

## שימושים וסיפוקים של סרטוני Tasty (פוסטר)

חגית מישר-טל

מכון טכנולוגי חולון

[hagitmt@hit.ac.il](mailto:hagitmt@hit.ac.il)

מוריה ברוס צור

מכון טכנולוגי חולון

[moria.bros@gmail.com](mailto:moria.bros@gmail.com)

ציפי בבאי

מכון טכנולוגי חולון

[tzipib12@gmail.com](mailto:tzipib12@gmail.com)

## Characteristics of Use of Tasty Videos (Poster)

Tzipi Babay

HIT – Holon Institute of  
Technology

Moria Bros Tzur

HIT – Holon Institute of  
Technology

Hagit Meishar-Tal

HIT – Holon Institute of  
Technology

### Abstract

In July 2015, BuzzFeed launched the Tasty Facebook page. This page includes short cooking video lessons (between 30 seconds to three minutes). In less than a year later the Tasty page had become one of the most viewed pages on Facebook. The purpose of this study was to examine the relationship between uses and gratifications in Tasty videos viewers. The research tool is a quantitative study using a survey questionnaire based on an existing questionnaire that had examined the uses gratifications of news videos viewers. The gratifications that were examined are satisfying the need for leisure and entertainment, self-expression, expanding knowledge and social gratification. The literature review has shown that instructional videos are a good means to self-learning of integrated knowledge (procedural and declarative) such as cooking, but the videos appear to be more effective as an additional tool for learning rather than as an exclusive solution. The main finding is that the main gratification from viewing Tasty videos is expanding one's knowledge concerning cooking, Nevertheless most Tasty viewers watch it in a passive way such as viewing or playing videos. Most video viewers do not implement the knowledge passed in those videos and do not actually cook. Therefore, we recommend using videos of this type as an instructional aid to increase your motivation and enjoyment of learning.

**Keywords:** Uses and gratifications theory, Tasty, Videos, Learning, Cooking.

### תקציר

ביולי 2015 השיקו חברת התקשורת BuzzFeed את עמוד ה-Facebook של Tasty. העמוד כולל בעיקר סרטוני הדרכת בישול קצרים (בין חצי דקה לשלוש דקות) ובתוך פחות משנה הפך העמוד של Tasty להיות אחד העמודים הנצפים ביותר ב-Facebook (Litsa, 2016). לאור ההצלחה של הסרטונים ברחבי הרשת עלו השאלות הבאות; האם אנשים צופים בסרטונים אלו באמת כדי ללמוד בישול ולהעמיק את הידע שלהם בבישול באופן כללי או לצרכים אחרים. בנוסף, האם אנשים החלו לצפות בסרטונים מכיוון שהם הסבו להם הנאה ויכול להיות שבעקבותיהם החלו לבשל או אולי משילוב של כל הסיבות. המחקר מבוסס על תיאורית הסיפוקים והשימושים (כ"ץ וגורביץ', 1973), בעזרתה נבדקו הסיפוקים שמשפקים את צופי סרטוני Tasty והקשר בין הסיפוקים לשימושים בצפייה בסרטוני Tasty. מסקירת הספרות עלה כי סרטוני הדרכה הם אמצעי טוב ללמידה

עצמית של ידע משולב (פרוצדורלי ודקלרטיבי) כגון בישול (Hamada, Satoh, Sakai, & Tanaka, 2001). אם כי הם יעילים יותר ככלי עזר נוסף במהלך הלמידה ולא כפתרון הבלעדי (Hooper, 2016). שיטת המחקר היתה מחקר כמותני, שבוצע באמצעות שאלון סקר. השאלון התבסס על שאלון קיים ומתוקף שבדק שימושים וסיפוקים בצפייה בסרטוני חדשות (Hanson & Haridakis, 2008), הסיפוקים שנבדקו הם סיפוק הצורך לפנאי ובידור; ביטוי עצמי; הרחבת ידע; וחברתי. אוכלוסיית המחקר כללה 102 משיבים, מתוכם 77 נשים ו-25 גברים, בין הגילאים 20 ל-39. הממצא העיקרי הוא כי הסיפוק המרכזי לצפייה בסרטוני Tasty הוא הרחבת הידע אודות בישול, ממצא העולה בקנה אחד עם מסקנות המחקרים שצינו כי סרטוני הדרכה הם אמצעי טוב לשיפור יכולת הלמידה העצמית. אולם, נראה שבסופו של דבר המשתמשים אינם מיישמים את הידע שהם רכשו מן הסרטונים ולא מבשלים בהתאם למתכונים בהם צפו.

הממצאים מעידים על כך שמשיבי הסקר נוטים להרבות להשתמש בסרטונים באופן פסיבי כגון ניגון או צפייה בסרטונים, וככל שהשימוש בסרטונים הופך להיות כזה שדורש אקטיביות כך יורדת תדירותו בקרב המשיבים. באופן כללי ניתן לראות שככל שתדירות השימוש בסרטוני Tasty עולה, כך גם עולה הסיפוק מהצפייה בסרטונים.

מן הנאמר ניתן להסיק כי אמנם לרוב צופי הסרטונים אינם מיישמים את הידע שמועבר בסרטונים ואינם צופים בהם לצורך למידת בישול.

לסיכום, היות ורוב צופי הסרטונים אינם צופים בהם למטרת למידה, אלא מעדיפים שימוש כמה שיותר פסיבי בסרטונים, ניתן להסיק כי מהסרטונים צריך להיות לצופים רצון מקדים ללמידה, לכן נמליץ להשתמש בסרטונים מסוג זה כאמצעי עזר בלמידה כדי להעלות ללומדים את המוטיבציה וההנאה מהלמידה.

**מילות מפתח:** תיאורית הסיפוקים והשימושים, Tasty, סרטונים, למידה, בישול.

## מקורות

- כ"ץ, א', וגורביץ', מ' (1973). *תרבות הפנאי בישראל; דפוסי בילוי וצריכה תרבותית*. תל אביב: עם עובד.
- Hamada, R., Satoh, S., Sakai, S., & Tanaka, H. (2001). Detection of Important Segments. *Content-Based Access of Image and Video Libraries*, 118-123.
- Hanson, G., & Haridakis, P. (2008). YouTube Users Watching and Sharing the News: A Uses and Gratifications Approach. *The journal of electronic publishing*, 11.
- Hooper, J. (2016). Digitizing the Easel: Student Perspectives on Tutorial Videos in the Art Classroom. *Art Education*, 69, 23-28.
- Litsa, T. (2016). *10 reasons BuzzFeed's Tasty videos dominate on Facebook*. Retrieved from ClickZ: <https://www.clickz.com/10-reasons-buzzfeeds-tasty-videos-dominate-on-facebook/9>