

# 個人傳播觀念現代化量表之擬測 (註)

楊孝滌

## 一、研究目的

在行爲科學的領域中，關於「現代化」的問題已經被討論了很久了，不過在大量的研究中，「現代化」一詞卻沒有固定的定義，因爲，一方面，不同背景的學者都站在自己學科的觀點上，給予「現代化」的特性作一個特殊性的描述。例如政治學者用分化、平等和效能來描述「現代化」的特性，社會學者用成就動機來測量「現代性」，經濟學者則認爲自定經濟是現代社會的最明顯的特徵。另一方面，學者爲了研究上的方便，也會在不同的時機給予「現代化」一個新的操作定義。

傳播學是一門建築在心理學、社會學、人類學等基礎學科上的新學問，到目前爲止，並沒有建立起完整的體系。傳播學在研究「現代化」的問題上，總是以其他學科的觀點去描述「現代性」，也許是由於早期傳播學者大多是心理學家或社會學家。通常傳播學者有一種趨向，即把大眾傳播行爲或系統，視爲可以促進或協助國家發展或促進個人現代化的工具，透過這個工具的運用，個人及社會的改變，得以被引發或加速。

倫納 (Daniel Lerner) 在中東的研究，他指出大眾傳播可以幫助發展個人的移情能力 (Empathy) ，而它可以使人接受改變及快速適應新的要求。羅奧 (Lakshman Rao) 在印度所作的研究，他發現大眾傳播在發展上所担任的潤滑者的角色，比加速者的角色更重要，他了解傳播的發展和經濟的發展，

何者更屬推動的地位，但他得到的答案是兩者互為影響。荷馬保（Allan Holmberg）在科魯安底斯山村落的研究，他發現解決山區落後的主要方法是為村落引進外界的生活，態度和知識，而收音機、報紙和影片是最有效的工具。杜伯（Leonard Doob）在非洲的研究，他指出在開發中的非洲，大眾傳播是存在的中心問題。

這些研究提出了大眾傳播在國家現代化過程中的關鍵地位。本研究的主要目的，就是在於發展一個以「大眾傳播」作為「現代化」的指標來測量是一個社會或個人的「現代性」，也就是試圖用大眾傳播的發展或個人傳播行為的型態來描述「現代化」的現象。

在這個研究中，我們只研究個人的「現代性」而未及研究國家的「現代性」，我們認為國家的現代化，根本問題在於個人的改變，因此用個人現代化的程度來反應國家的現代化程度是極為合適的。

## 二、研究設計

本研究設計主要分成二部份，第一部份是個人傳播現代化態度量表的試擬，也就是說從傳播的觀點，依據個人對於傳播媒介，系統和傳播行為的態度，推測出個人的「現代性」；亦是現代化程度。由於這是一項初創性的發展，各種項目的發展，有些僅出於筆者的判斷，缺乏堅定的學理依據。第二部份是個人基本資料和傳播行為的設計，並以兩者之間的關聯性來推測出個人傳播現代化態度量表代表個人「現代性」的有效程度。

(一)各項變數之測度：

1. 個人傳播現代化態度量表本研究設計七十五項個人傳播現代化態度量表，分別利用立卡德氏態度量表測度現代化的程度，從強烈同意（以數字1代表），中等同意（以數字2代表），輕微同意（數字3），輕微不同意（數字4），中等不同意（數字5）以至於強烈不同意（數字6）。將七十五項傳播現代化型態量表分述如下：

- (1) 看報是日常生活中很重要的——一個項目——正面意見趨於現代化。
- (2) 看書只是爲了消遣，對於自己沒有什麼好處——反面意見趨於現代化。
- (3) 報上批評電視節目不好是多管閒事——反面意見趨於現代化。
- (4) 可以從電影裏得到很多的新知識——正面意見趨於現代化。
- (5) 廣播電台要是全部播音該多好——反面意見趨於現代化。
- (6) 電視新聞是所有電視節目中最有價值的——正面意見趨於現代化。
- (7) 廣告浪費看電視的時間——反面意見趨於現代化。
- (8) 報紙中的廣告大多是不確實的——反面意見趨於現代化。
- (9) 讀者投書是報紙中很重要反應讀者意見的地方——正面意見趨於現代化。
- (10) 雜誌最重要的是內容正確——正面意見趨於現代化。
- (11) 從報紙、電視或收音機可以獲知很多從來不知道的事情——正面意見趨於現代化。
- (12) 報紙上的廣告可以作購物的參考——正面意見趨於現代化。
- (13) 爲了國民心理健康，應該從嚴檢查色情和暴力電影——正面意見趨於現代化。

