

# 以 YouTube 為媒介傳播融合教育知識 之成效研究

黃彥融

國家教育研究院  
課程及教學研究中心  
助理研究員

## 摘要

本研究旨在探究 YouTube 中與融合教育相關的影片，分析其傳播形式與成效。研究方法採內容分析法，在 YouTube 上以「融合教育」或「融合」作為關鍵字搜尋條件，時間取樣以 2015 年 1 月至 2020 年 6 月為範圍，取樣對象為以我國為範圍，該影片應設定公開在網際網路上，經篩選後有 20 部 YouTube 影片與融合教育相關。針對影片內資訊進行整理與分析，結果發現 YouTube 中與融合教育相關影片多以微電影的方式呈現，其他則以新聞類型、紀錄片或綜藝節目形式呈現。相關影片由高知名度網路紅人協助拍攝，其影片觀看數較高。根據本研究結果可提供相關教育機關組織參考，以作為融合教育推廣之用。

**關鍵詞：**YouTube、融合教育知識傳播、影片搜尋平台

## 壹、前言

身處在數位資訊快速傳遞的年代，訊息傳遞管道多元且豐富，影像傳播不再侷限於電視，人們開始改變習慣，轉由透過網際網路尋找自己感興趣的影片。YouTube 為現代人常用的影片搜尋和分享平台，透過 YouTube 可以上傳自己所拍攝

的影片，亦可透過自己有興趣的關鍵字搜尋並觀看影片，在每個影片中供有上傳者、影片資訊、觀看次數、上傳日期及留言等資訊。故 YouTube 改變現代人觀看影片的習慣，透過網際網路搜尋自己有興趣的影片以增進休閒娛樂，甚至獲取新知。

YouTube 於 2005 年成立，基於用戶生成內容(user-generated content, UGC)所產生的影音平台，意指該平台的內容係由

其用戶所貢獻創造而成的，亦被視為 Web 2.0（亦可稱為參與式網路或社群網路）的一種形式(Burgess & Green, 2009)。因為 YouTube 中的影片多為 UGC，傳統上很難吸引著觀眾的目光(Kim, 2012)。但自從 2006 年被 Google 收購後，YouTube 上的專業作品明顯地增加，轉而成為專業生成內容 (professionally-generated content, PGC)，這些 PGC 實際上是企業實體為擴展商業品牌影響力而創建的內容，吸引了許多網路上的人們所注意，亦改變了 YouTube 上影片的呈現模式(Kim, 2012; Lobato, 2016; Vonderau, 2016)。YouTube 影片亦為傳遞知識訊息的管道，人們會透過 YouTube 搜尋健康與疾病的相關影片，藉此增進自我對於疾病資訊的認識(Keelan et al., 2007; Sood et al., 2011)。Burgess 與 Green (2009) 進一步指出 YouTube 上有大量的內容消費者(content consumers)，但仍不能保證吸引觀眾並取得成功，成功的關鍵取決於頻道的訂閱者數量和影片觀看次數。且 YouTube 透過其演算法，向觀眾推薦熱門影片，進而增加了這些影片的受歡迎程度，透過其推薦系統既可辨識出熱門內容，在受到推薦的情況下讓相關頻道及影片更受觀眾的重視(Szabo & Huberman, 2010; Welbourne & Grant, 2016)。Cooper (2019)更指出 YouTube 每個月活躍用戶近 20 億，在美國有 73% 的成人、81% 的年齡介於 15-25 歲的青少年會使用 YouTube，且 YouTube 在美國以外的用戶佔 80%，其影響力超過一般電視媒體。顯示 YouTube 發展至今已成為網路上

重要的影音平台，透過 YouTube 傳遞商業品牌、健康及個人創作的資訊，藉由影片吸引人們的關注，經由不斷地觀看次數累積與演算法的推播，創造更多的觀看數及網路上的影響力，已成為這個世代中重要的訊息傳播媒介。

融合教育為近代特殊教育的重要思潮，且為特殊教育學界所熱烈探討的議題，亦為許多國家特殊教育政策發展核心，更為聯合國宣示的普世價值，落實融合教育亦被視為教育革新的重要目標，其實施成效更被視為國家教育發展與人權保障之指標，普遍在歐美國家獲得認同(Armstrong et al., 2010; Benjamin, 2002)。我國在《特殊教育法》(2019)第 18 條中明訂「特殊教育與相關服務措施之提供及設施之設置，應符合適性化、個別化、社區化、無障礙及融合之精神」。而融合教育目的為讓身心障礙學生能參與學習，學習到更多技能以利於融入社會，獨立參與社會。為使學校能落實融合教育，促進身心障礙學生在校學習適應良好，便制定《身心障礙學生支持服務辦法》(2013)，其中第 13 條便明訂「學校(園)及機構應每年辦理相關特殊教育宣導活動，鼓勵全體教職員工與學生認識、關懷、接納及協助身心障礙學生，以支持其順利學習及生活」；亦說明「前項所定特殊教育宣導活動，包括研習、體驗、演講、競賽、表演、參觀、觀摩及其他相關活動；其活動之設計，應兼顧身心障礙學生之尊嚴」。如同 Operti 等人(2013)指出融合教育不單純只是提供資源、基礎設施、技術或設備等

