Frontiers in Communication* 10: 1649647.
- Siraji, A. D. 2025. Exploring how TikTok contents drive student's motivation for linguistic competence in English. *Environment and Social Psychology* 10: 3091. <https://doi.org/10.59429/esp.v10i1.3091>
- Suhardi, S. – Ichsan, N. – Priyandaru, H. – Ihsan, F. I. 2024. Comprehensive analysis of ethical marketing strategies and customer engagement in TikTok business. *Journal of Artificial Intelligence and Engineering Applications. (JAIEA)* 3: 760–765. <https://doi.org/10.59934/jaiea.v3i3.509>
- Ta, H. H. – Trinh, V. H. – Le, T. M. 2025. Exploring the impact of influencers' characteristics on the cosmetics purchase intentions of TikTok users. *Innovative Marketing* 21: 27–39. [https://doi.org/10.21511/im.21\(2\).2025.03](https://doi.org/10.21511/im.21(2).2025.03)
- Valeska, G. – Madyatmadja, E.D. 2025. Assessing Social Influence on TikTok for Gen-Z Academic Performance Enhancement. *Proceeding 2025 4th International Conference on Creative Communication and Innovative Technology Empowering Transformative Mature Leadership Harnessing Technological Advancement for Global Sustainability Iccit 2025* 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICCIT65724.2025.11166775>
- Wang, C. – Li, Z. 2024. Impact of discrete emotions on audience engagement with climate-change videos on Chinese TikTok (Douyin). *Social Behavior and Personality* 52: e13076. <https://doi.org/10.2224/sbp.13076>
- Wang, S. – Sun, Z. – Li, M. – Zhang, H. – Metwally, A. H. S. 2024. Leveraging TikTok for active learning in management education: An extended technology acceptance model approach. *International Journal of Management Education* 22: 101009. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101009>
- Wu, J. – Dong, Z. – Lin, P. – Wu, L. – Li, X. 2025. Beyond virality: evaluating evidence-based content delivery in social media-based pediatric orthodontic education. *BMC Oral Health* 25: 1603. <https://doi.org/10.1186/s12903-025-06998-w>
- Zhang, Y. – Lucas, M. – Bem-Haja, P. – Pedro, L. 2023. Analysis of short videos on TikTok for learning Portuguese as a foreign language. *Comunicar* 31: 114899. <https://doi.org/10.3916/C77-2023-01>

- Zhang, Z. - Qiu, K. – Ye, Y. 2025a: Influence of audiovisual features of short video advertising on consumer engagement behaviors: Evidence from TikTok. *Journal of Business Research* 201: 115662.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115662>
- Zhang, J. – Xiao, Z. – Zhu, Y. – Huang, X. – Wu, Y. 2025b. The impact of social presence on consumer stickiness: the mediating role of trust and the moderating effect of closeness. *Current Psychology* 44: 2102–2113.
<https://doi.org/10.1007/s12144-024-07181-0>