- (14) 在空閒的時間，看電視還不如看一本好書——正面意見趨於現代化。
- (15) 報紙是給大眾看的，還是私人辦比較好——正面意見趨於現代化。
- (16) 一天不聽廣播或一天不看電視好像就跟外界隔絕似的——正面意見趨於現代化。
- (17) 現在電視節目太差，假使由國家來辦就會變好了——反面意見趨於現代化。
- (18) 廣播的廣告雖然很多，不過沒有廣告也沒有廣播電台，還是忍受點吧——正面意見趨於現代化。
- (19) 有了電視機，可以增加社會地位——反面意見趨於現代化。
- (20) 改進電視節目不是很簡單的事，大家都有責任——正面意見趨於現代化。
- (21) 新聞是現代知識的來源——正面意見趨於現代化。
- (22) 音樂能夠陶冶人們的性情——反面意見趨於現代化。
- (23) 現代大眾傳播內容低下是社會罪惡的根源——正面意見趨於現代化。
- (24) 台灣的雜誌種類繁多是顯示台灣進步的象徵——反面意見趨於現代化。
- (25) 彩色電視的製作費用很高，是台灣電視受廣告商控制的主要原因——正面意見趨於現代化。
- (26) 廣播電台愈多，內容愈差了——正面意見趨於現代化。
- (27) 台灣報紙副刊的水準很低最重要就是稿費太低——正面意見趨於現代化。
- (28) 台灣報紙太多了，篇幅又太小，最好能有兩三家素質很高的報社——正面意見趨於現代化。
- (29) 彩色電視連澳洲都沒有，可見我們台灣多進步——反面意見趨於現代化。
- (30) 廣播劇代表我國固有優美的傳統應該多多播出——反面意見趨於現代化。

- (31) 歌仔戲最富地方色彩，很有價值——反面意見趨於現代化。
- (32) 拿歌仔戲和國劇來比擬，國劇的格調比較高——反面意見趨於現代化。
- (33) 有問題時，就應該和親戚朋友討論——正面意見趨於現代化。
- (34) 知道一件新的技術和知識，應該很快就告訴別人——正面意見趨於現代化。
- (35) 跟不認識的人在一起談天是一件困難的事——反面意見趨於現代化。
- (36) 和年長的人討論時，總是聽的時候多，說的時候少——反面意見趨於現代化。
- (37) 對於專業性的消息特別感到興趣——正面意見趨於現代化。
- (38) 台灣報紙很多，但是沒有專門給鄉下人看的報紙——正面意見趨於現代化。
- (39) 離開自己的村里到其他地方去，心中感到很不自在——反面意見趨於現代化。
- (40) 自己不懂的事，假使沒有重大關係，就懶得問別人——反面意見趨於現代化。
- (41) 不關自己的事，也要關心——正面意見趨於現代化。
- (42) 大家都在看自己不喜歡的節目，我也只好跟大家一齊看了——反面意見趨於現代化。
- (43) 父母親在講話時，子女無論如何都不應該講話——反面意見趨於現代化。
- (44) 參加關於里／村的聚會，可以增加很多的見聞——正面意見趨於現代化。
- (45) 和友人討論專業性的問題可以解決自己的問題——正面意見趨於現代化。
- (46) 外國的東西要比我們自己的好——反面意見趨於現代化。
- (47) 我不喜歡和別人談天說地——反面意見趨於現代化。

- (48)我相信和別人討論問題對我一定有好處——正面意見趨於現代化。
- (49)假使不是一個熟悉的人到我家裏來，我還是很樂意和他交換意見——正面意見趨於現代化。
- (50)對於新的事物或產品，我願意自己最先開始採用——正面意見趨於現代化。
- (51)意見領袖是在村／里中的特殊人物——反面意見趨於現代化。
- (52)我和周圍的人比較起來，看電視、看報、聽收音機的時間比較多——正面意見趨於現代化。
- (53)我一定要有我相信的人介紹，我才會採用新事物或產品——反面意見趨於現代化。
- (54)我對於祖傳的特殊事物(祕方)我不願意告訴其他人，只傳給我的兒子——反面意見趨於現代化。
- (55)我決定買東西大部份受電視、報紙和廣播的影響——正面意見趨於現代化。
- (56)我絕對不採取新的事物和購買新的東西以免上當——反面意見趨於現代化。
- (57)台灣的報紙沒有什麼好看，只有副刊還值得一看——反面意見趨於現代化。
- (58)我很容易受別人影響——正面意見趨於現代化。
- (59)電視對我來說，沒有教育的功能——正面意見趨於現代化。
- (60)我購買東西，是受人的影響——正面意見趨於現代化。
- (61)電視、報紙、廣播存在的原因是因為讀者的關係——正面意見趨於現代化。
- (62)電視，報紙，廣播愈受政府控制，效果愈好——反面意見趨於現代化。
- (63)你認為自己處在一個閉塞的社會裏，很少和外界接觸——反面意見趨於現代化。
- (64)針灸受世界人士重視，是表示我國醫學的發達——反面意見趨於現代化。