物質內容調整，更不是僅透過調整課程、引進新的專業或要求職前教師學習特殊需求教學，而是應能達成「所有人都有接受教育的權利」、「為所有特殊需求學生創造最佳學習條件」、「全民教育(Education for all)」及「提供優質教育」等 4 個核心目標。融合教育若能從小做起，透過年幼兒子開始教育融合的觀念，增進一般學生與身心障礙學生的接觸，便能減少歧視與促進身心障礙者的適應(Kozleski & Yu, 2016)。故融合教育是當今特殊教育重要的實施模式，為求每位身心障礙學生能參與學習，透過相關理念的落實與實施減少歧視與增進適應，在相關法規中亦強調透過宣導活動讓全體師生認識、關懷、接納及協助身心障礙學生，以增進全體民眾皆能具備融合教育知識，以促進身心障礙者未來進到社會後得以有良好的適應，使社會環境更加融洽。

現今知識傳遞管道多元，融合教育知識傳遞應不限於學校或教室，透過網際網路其觸及範圍廣泛，不限於學齡者，亦可對社會大眾產生新的影響，傳播融合教育的形式也應隨著時代的演進有所變化，透過更多元的影音模式便能吸引更多人瞭解。而 YouTube 為現今最熱門且廣泛被使用的影音平台，使用者不需花費任何費用，僅需透過可上網的裝置便能在其中觀看到自己感興趣的內容。故本研究旨在探究以 YouTube 為媒介傳播融合教育知識之成效研究，分析 YouTube 中與融合教育相關的影片，整理其傳播形式與成效。研究目的為瞭解與融合教育相關影片的內容

呈現方式資訊及傳播形式，並探究相關影片的傳播成效，期能提供相關教育機關組織參考，以作為融合教育推廣之用。

## 貳、文獻探討

### 一、融合教育知識傳播之相關研究

Operti 等人 (2013) 指出融合教育須優先發展對融合教育的社會理解、促進正確的融合態度、對所有學習者提供全面性支持的學校改革、學習者的課程調整及教師融合教學技能的增能等事項。而融合教育施行模式需考量學生的認知行為、社會情緒能力、身體物理能力、感官上障礙程度及其優勢能力，透過專業團隊的判斷給予不同的融合教育環境(Bryant et al., 2008; Salend, 2008)。洪榮照與黃翠琴 (2010) 具體指出學校應多舉辦認識各類身心障礙者的活動，使普通班學生可以認識身心障礙同學的優點及可能的需求，以增進普通班學生對身心障礙同學接受與接納。是以，在教育環境中進行正確的融合教育知識傳遞，可以增進普通班學生對於身心障礙學生更加認識，進而產生同理心協助有需要幫助的人，促進更好的相處模式。

學校單位為求讓全校師生能認識身心障礙學生，常採取特教宣導方式進行。Snow (2004)指出特殊教育宣導意義在於試圖教育他人關於身心障礙者相關知識，以減少歧視或在校園、工作場域等為身心障礙者創造積極且正向的環境。除特教宣導外，亦採取團隊合作、個別輔導、正向

管教、給予具體建議及落實個別化教育計畫等策略，讓融合教育得以落實(劉淑雯、楊惠琳，2016)。蔡明富與林雍津(2017)具體分享至一所大學及國中進行自閉症認識與接納宣導實施過程，採用形式為海報及電腦簡報，結果指出宣導過程應注意材料及視聽設備，並建議相關用詞遣字應口語化及淺白。而在形式上，陳志軒與彭彥嘉(2018)比較人際接觸法與傳統教育宣導法，結果指出研究發現人際接觸法介入對低年級普通班學生能有效降低對特殊學生的社會距離，且行為上能夠提升接納特教班學生，國小早期階段應用人際接觸法推廣特殊教育宣導較具成效。顯示透過特教宣導活動方式傳遞融合教育知識，常以口語傳遞搭配圖像進行宣導，亦有透過人際接觸方式進行。除上述特教宣導外，在融合教育宣導上已可採用文章分享、海報宣傳、作品展示、身心障礙體驗活動及表揚活動等，更有網頁、電影或動畫等形式。然隨著科技進步相關融合教育知識傳播越趨多元，江承儒與劉新貴(2016)整理出常見可用於 Android 系統應用程式的融合教育宣導，但指出目前 app 運用有限，建議未來應可多使用科技產品進行特殊教育宣導活動，使特殊教育宣導活動進入一個更多元的時代。

而隨著數位資訊快速傳遞，知識傳遞應有更多元管道，透過網際網路觸及範圍更為廣泛，現行相關研究較少探究網際網路裡的融合教育知識傳播形式。尤以網路已成為極具影響力的第四媒體，根據財團法人台灣網路資訊中心(2019)指出全國