- (65) 我最喜歡看棒賽，打敗外國心中舒服——反面意見趨於現代化。
- (66) 我喜歡旅行離開村／里到其他地方去——正面意見趨於現代化。
- (67) 我認爲我們應該有自己的地方報——正面意見趨於現代化。
- (68) 政治是政府的事，我從不參加政見發表會和選舉——反面意見趨於現代化。
- (69) 我喜歡利用空閒時間的方法，是單獨一個人沉思——反面意見趨於現代化。
- (70) 我最討厭開會，對於解決問題沒有一點幫助——反面意見趨於現代化。
- (71) 我能運用其他國家的語言——正面意見趨於現代化。
- (72) 工作的時候，一定需要使用文字——正面意見趨於現代化。
- (73) 我幾乎每天都需要坐汽車和火車——正面意見趨於現代化。
- (74) 我喜歡和一些住在外地的朋友來往——正面意見趨於現代化。
- (75) 我喜歡和一些住在外國的朋友來往——正面意見趨於現代化。

由以上七十五的項目，我們從大眾，人際和自我傳播型態中，以各種現代化原則來推測個人傳播現代化的程度。也就是七十五項分別顯示個人傳播現代化的型態。

## 2. 基本資料：

- (1) 居住地區，(2) 性別，(3) 年齡，(4) 教育程度，(5) 職業，(6) 家庭總人數，(7) 社交活動的次數，(8) 社交活動的範圍，(9) 對子女教育期望，(10) 村／里居住年數，(11) 搬家次數，(12) 家庭型態，(13) 每月收入，(14) 每月儲蓄金額，(15) 經濟盈虧度，(16) 收入程度，(17) 經濟環境的變遷，(18) 每日化費在日常用品的金額，

(19) 每月化費在娛樂費用的金額，(20) 收入充足程度，(21) 電費，(22) 經濟程度，(計算標準如下：汽車 20 分、大型耕耘機 20 分、彩色電視機 10 分、電話 10 分、整套沙發 10 分、小型耕耘機 10 分、冷氣機 10 分、摩托車 8 分、洗衣機 8 分、電冰箱 5 分、黑白電視機 5 分、大型收音機 5 分、縫衣機 5 分、高級照像機 5 分、普通照像機 3 分、小型收音機 2 分、腳踏車 2 分、電鍋 1 分、電熨斗 1 分、電風扇 1 分)

### (23) 教育經費程度

### 3. 傳播因素資料：

可以區分為大眾傳播和人際傳播兩種，而在大眾傳播因素中，可以區分為書籍，雜誌，廣播，電視和電影五種。試以下列各項分述：

- (1) 每週看書時間的多少正面意見趨於現代化。
- (2) 書的類型——看書的類型愈偏向於專門性愈具現代性。
- (3) 你訂閱幾份雜誌——訂閱愈多愈具現代性。
- (4) 你每月化多少時間看雜誌——化費時數愈多，愈具現代性。
- (5) 你每年購買幾本書或雜誌——購買愈多愈具現代性。
- (6) 雜誌的類型：看雜誌的類型可區分為四類專業性、新聞性、技術性和娛樂性。看書的類型愈接近專業性愈具現代性。
- (7) 你訂閱幾份報紙——訂閱的份數愈多，愈具現代性。



- (8) 你每週化多少時間看報紙：化費時數愈多愈具現代性。
- (9) 你看報紙最先看的內容：報紙的內容可以區分為國際新聞，社論專欄，國內新聞，副刊，武俠小說五類。以新聞和評論性較具現代性。
- (10) 你最喜歡報紙的內容：和上一個項目相同。
- (11) 你是否經常聽收音機：愈經常收聽，愈具現代性。
- (12) 每天化多少小時聽廣播：收聽時數愈多，愈具現代性。
- (13) 廣播節目類型：可以區分為評論性、新聞報導節目，音樂節目，廣播劇或其他劇。收聽的節目愈偏向於評論或新聞性的節目愈具現代性。
- (14) 你是否經常收看电视節目：愈經常收看电视，現代性愈顯着。
- (15) 你每天化多少小時看电视：化費小時數愈多，愈現代化。
- (16) 你看電視的節目類型：可分為新聞評論及報導、社會教育及服務，影集，電視劇和綜藝節目，看的電視節目類型愈為新聞性愈具現代性。
- (17) 你去年看幾場電影：看電影愈多，愈具現代性。
- (18) 你最喜歡看的電影類型：可區分為文藝片，偵探，笑鬧，西部和武俠電影五類。以文藝片的現代性較武俠電影為高。
- (19) 對廣告信賴程度：愈相信廣告愈顯示現代性。
- (20) 你有沒有經常使用電話：利用程度愈高，愈具現代性。

(21) 人際傳播範圍：接觸範圍愈廣愈具現代性。

(22) 你是否經常和別人討論問題：愈經常和別人討論，愈具現代性。

(23) 你覺得是否很容易受別人影響：愈容易受別人影響愈具現代性。

□ 樣本的選擇調查訪問、資料收集和統計方法：由於本研究特殊的研究目的和研究經費的限制，無法作全省性隨機抽樣方式，而使樣本的外在效度 (External Validity) 提高，便保樣本對於整個台灣的總體 (Population) 的代表性增高，本研究採取目的抽樣法 (Purposive Sampling) 在現代化較高的都市，現代化較低的鄉村；以及過渡性市鎮分別抽選樣本三十個。都市以台北市大安區為抽樣總體 (Sampling Population)，過渡性市鎮以台北市新店鎮為抽樣總體，鄉村則以花蓮縣鳳林鎮為抽樣總體。

這一次研究的訪問工作，由政大新聞研究所和新聞系的同學擔任。在都市型態的樣本由於抽樣的誤差，訪問結束後，樣本數成爲卅一個。過渡和鄉村型態都僅有八成的完成率。各有廿四個樣本。樣本總數爲七十九個。

這次研究所應用的統計的方法，在應變數方面利單項和總和之間的相關係數來測驗項目的效度 (Item Validity)。在這種研究最理想的應用因素分析的方法 (Factor Analysis) 來測驗效度。但由於經費的限制，本研究無法採用。

而個人基本資料，傳播行爲因素與個人傳播現代化態度量表間則應用簡單相關 (Simple Correlation) 和單項變異數分析 (One Way Analysis of Variance) 來探求兩者之間的相關和差異的程度。

### 三、各項資料分佈型態

首先我們利用平均數和標準差或百分率來測度個人基本資料與其傳播行為的分佈型態，表二顯示為各項資料中百分率分佈型態：

表二、各項資料分佈型態——百分率

自變數	類別	總數	百分率	自變數	類別	總數	百分率
居住地	都市	31	39.24	職業	商	11	13.92
	過渡地區	24	30.38		軍	2	2.53
	鄉村	24	30.38		工	4	5.06
性別	男	47	59.49	農	13	16.46	
	女	32	40.51	其他	2	2.53	
	公教自由業	53	67.09	未答	5	6.33	

先看報內容	國際新聞	27	34.18	廣播節目類型	未 答	10	12.66
	社論專欄	3	3.80		評論性	3	3.80
	國內新聞	22	27.85		新聞報導	24	30.38
	副 刊	13	16.46		音 樂	29	36.71
	武俠小說	4	5.06		廣 播 劇	6	7.59
	未 答	10	12.66		未 答	17	21.52
	國際新聞	18	22.78		新聞評論報導	24	30.38
	社論專欄	15	18.99		社會教育及服務	1	1.27
	國內新聞	16	20.25		影 集	22	27.85
	副 刊	20	25.32		電 視 劇	18	22.78
最喜歡報內容	武俠小說	0	0.00	綜 藝 節 目	8	10.13	

		未答	6	7.59	雜誌的類型		4	5.06
電影類型	文藝電影	32	40.51	娛樂性雜誌	19	24.05		
	偵探電影	5	6.33	未答	23	29.11		
	笑鬧電影	5	6.33	專門性書籍	23	29.11		
	西部電影	5	6.33	文學性書籍	24	30.38		
	武俠電影	8	10.13	小說	10	12.66		
未答	24	30.38	漫畫	0	0.00			
專業性雜誌	16	20.25	未答	21	26.58			
新聞性雜誌	17	21.52						

根據以上的資料，我們可以得知一般而言，自變數都偏向於現代性的較多，性別以男性為多；職業以公教自由人員佔絕大多數，百分之六十以上。先看報紙內容大半集中在國際新聞和國內新聞上，亦超

過百分之六十。最喜歡報紙的內容，新聞和評論佔大多數。雜誌類型除技術性雜誌外相互之間差異較少，以娛樂性雜誌最高，接近百分之二十五。書籍以專門性和文學性書籍較受歡迎，各佔百分之三十左右。廣播節目以音樂最高，其次為新聞報導佔百分之三十。電視節目以新聞最高，佔百分之三十。其次為影集和電視劇。電影類型未答居多，百分比超過百分之三十。

在表三所示為各項資料以平均數和標準差為測度標準的分佈型態。

表三 各項資料分佈型態——平均數

自變數	平均數	標準差	自變數	平均數	標準差	自變數	平均數	標準差
年齡	41.56歲	12.95	居住年數	6.54年	3.22	收入程度	3.14	0.72
教育程度	2.32	1.54	搬家次數	0.97次	1.63	經濟環境的變遷	2.52	0.83
家庭總人數	6.07人	2.81	家庭型態	1.59	0.03	日常用品金額	3264元	11090
社交活動次數	3.58次	3.22	每月收入	7440元	11780	娛樂費用金額	846元	1538
社交活動範圍	20.50	16.20	每月儲蓄金額	2558元	4814	收入充足程度	2.87	0.86
對子女教育期望	3.87	0.76	經濟盈虧度	3.18	0.84	電費	210.21元	481.15

經濟程度	39.05度	26.33	訂閱報紙份數	1.20份	1.01	看電影場數	10.70場	17.35
教育經費負擔	2.34	1.04	化費看報時數	6.54小時	5.75	對廣告信賴度	3.16	0.83
看書時數	4.02小時	3.95	聽廣播型態	2.67	1.31	使用電話型態	2.30	1.17
訂閱雜誌份數	1.16份	1.63	聽廣播時數	0.89小時	1.09	人際傳播範圍	2.75	1.11
看雜誌時數	13.29時	23.81	看電視型態	1.80	1.17	與別人討論型態	3.03	0.85
購買書籍雜誌	1.58半	2.02	看電視時數	1.84小時	1.41	受人影響型態	2.07	0.79