12歲以上上網人數達1,898萬人，而全國上網人數經推估已達2,020萬，整體上網率達85.6%，且超過八成以上的民眾使用網路以滿足在社交、娛樂、資訊、溝通等使用需求，其中YouTube為大眾使用影音平台的第一名。因YouTube可供免費瀏覽或上傳影片的共享平台，許多人依賴它學習新知或打發時間，其影響力十分廣大。Google與Ipsos公司於2018年公布臺灣《YouTube使用行為大調查》報告，其中指出有超過9成的民眾每月至少造訪YouTube一次，每日使用者則高達7成，更有超過一半的使用者每天平均在YouTube上花費超過1.5小時。YouTube對觀眾最大的吸引力在於平台上豐富的影音內容，全球每一分鐘有超過500小時的影片上傳到YouTube。若透過YouTube將相關融合知識傳播，將更具有重大意義與效益。如同Mullen與Wedwick(2008)認為在現今科技發展的年代，應在課堂教學中採用現代科技技術，使學生得以面對數位社會所需的技能。顯示教學媒介的多元化，科技被視為生活中各方面的重要組成因子，教育者有責任為學生做好應對未來的準備，透過YouTube作為融合知識的傳播媒介，應可更具事半功倍之效。故本研究以YouTube為探討媒介，分析YouTube中與融合教育相關的影片，探究其傳播融合教育知識之成效。

## 二、YouTube作為知識傳播平台之相關研究

Alias等人(2013)指出YouTube吸引數十億的用戶，包含相關教育工作者及

專家學者等不同專業背景人士，尤其是教育工作者可透過 YouTube EDU (<http://www.youtube.com/edu>)作為共享講座和校園活動的渠道，使 YouTube 成為學術界發展的一部分。隨著 YouTube 在教育與研究中的蓬勃發展，相關專家學者亦發現到相關研究議題，YouTube 中累積的數據儼然已成學術文獻中討論和詢問的話題 (Chenail, 2008; Snelson, 2009)。Ahmad (2016)研究亦指出利用 YouTube 是「可視化」(visualized)工具的特性，可有效提升教師的教學效能，使相關內容得以透過重複檢視及影音效果傳遞。是以，YouTube 不僅可作為社會大眾放鬆、娛樂的平台，更提供了眾多數據讓有興趣的研究者可以從中發現整理分析數據。

YouTube 上影片十分廣泛，從社會、政治、新聞、娛樂、生活到醫療專業，一切都可以在 YouTube 上找到，顯示其影響範圍十分廣泛。Keelan 等人 (2007) 在 YouTube 中使用疫苗接種(vaccination)及免疫接種(immunization)作為關鍵字進行搜尋，最後找尋到 153 部影片，結果發現到相關影片對於觀看者的疾病防禦知識產生影響。Sood 等人(2010)分析在 YouTube 上使用與尿石症相關的 109 個影片，並以與腎結石相關的關鍵字 (如 "nephrolithiasis"; "renal calculi"; "renal stones"及 "kidney stones") 進行搜尋，結果發現其中 58.3% 為有用訊息 (useful information)，18.1% 的內容具有誤導性 (misleading)，最後指出 YouTube 擁有大量關於尿石症資訊，對於觀眾有極大的影響

力。Madathil 等人 (2015) 回顧 18 篇探討透過 YouTube 傳遞醫療保健訊息的文獻，結果指出 YouTube 被越來越廣泛地用於作為傳播健康資訊的平台，且相關影片被觀看次數取決其關鍵字，而透過這些 YouTube 影片會影響到觀眾對於相關健康的態度與知識，但仍須檢視其內容是否涵蓋不實資訊，方能使觀眾做出正確的醫療保健決策。Airoldia 等人(2016)針對 22,141 部 YouTube 音樂相關影片進行分析，以了解 YouTube 相關演算法間的關聯，結果整理出 50 個相關的集群(clusters)，形塑出相同的音樂訊息傳遞，讓觀眾可獲取相關的音樂資訊。Welbourne 與 Grant (2016) 針對 YouTube 中與科學傳播 (science communication)有相關的 39 個頻道 390 個影片進行內容分析，結果發現儘管專業生成的內容數量佔所有內容較多數，但用戶生成的內容明顯更受歡迎，且具有一致的科學傳播者比沒有常規傳播者的影片更受歡迎。Chesher (2017)則是以 YouTube 上與玩具機器人(toy robots)相關影片作為研究，結果發現有許多影片在介紹商品內容 (開箱)、說明操作及紀錄與玩具機器人互動過程等內容，讓觀看者可以瞭解相關玩具機器人的用途，增進相關商品知識。從相關研究可知透過 YouTube 得以傳遞許多訊息，無論是醫療健康、音樂、科學傳播或商品資訊等皆有相關研究進行探討，惟相關融合教育或特殊教育的資訊傳播狀況在以往研究中鮮少進行分析。

從相關研究可知 YouTube 可作為相關知識訊息的傳遞媒介，且透過 YouTube

作為媒介之影響力不容小覷；而融合教育為我國特殊教育發展的重要理念目標，若能透過 YouTube 為媒介傳播融合教育知識必能有效發揮其功能。惟現今並無相關研究進行探究，故本研究將檢視 YouTube 上與融合教育相關影片，以內容分析方式探究其相關資訊之成效，藉此瞭解以 YouTube 作為媒介傳播融合教育之成效，透過本研究結果提供相關教育機關組織參考，以作為融合教育推廣之用。