從以上資料，平均年齡近四十二歲。教育程度在初中至高中之間。家庭總人數超過六人，也就是每個家庭有四個或更多的小孩。每月社交活動在三次以上，由於標準差很大可以顯知個體間社交活動次數差別很大。社交活動參與的人士在二十人以上，這種人數算是中型以上的社交活動了。對子女教育的期望在高中和大專之間，村里居住年數在六年以上。過去十年搬家次數平均近一次。大多的家庭都和子女或和父母居住在一起。

平均每月收入雖然在七千元以上，但標準差超過一萬元，可是個人之間差異很大。其他的經濟因素資料也有相同的現象。每月儲蓄超過二千五百元。經濟盈虧在收支平衡和有儲蓄之間。收入和別人

比較却在一樣和低一點之間。經濟環境的變遷在和二年前一樣和好一點之間。每月日常用品化費在三千元以上。娛樂費較低在八百元以上。收入充足程度在中等和不足之間，所化的電費在二百元以上，而標準差近五百元之多。最後的經濟因素資料是經濟力程度平均近四十分。從以上各種經濟因素顯示經濟力有偏高的現象，而個人之間的差異性很大。

在各項傳播因素資料上顯示，平均每週看書的時數僅四小時，訂閱一份雜誌，每月化十三小時看雜誌，每年購買一本半書或雜誌。也訂閱一份報紙，每週化近七小時看報紙（每天化一個小時）。聽廣播在有時聽和空時聽之間。每天化近一小時聽廣播。看電視在每天都看和有時候看之間。每天化費近二小時的時間看電視。一年看十場電影。對廣告的信賴度在有的相信和不相信之間。使用電話在偏向於有時候使用。人際傳播接觸範圍則在和親近友人和大多數朋友之間。和別人討論型態偏向於有時候和別人討論。受人影響程度則偏向於不太受別人影響上。

#### 四、個人傳播現代化態度量表效度之分析

本研究利用單項和總和之間相關分析（total-individual correlation test）來測度的人傳播現代化態度的效度。高效度（high validity）的量表是以決斷係數（coefficient of determination）為16%作為選擇量表的基準，亦是相關係數·四〇以上者為高效度個人傳播現代化態度量表。在七十五項個人傳播現代化態度量表中，共有十四項量表合於高效度量表的基準，表二顯示為此十六項個人傳播現代化態度量表之分佈型態及相關係數：



表四 高效度個人傳播現代化量表之分析

個人傳播現代化態度量表	平均數	標準差	與現代化方向	相關係數	個人現代化態度量表	平均數	標準差	與現代化方向	相關係數
電視新聞是所有節目中最有價值	2.305	1.20	相同	0.5430	新聞是現代知識的來源	1.63	0.97	相同	0.4150
從報紙、電視或收音機可以獲知很多從來不知道的事	1.44	0.70	相同	0.4162	台灣的雜誌種類繁多量顯示台灣進步的象徵	2.20	1.21	相同	0.4530
報紙上的廣告可以作購物參考	2.58	1.52	相同	0.4323	彩色電視連澳洲都沒有，可見我們台灣多進步	2.29	1.47	相反	0.4177
爲了國民心理健康，應該從嚴檢查色情和暴力電影	1.56	1.05	相同	0.4105	知道一件新的技術和知識應該很快告訴別人	2.20	1.38	相同	0.4366
一天不聽廣播或一天不看電視就好像跟外界隔絕似的	2.70	1.69	相同	0.4335	對於專業性的消息特別感到興趣	1.96	0.94	相同	0.4561
現在電視節目太差，只要由國家來辦就會辦好了	2.92	1.47	相反	0.4309	和友人討論專業性的問題可以解決自己的問題	2.00	1.13	相同	0.4726
改進電視節目不是很簡單的事，大家都有責任	1.91	1.29	相同	0.4180	電視、報紙、廣播會受政府控制效率愈好	3.18	1.78	相反	0.4279

從表四顯示十五項高效度個人傳播現代化態度量表中，有十一項與現代性的方向相同，亦是說愈同意（數字愈小）其現代化程度愈高，另外有四項與現代性相反，亦是說愈同意（數字愈小）其現代化程度愈低，而愈不同意（數字愈大）其現代化程度愈高。各項高效度個人傳播現代化量表分佈型態如下：

個人傳播觀念現代化量表之擬測

1. 電視新聞是所有節目中最有價值的（媒介新聞功能）：平均數為2.05，顯示大部份民衆對此項偏向於中等同意，亦即趨向於現代化程度轉高。相關仔數為9.5439。
2. 從報紙、電視或收音機可以獲知很多從來不知道的事（媒介告知功能）：平均數為1.44，偏向於強烈同意。相關係數為0.4162
3. 報紙上的廣告可以作購物參考（媒介廣告功能），平均數為2.58，偏向於中等同意與輕微同意之間。偏於現代性。有關係數為0.4323。
4. 爲了國民心理健康應該從嚴檢查色情和暴力電影（媒介國民心理建設功能），其平均數為1.56，亦偏向於強烈同意和中等同意之間偏於現代化。相關係數為0.4005。
5. 一天不聽廣播或一天不看電視就好像和外界隔絕似的（媒介新知功能），平均數為2.70，贊成的人不多，介於中等同意和輕微同意之間。其相關係數為0.4335。稍偏於現代性。
6. 現在電視節目太差，只要由國家來辦就會變好了（媒介政府控制評價）：平均數為2.92，偏向於輕微同意，由於此項爲與現代性相反，其現代性較低。相關係數為0.4309。
7. 改進電視節目不是很簡單的事，大家都有責任（媒介大衆責任評價）：平均數為1.91，偏向於中等同意，偏向於現代性。相關係數為0.4180。
8. 新聞是現代知識的來源（媒介知識功能）平均為1.63，介於強烈同意和中等同意之間，偏向於現代性。相關係數為0.4150。
9. 台灣雜誌種類繁多是顯示台灣進步的象徵（媒介社會價值評價）：平均數為2.20，偏向於中等同意

，由於本項量表與現代性相反，因為偏向於傳統性。相關係數為0.4530。

10 彩色電視連澳洲都沒有，可見我們台灣多進步（媒介均衡發展為理）：平均數為2.29，偏於中等同意，由於本項與現代性相反，因此偏於傳統性。相關係數為0.4177。

11 知道一件新的技術和知識應該很快告訴別人（積極人際傳播評價）：平均數為2.20，亦稍偏於現代性，相關係數為0.4366。

12 對於專業性的消息特別感到興趣（專業消息傳播評價）：平均數為1.96，偏向於現代性，相關係數為0.4561。

13 和友人討論專業性的問題，可以解決自己的問題（意見交流功能評價）：平均數為2.00，偏於現代性。相關係數為0.4726。

14 電視、報紙、廣播愈受政府控制效果愈好（媒介政府干預評價）：平均數為3.18，由於此項為相反性，因此為積偏於現代性，相關係數為0.4279。

由以上十四項高效度個人傳播現代化態度量表得知，大部份均偏向於現代性，僅有二項偏向於傳統性的觀念。以單項和總和之間的相關分析得知效度最高為「電視新聞是所有節目中最有價值」，其次是「和友人討論專業性的問題可以解決自己的問題」。效度最低的是「為了國民心理健康，應該從嚴檢查色情和暴力電影」。我們再作各項個人基本資料和傳播行為因素作分析。

## 五、個人傳播現代化態度量表與各項資料關聯性分析

(一)媒介，新聞評價：一、電視新聞是所有節目中最為價值的。如表五

表五，電視、新聞評價之關性分析

現代化因素	F值或R值	顯着程度	與假設型態之關係	說	明
性別	F=7.21	P<.01	相反	女性認為電視新聞具價值	
年齡	R=.2195	P<.05	相同	年齡愈小愈認為電視新聞最具價值	
看電視型態	R=.4080	P<.01	相同	愈趨向於每天看電視愈認為電視新聞最具價值	
看電視時數	R <sub>2</sub> -.4233	P<.01	相同	看電視愈多認為電視新聞最具價值	
看電影場數	R=-.2228	P<.05	相同	看電影愈多，愈認為電視新聞最具價值	

在各項資料中僅有五項與電視新聞價值評價有顯著的相關。而性別與假設型態相反。女性對電視新聞評價較男性為高，女性平均數為1.64，男性為2.34。

年齡與假設型態相同，年齡愈少愈認為電視新聞最具價值。另外一項達到顯着的現代化因素均與電視有關，而且均和假設型態相同。這證明接觸電視愈多，愈認為電視新聞最具價值。接觸電影亦有相同的結果。

(二)媒介告知功能之關聯性分析——從報紙、電視或收音機可以獲得很多從來不知道的事：各項資料中有四項達到顯著程度如表六

表六 媒介告知功能與各項資料關係性分析

現代化因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
教育程度	R = .2136	P < .05	相同	教育程度愈高愈認為大眾傳播媒介是獲得新知識的來源
職業	F = 3.27	P < .05	相同	公教自由業比農業更認為大眾傳播媒介是獲得新知識的來源
報紙份數	R = .2140	P < .05	相反	訂閱報紙份數愈多，反而認為傳播媒介是獲得知識的來源就愈少
看電視型態	R = .3077	P < .05	相同	看電視趨向於每天看，愈認為大眾傳播媒介是獲得知識的來源
看電影場數	R = -.2194	P < .05	相同	看電影愈多，愈認為大眾傳播媒介是獲得新知識的來源

教育程度看電視型態和看電影場數達到顯着的程度。在職業上，公教自由業平均數為1.26較農業的平均數2.06，更認為大眾傳播是獲得新知識的來源。訂閱報紙份數愈多，反而愈認為大眾傳播不是新知識的來源。這也許和台灣報紙內容的雷同程度很高，報紙份數愈高，反而會減少對大眾傳播消息來源的功能。