## 參、研究方法

### 一、研究對象

本研究在 YouTube 上以「融合教育」或「融合」作為關鍵字搜尋條件，時間取樣以 2015 年 1 月至 2020 年 6 月間合計 6 年 6 個月為時間範圍，取樣對象為以我國為範圍，該影片應設定公開在網際網路上，未公開或設定為私人影片則不在本次研究取樣範圍之內。結果發現自 2015 年 11 月起才有第一部與融合教育相關的影片，刪除掉部分與特殊教育無相關之影片，經篩選後計有 20 部 YouTube 影片。

### 二、分析方法

本研究採用內容分析法 (content analysis) 的方式進行分析。內容分析是一個研究量化趨勢與呈現改變狀況的有用工具，該方法亦稱為文獻分析或資料分析，經常用來解釋某段特定時間某現象的狀態，或某段時間內該現象的發展情形（王文科，2003）。網路發達的趨勢下，內容分析再度受到重視，在社會科學實證研究

上是文本分析的重要方法之一 (Bauer, 2000)。其分析步驟可分為形成研究問題或假設、資料蒐集、資料濃縮、類目界定、分析文獻資料及下結論等 6 個步驟（王石番，1989；Kalus, 2003）。本研究針對影片的描述內容、影片長度、上傳時間、觀看次數、喜歡數、不喜歡數、留言數及留言內容等資訊進行整理與分析。

### 三、資料處理與分析

Berelson (1952) 認為內容分析對於明顯的資料進行客觀而有系統的量化，並加以描述的一種方法。本研究主要針對 YouTube 中與融合相關的影片內容進行內容分析，YouTube 影片提供了該影片的描述內容、影片長度、上傳時間、觀看次數、喜歡數、不喜歡數、留言數及留言內容等資訊。針對這些資訊可透過 Krippendorff (1980) 之建議，將蒐集來的資料進行單位化 (unitization)，並將資料濃縮 (data reduction) 後再行推論與分析。為求資料搜集之準確性，研究者與 1 位擁有教育碩士學位的現職特教教師進行影片篩選，篩選出 20 部 YouTube 影片。

資料搜集部分，研究者透過相關爬蟲軟體抓取此 20 部影片的相關留言內容 (如圖 1)，另外針對觀看次數、喜歡數及不喜歡數則透過 influencer (<https://tw.noxinfluencer.com>) 進行搜集 (如圖 2)，其餘不足資訊則由研究者自行搜集補充。資料分析部分，分為量化與質性內容。量化內容部分有影片長度、上傳時間、觀看次數、喜歡數、不喜歡數及留言數，透過 R 軟體進行相關描述統計，以最小值、最

大值、次數及標準差等方式呈現以進行說明。質性內容部分有留言內容，亦透過 R

軟體將詞頻、內容製作成文字雲進行說明。

留言用戶列表			用戶數: 49
序號	用戶名	時間	留言
1	啊香	2019-08-05	那老師好像有演過萌學園
2	Katrina Lui	2019-08-03	很奇怪耶！看不懂字要怎
3	shiny81126	2019-03-24	現實中，這樣的學生不被
4	鄭恩恩	2018-11-22	我是因為同婚公投議題進
5	潘詩倫	2018-11-07	原來你們有分2個部分
6	louis tan	2018-08-07	想辦法
7	葉慈庭	2018-07-18	最後同學都幫她，好感動
8	李珮瑄	2018-06-03	看到最後哭了...
9	洪珮芸	2018-04-14	那個媽媽比較需要被輔導
10	采澄	2018-04-06	太好看了 😊👍
11	Victoria Ling	2018-02-08	我跟曉樂有點像老師都對