## (三) 媒介廣告功能——報紙上的廣告可作購物參考：如表七。

表七 媒介廣告功能與各項資料之關聯性

現代化因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
居住地區	F=4.53	P<.05	相同	居住在鄉村和都市均較認為報紙上的廣告可作購物參考，而過渡性城鎮反之。
看電視時數	R=-.2996	P<.05	相同	愈看電視，愈認為廣告可作購物的參考。
廣告信賴度	R=.3879	P<.05	相同	愈信賴廣告，愈認為報紙上的廣告可作購物的參考。
受人影響程度	R=-.2073	P<.05	相同	容易受別人影響，愈認為報紙上的廣告可作購物的參考。

有一項與假說型態相反，有一項不完全和假設型態相同。居住地區雖然達到顯着，但城市和鄉村平均數分別為2.29和2.20，而過渡性市鎮為3.30，報紙廣告在鄉村中，被認為可作購物的參考，也許和近年來商品流入鄉村的緣故，看電視時數又達到顯着程度，看電視愈多，可以增加其對於報紙廣告價值認識。倒是與報紙傳播因素並不發生關聯性。愈易受人影響，對於報紙廣告價值的體認自然愈高。

(四) 媒介心理建設功能——爲了國民心理健康，應該從嚴檢查色情和暴力電影：在所有資料中，僅有三項達到顯着的程度如表八：

表八 媒介心理建設功能與各項資料關聯性分析

現代因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
經濟盈虧度	R = - .2326	P < .05	相同	經濟程度愈有儲蓄者，愈認識應該嚴加取締色情和暴力電影。
報紙份數	R = .2486	P < .05	相反	訂閱報紙愈多，愈認為不應該嚴加取締色情和暴力電影。
看電視型態	R = .3833	P < .05	相同	看電視愈趨向於每天看，愈認為嚴加取締色情和暴力電影。

訂閱報紙份數與假設型態相反，或受有些小型報刊內容不正確所引起而與假設型態相同的有經濟盈虧度和看電視型態兩因素。看電視型態又達到顯着的程度，也許受現有電視節目內容的影響。

(五)媒介新知功能，一天不聽廣播，或一天不看電視就好像跟外界隔絕似的：在所有資料中，有四項達到顯着的程度。

表九 媒介新知功能與各項資料關聯性分析

現代化因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
每月儲蓄	R = .2009	P < .05	相反	儲蓄愈多，反而覺得不必經過大眾傳播媒介與外界接觸

聽廣播型態	R = .2320	P < .05	相同	聽廣播愈趨向每天聽，愈認為必須透過大眾傳播媒介與外界接觸。
看電視型態	R = .3552	P < .05	相同	看電視愈趨向每天看，愈認為必須透過大眾傳播媒介與外界接觸。
看電視時數	R = -.3255	P < .05	相同	看電視時數愈多，愈認為必須透過大眾傳播媒介與外界接觸。

電視的又呈現其影響力。無論看電視型態和看電視時數均為如此。就是聽廣播的型態亦有相同的現象。

(六)媒介政府控制評價——現在電視節目太差，只要由國家來辦就會變好了；共有十四項達到顯着的程度。

表十 媒介政府控制評價與各項資料關聯性分析

現代化因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
教育程度	R = -.3274	P < .05	相同	教育程度愈高，愈認為改進電視節目的責任，不完全在政府身上。
職業	F = 3.02	P < .05	相同	商人和公務員自由業認為改進電視不應只在政府手中，農、工、軍則認為應由政府控制。
收入	R = .2312	P < .05	相同	每月收入愈高，愈不贊成由政府經營電視公司可解決電視節目的問題。



每日儲蓄	R = .2761	P < .05	相同	每月儲蓄愈高，愈認為改進電視節目，不一定國家來辦就好了。
經濟盈虧度	R = .2361	P < .05	相同	經濟盈虧度和上項有相同的趨勢。
收入足夠程度	R = .2461	P < .05	相同	收入足夠程度亦同
電費	R = .2215	P < .05	相同	代表經濟程度的電費亦有相同的趨勢。
經濟力	R = .3494	P < .05	相同	以物品指數來代表經濟程度的經濟力亦同。
教育費用	R = .2696	P < .05	相同	對子女教育費用負擔愈感覺裕者，愈認為改進電視節目不應由政府擔當。
報紙份數	R = .4666	P < .05	相反	報紙訂閱愈多的人，愈認為改進電視節目應由政府來辦。
雜誌份數	R = .2155	P < .05	相同	雜誌訂閱愈多的人，則愈反對改進電視節目，應由政府來辦。
看報時數	R = .2631	P < .05	相同	看報時數愈多，則反對改進電視節目應由政府來辦，和訂報份數相矛盾
看書時數	R = .3875	P < .05	相同	看書時數愈多，則反對改進電視節目應由政府來辦
經常用電話	R = .2799	P < .05	相同	愈經常使用電話，愈反對改進電視節目，應由政府來辦。