圖 1 爬蟲軟體抓取影片留言內容示意圖

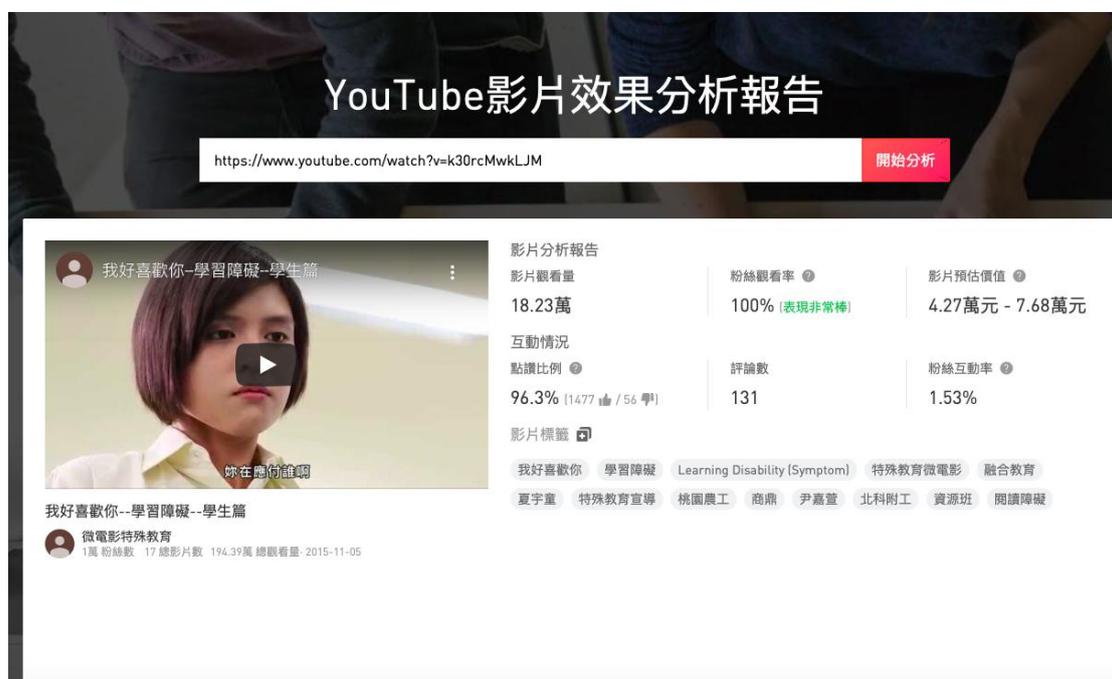


圖 2 influencer 抓取影片觀看數等內容示意圖

## 肆、結果與討論

### 一、YouTube 中與融合教育相關影片內容資訊

YouTube 中與融合教育相關影片的影片名稱及相關內容，按照上傳時間由舊到新，整理後如表 1。從表 1 中可知，最早的影片為「教育部國民及學前教育署」於 2015 年 11 月上傳的微電影，自此之後則改由「微電影特殊教育」從 2015 年 11 月至 2019 年 4 月陸續共上傳 15 部微電影，可發現多透過微電影的形式來介紹相關身心障礙類別；而其餘與融合教育相關的影

片則以新聞類型(如表 1 中編號 9 及 15)、紀錄片(如表 1 中編號 14)或綜藝節目(如表 1 中編號 20)等形式呈現。亦可得知在各年度皆有融合教育的相關影片在 YouTube 上傳，計 2015 年有 4 部、2016 年有 2 部、2017 年有 3 部、2018 年有 6 部、2019 年有 5 部，每年皆有不同影片可供有興趣的大眾觀看，若教師要利用其進行融合教育理念宣導，亦可有不同的內容可供使用。在內容部分，多談論我國的特殊教育模式，除表 1 中編號 9 為介紹挪威的特殊教育外，其餘皆以我國為範疇，說明與身心障礙者相處時應注意的內容或融合教育的相關理念。

表 1

YouTube 中與融合教育相關影片名稱及形式整理表

編號	影片名稱	創作者	上傳時間	形式
1	特殊教育微電影「呼叫少年」【學生篇】	教育部國民及學前教育署	2015 年 11 月 3 日	微電影
2	特殊教育微電影「呼叫少年」【教師篇】	教育部國民及學前教育署	2015 年 11 月 3 日	微電影
3	我好喜歡你--學習障礙--學生篇	微電影特殊教育	2015 年 11 月 5 日	微電影
4	我好喜歡你--學習障礙--教師篇	微電影特殊教育	2015 年 11 月 5 日	微電影
5	微電影--[ 跳舞吧！機器人 ] My Very First Dance--腦性麻痺-- 教師篇	微電影特殊教育	2016 年 11 月 25 日	微電影
6	微電影--[ 跳舞吧！機器人 ] My Very First Dance	微電影特殊教育	2016 年 11 月 25 日	微電影
7	微電影--[ 青春手拉手 ]Short Film: Hand in Hand	微電影特殊教育	2017 年 4 月 10 日	微電影
8	特殊教育微電影-青春手拉手--教師篇	微電影特殊教育	2017 年 4 月 10 日	微電影
9	獨立特派員第 494 集 (挪威特殊教育)	公共電視-獨立特派員 PTS INNEWS	2017 年 5 月 3 日	新聞
10	特教微電影「加好友的那件小事」【教師篇】	微電影特殊教育	2018 年 5 月 11 日	微電影
11	微電影--[ 加好友那件小事 ] Unsolicited Friend Request	微電影特殊教育	2018 年 5 月 11 日	微電影
12	特教微電影「青春倆好三壞」【教師篇】	微電影特殊教育	2018 年 5 月 11 日	微電影

(續下頁)

編號	影片名稱	創作者	上傳時間	形式
13	微電影--[ 青春倆好三壞 ] How I Met My Best Friend's Date	微電影特殊教育	2018 年 5 月 11 日	微電影
14	106 年度大專校院腦性麻 痺學生成長夏令營愛一夏 36 分鐘完整版	微電影特殊教育	2018 年 6 月 4 日	紀錄片
15	20181205 融合或是抽 離？特教資源班教學模式 受矚目	佛光山人間衛視	2018 年 12 月 5 日	新聞
16	微電影--[ 你看妳看 ]--妥 瑞症教師篇	微電影特殊教育	2019 年 3 月 28 日	微電影
17	微電影--[ 你看妳看 ]	微電影特殊教育	2019 年 3 月 28 日	微電影
18	微電影--[女孩卡卡]	微電影特殊教育	2019 年 4 月 10 日	微電影
19	微電影--[女孩卡卡]--拒學 症教師篇	微電影特殊教育	2019 年 4 月 10 日	微電影
20	【博恩夜夜秀】蛤？適應 體育？	STR Network	2019 年 6 月 18 日	綜藝節 目

而相關創作者的背景，若以 UGC 或 PGC 的方式分類，則皆為 PGC，即是以企業、公司、團體或政府機關等作者為創作者。尤以相關微電影皆是以「教育部國民及學前教育署」為創作者，因「微電影特殊教育」此創作者是在「教育部國民及學前教育署」相關經費委辦下創作，透過委託相關製作公司完成微電影，以進行相關融合教育知識的宣傳，其餘創作者則為相關新聞或娛樂媒體。是以，YouTube 中與融合教育相關影片多以微電影的方式呈現，皆為 PGC 為背景的創作者，內容則多為較為能吸引社會大眾，用較為輕鬆或吸

引人的形式進行拍攝，自 2015 年有第一部相關影片發佈至今，幾乎每年都有相關內容用以宣導融合教育的理念，其數量雖不多但每年皆有新的內容可供觀看。

## 二、YouTube 中與融合教育相關影片的資訊分析

將此 20 部 YouTube 中與融合教育相關影片的影片長度、觀看次數、喜歡數、不喜歡數、點讚比例、粉絲互動率、粉絲觀看率及留言數等資訊，將其最小值、最大值、平均及標準差進行比較分析，整理後如表 2。從表 2 中可知，影片長度最短僅有 2 分 53 分，是編號 15 由佛光山人間

衛視製作的「20181205 融合或是抽離？特教資源班教學模式受矚目」新聞，由於影片最短其留言數便為 0；點讚比例為 90% 為點讚比例最低的一部，其粉絲互動率為 0.69% 及粉絲觀看率為 2.20%，顯示觀眾雖喜歡該影片，但該創作者的粉絲對於該影片並無很高的興趣。影片長度最長的則有 36 分 33 秒，是標號 14 的「106 年度大專校院腦性麻痺學生成長夏令營愛一夏 36

分鐘完整版」，由「微電影特殊教育」進行創作，其影片雖為最長，其留言數卻僅有 1 則；點讚比例為 96.67%、粉絲互動率為 1.03% 及粉絲觀看率為 37.80%，顯示影片長度過長也無法吸引粉絲或社會大眾所關注。綜上可知，在 YouTube 上影片過短或過長皆無法有效吸引觀眾注意，引起相關的認同或留言。

表 2

YouTube 中與融合教育相關影片資訊分析整理表

	最小值	最大值	平均	標準差
影片長度	2 分 53 秒	36 分 33 秒	16 分 45 秒	6 分 17 秒
觀看次數	1,198	522,978	122,061	135215.16
喜歡數	9	13,000	1,573	2836.62
不喜歡數	0	117	35	37.35
點讚比例 1	90.00%	100.00%	96.77%	2.07%
粉絲互動率 2	0.28%	4.53%	1.47%	0.78%
粉絲觀看率 3	2.20%	100.00%	83.94%	32.79%
留言數	0	544	56.50	115.28

註 1：點讚比例為喜歡數除以喜歡數加不喜歡數換算出點讚比例，顯示給予影片回饋者比例

註 2：粉絲互動率：為該頻道創作者的粉絲對該影片留言的比例，此數據為透過 influencer 所得

註 3：粉絲觀看率：為該頻道創作者的粉絲觀看該影片的比例，此數據為透過 influencer 所得

此外，進一步以觀看次數進行討論。觀看次數最少的為編號 15 由佛光山人間衛視製作的「20181205 融合或是抽離？特教資源班教學模式受矚目」，其觀看次數

僅有 1,198 次；觀看次數最多的則為編號 20 由 STR Network 製作的「【博恩夜夜秀】蛤？適應體育？」，其觀看次數高達 522,978 次。其中，值得關注的是此影片



餘內容亦有討論微電影的「女主」、「主角」、「可愛」等詞，皆與融合教育或特殊教育無直接相關，但可知影片內的人物是大眾觀看影片時非常關心與注意的一部分。針對詞頻較高的留言，整體進行回顧可發現大家對於「老師」在特殊教育中扮演的角色予以極高的肯定，如「很感謝這些拍攝人員付出的辛苦，每一間學校裡都會有一種學習障礙的學生，但是透過一些同學鼓勵加上老師的教材運用相信他可以突破障礙，其實特教班他不是身心障人士讀的，他是一位老師給你個別輔導讓你在升學中獲得更多資訊」、「現在很少這種老師啦雖然我很慶幸自己遇到很多好師長但是也有遇到些為人師表很差且助肘為孽的『教師』學習障礙的學生在台灣很辛苦的感謝我遇上的好教師幫助了我」、「很喜歡這次的主題，同時也很欣賞羅老師的教育理念。現代的社會是不斷地進步，是時候將一些古板的教育觀念做調整與更新了，祝福這些學生未來都能有不錯的發展」等。許多留言亦對影片內容給予高度肯定，如「這集很棒～有康納秀的味道」、「這單元很棒！」、「我覺得透過體育讓一般生跟特教班玩在一起很棒耶！」等。顯示其留言內容多以正向為主，願意給予影片正向的肯定，並留下自己對於影片的心得，充分展現出對於影片的關注，亦對特殊教育或融合教育給予支持。

表 3

YouTube 中與融合教育相關影片留言內容詞頻整理表

次數	詞
108	博恩
80	老師
79	真的
66	什麼
58	可以
58	特教
54	哈哈
53	國中
53	體育
51	不是
48	自己
45	教育
42	可愛
40	主角
39	知道
38	看到
38	覺得
37	女主
35	同學
35	影片
34	喜歡
33	那個
32	這樣
31	不會
31	很棒

## 伍、結論與建議

### 一、結論

#### (一) YouTube 中與融合教育相關影片呈現方式及內容

YouTube 中與融合教育相關影片從 2015 年 1 月至 2020 年 6 月計有 20 部，多以微電影的方式呈現，其他則以新聞類型、紀錄片或綜藝節目形式呈現，內容部分多以談論我國的特殊教育模式為主。其創造者多為專業生成內容 (PGC)，主要是由教育部進行拍攝或相關新聞媒體報導、專訪而成的影片。其影片長度平均為 16 分 45 秒，不因影片長短而產生觀看次數的差異，但可發現過短或過長的影片內容，較不吸引人去觀看及討論。其中最熱門影片觀看次數高達 52 萬次，其喜歡數有 13,000 個，留言則有 544 則。而自 2015 年有第一部相關影片發佈至今，幾乎每年都有相關內容用以宣導融合教育的理念，其數量雖不多但每年皆有新的內容可供觀看。

#### (二) YouTube 中與融合教育相關的影片觀眾接受度

在此 20 部影片中，普遍而言受到觀看者喜歡，每部影片的喜歡數皆大於不喜歡數，點讚比率的平均高達 96.77%。其留言內容多以正向為主，願意給予影片正向的肯定，並留下自己對於影片的心得，充分展現出對於影片的關注，給予融合教育理念支持。

#### (三) YouTube 中與融合教育相關的影片運作策略

YouTube 中與融合教育相關影片拍攝的創作者多數仍集中在相關的教育主管機關，僅有少數為 YouTube 的創作者，其成效亦反應在觀看數的高低。本次分析的融合教育相關影片中，觀看數最多的影片即為擁有高知名度的網路紅人（俗稱為網紅），在留言部份亦以該網紅名字為高詞頻。結果顯示若需提高關注影片，必須要找尋高知名度的網紅、明星或名人協助拍攝，可造成較高的影片觀看數或關注話題性。

### 二、建議

#### (一) 對研究內容的建議

從過往 YouTube 相關研究中可發現會對於相關影片資訊進行事實查核 (fact check)，而本次分析的影片已由研究者進行初步篩選，故未針對內容正確訊息進行檢視，且其影片量尚屬少，建議後續研究若融合教育影片累積到一定數量，或是開始有大量用戶生成影片出現時，可針對進行影片內容正確性進行篩選探究。

#### (二) 對相關教育單位的建議

從本研究可知在 YouTube 上雖未有大量與融合教育知識相關之影片，但每年皆有新的內容可供觀看，且教育部投入大量人力、資金拍攝影片。故建議教育單位應有效運用這些影片，打破以往特教宣導模式，透過讓學生運用自己熟悉的網際網路觀看，吸引更多學生注意融合教育的議題，透過 YouTube 的影響讓融合教育知識得以傳遞。

## 參考文獻

- 王文科(2003)。教育研究法(增訂七版)。五南。
- 王石番(1989)。傳播內容分析法：理論與實証。幼獅文化。
- 江承儒、劉新貴(2016)。如何利用 Android 系統應用程式進行特殊教育宣導活動。南屏特殊教育，7，1-10。
- 身心障礙學生支持服務辦法(民國102年9月27日)。
- 洪榮照、黃翠琴(2010)。國小普通班學生對自閉症同儕接納態度之研究。臺中教育大學學報：教育類，24(1)，177-194。doi:10.7037/JNTUE.201006.0177
- 陳志軒、彭彥嘉(2018)。比較人際接觸法與教育宣導法在國小特教生社會距離及接納行為之效果。身心障礙研究，16(1)，1-15。
- 特殊教育法(民國108年4月24日)。
- 財團法人台灣網路資訊中心(2019)。2019 台灣網路報告。財團法人台灣網路資訊中心。
- 蔡明富、林雍津(2017)。「來自星星的他」一校園認識自閉症宣導活動設計及實施實例。雲嘉特教，26，32-38。
- 劉淑雯、楊惠琳(2016)。從新北市資源班實施要點談融合教育。國教新知，63(4)，78-82。doi:10.6701/TEEJ.201612\_63(4).0009
- Ahmad, J. (2016). Technology assisted language learning is a silver bullet for enhancing language competence and performance: A case study. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 5(7), 118-131. doi:10.7575/aiac.ijalel.v.5n.7p.118
- Airoldia, M., Beraldob, D., & Gandinic, A. (2016). Follow the algorithm: An exploratory investigation of music on YouTube. *Poetics*, 57, 1-13. doi:10.1016/j.poetic.2016.05.001
- Alias, N., Razak, S. H. A., elHadad, G., Kunjambu, N. R. M. N. K., & Muniandy, P. (2013). A content analysis in the studies of YouTube in selected journals. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 103, 10-18. doi:10.1016/j.sbspro.2013.10.301
- Armstrong, A. C., Armstrong, D., & Spandagou, I. (2010). *Inclusive education: International policy and practice*. Sage.
- Bauer, M. W. (2000). Classical content analysis: A review. In Bauer, M. W., & Gaskell, G. (Eds.), *Qualitative researching - with text, image, and sound* (pp.131-151). Sage.
- Benjamin, S. (2002). *The micropolitics of inclusive education: An ethnography*. Open University Press.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. The Free Press.

- Bryant, D. P., Smith, D. D., & Bryant, B. R. (2008). *Teaching students with special needs in inclusive classrooms*. Pearson.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *Youtube: Online video and participatory culture*. Polity press.
- Chenail, R. J. (2008). YouTube as a qualitative research asset: reviewing user generated videos as learning resources. *The Weekly Qualitative Reports*, 1(4), 18-24. Retrieved from <http://www.nova.edu/sss/QR/WQR/youtube.pdf>
- Chesher, C. (2017). Toy robots on YouTube: Consumption and peer production at the robotic moment. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(1), 148-160. doi:10.1177/1354856517706492
- Cooper, P. (2019). *23 YouTube statistics that matter to marketers in 2020*. Retrieved from <https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/>
- Kalus, K. (2003). *Content analysis: An introduction to its methodology (2nd ed.)*. Sage.
- Keelan, J., Pavri-Garcia, V., Tomlinson, G., & Wilson, K. (2007). YouTube as a source of information on immunization: A content analysis. *JAMA: Journal of the American Medical Association*, 298, 2482-2484. doi:10.1001/jama.298.21.2482
- Kim, J. (2012). The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content. *Media, Culture & Society*, 34(1), 53-67. doi:10.1177/0163443711427199
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Kozleski, E. B., & Yu, I. (2016). Inclusive Education. In Meyer, L. (2016), *Oxford Bibliographies in Education*. Oxford University Press.
- Lobato, R. (2016). The cultural logic of digital intermediaries: YouTube multichannel networks. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22(4), 348-360. doi:10.1177/1354856516641628
- Madathil, C. K., Rivera-Rodriguez, A. J., Greenstein, J. S., & Gramopadhye, A. K. (2015). Healthcare information on YouTube: A systematic review. *Health Informatics Journal*, 21(3), 173-194. doi:10.1177/1460458213512220
- Mullen, R., & Wedwick, L. (2008). Avoiding the digital abyss: Getting started in the classroom with YouTube, digital stories, and blogs. *Clearing House*, 82(2), 66-9.
- Operti, R., Walker, Z., & Zhang, Y. (2013). The current state of inclusive education around the world. In Florian, L. (2013), *SAGE Handbook of Special Education*

- (2nd ed.). SAGE.
- Salend, S. J. (2008). Determining appropriate testing accommodations. *Teaching Exceptional Children, 40*(4), 14-22.
- Snelson, C. (2009). Web-based video for e-learning: Tapping into the YouTube phenomenon. In H. Yang & S. Yuen (Eds.), *Collective intelligence and e-learning 2.0: Implications of web-based communities and networking* (pp.147-166). PA: IGI Global.
- Snow, K. (2004). Disability awareness vs. similarity awareness. Retrieved from <http://www.disabilityisnatural.com/>
- Sood, A., Sarangi, S., Pandey, A., & Murugiah, K. (2011). YouTube as a source of information on kidney stone disease. *Urology, 77*, 558-562. doi:10.1016/j.urology.2010.07.536
- Szabo, G., & Huberman, B. A. (2010). Predicting the popularity of online content. *Communications of the ACM, 53*, 80-88. doi:10.1145/1787234.1787254
- Vonderau, P. (2016). The video bubble: Multichannel networks and the transformation of YouTube. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 22*(4), 361-375. doi:10.1177/1354856516641882
- Welbourne, D. J., & Grant, W. J. (2016). Science communication on YouTube: Factors that affect channel and video popularity. *Public Understanding of Science, 25*(6), 706-718. doi: 10.1177/0963662515572068

# **Research of Using YouTube as a Media to Spread Understanding of Inclusive Education**

**Yan-Rong Huang**

Assistant Research Fellow,  
Research Center for Curriculum and Instruction,  
National Academy for Educational Research

## **Abstract**

The purpose of this study is to explore the effectiveness of using YouTube as a medium to disseminate understanding of inclusive education, analyze the information in videos related to inclusive education, and sort out its dissemination form and effectiveness. The research method adopts content analysis method, and uses "integrated education" or "integrated" as the keyword search criteria on YouTube. The time sampling is from January 2015 to June 2020, and the sampling object is based on my country. The video It should be set to be published on the Internet. After screening, there are 20 YouTube videos related to integrated education. Collate and analyze information for in-video found on YouTube more than a way of presenting micro-film integrated education related videos, and others at the type of news, documentary, or variety shows presented in the form. Related Videos assistance taken by the high-profile Internet and media celebrities, its high number of video views. According to the study results may provide relevant educational institutions organized reference, as with the promotion of inclusive education.

Keywords: YouTube, understanding of inclusive education, video search platform