以上十四項顯着資料中，僅有一項和假設型態相反。訂閱報紙份數愈多，愈接受報紙中贊成公營電視的討論和報導的影響，這與報紙有各種贊同成立公營電視的報導有關，但這種影響也不是十分深入，因為看報時數愈多，愈反對由政府來辦，以改進電視節目。經濟因素在這項分析中佔很重要的影響力，共有七項事到顯着程度，均和假設型態的方向相同。

職業的平均數，分別為商人3.85，公教自由業2.95，軍2.50，農2.15，工2.00，由此可見商人和公教自由業愈反對改進電視節目由政府來辦。而軍工農則有贊成的趨向。

傳播因素中，除報紙因素外，雜誌和書籍亦有影響力，訂閱愈多，化費時數愈多，愈反對由政府經營電視，來改好電視節目。傳播因素中直接有關聯的電視因素却沒有達到顯著程度。

(七)媒介大眾責任評價——改進電視節目不是很簡單的事，大家都有責任：這一項目是從另一個角度來看電視節目的改進，僅有四項達到顯着的程度。如表十一：

表十一 媒介大眾責任評價各項資料關聯性分析

現代化因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
受人影響程度	R = .2176	P < .05	相同	愈容易受人影響的人，愈認為改進電視節目大家都有責任。
經濟環境之改進	R = -.29.7	P < .05	相同	經濟環境的改進愈好，愈認為改進電視節目大家都有責任。

日常用品費用	R = .4142	P < .01	相 反	化費在日常用品費用愈多，愈認為改進電視節目不是大家都有責任的。
看電視時數	R = -.2008	P < .05	相 同	化費在看電視時數愈多，愈認為改進電視節目大家都有責任。

有一項和假設型態相反為化費在日常用品的費用愈多，反而認為改進電視節目不是大家的責任，看電視時數又達到顯著程度，愈看電視，愈認為改進電視節目，人人有責。

(c) 媒介知識功能新聞是現代知識的來源：共有五項達到顯著的程度。如表十二。

表十二 媒介知識功能與各項因素關聯性分析

現代因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
教育程度	R = .2657	P < .05	相 同	教育程度愈高，愈認為新聞是現代知識的來源
居住年數	R = .2095	P < .05	相 反	居住年數愈久，愈認為新聞是現代知識的來源
看電視型態	R = .3790	P < .05	相 同	看電視愈趨向於每天看，愈認為新聞是現代知識的來源
看電視時數	R = -.2803	P < .05	相 同	看電視的時數愈多，愈認為新聞是現代知識的來源
經常使用電話	R = .2033	P < .05	相 同	使用電話愈多，愈認為新聞是現代知識的來源

上表顯示，其中有一項與假設型態相反，居住年數愈多，表現了傳統性的特質却和新聞是現代知識來源有正的相關性。

看電視型態達到顯著程度，電視對於傳播現代性的形成是具有影響力的。教育程度也具有相當的作用力。

(4) 媒介社會價值評價台灣的雜誌種類繁多是顯示台灣進步的象徵，這也是屬於相反的項目，雜誌專業化才是現代化的象徵。此項目共有七項達到顯著程度。如表十三：

表十三 媒介社會價值評價與各項因素關聯性分析

現代化因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
經濟環境變遷	R = .2513	P < .05	相反	經濟環境變得愈好，愈認為雜誌的種類愈多，愈顯示進步
收入足夠程度	R = -.2530	P < .05	相反	收入足夠程度愈高，愈認為雜誌的種類愈多，愈顯示進步
居住年數	R = .2834	P < .05	相反	居住年數愈少，愈認為雜誌的種類愈多，愈顯示進步
看雜誌時數	R = -.2464	P < .05	相反	看雜誌時數愈多，愈認為雜誌種類愈多愈顯示進步。
看電視型態	R = .2786	P < .05	相反	看電視型態趨向於每天看，愈認為雜誌種類多，愈顯示進步

看電視時數	R = -.2690	P < .05	相反	看電視時數愈多，愈認為雜誌種類多，愈顯示進步
看電影場數	R = -.2413	P < .05	相反	看電影場數愈多，愈認為雜誌種類愈多，愈顯示進步。
看雜誌類型	R = 4.08	P < .05	相反	喜歡娛樂性雜誌較技術性雜誌文雜誌種類愈顯示進步

以上十項均與假設型態相反，這顯示一般人對於雜誌專業化方顯示現代化的觀念不甚了解之故，而以雜誌的種類作為現代化的依據。因此才有完全有假設型態相反的結果。

(七)媒介均衡發展原理——彩色電視連澳洲都沒有，現我們台灣進步：有十七項達到顯著程度，如表十四

表十四 媒介均衡發展原理與各項因素之關聯性

現代化因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
居住地	F = 14.23	P < .01	相同	鄉村較過渡市鎮與都市認為彩色電視為進步的象徵沒有考慮傳播均衡發展的原則
性別	F = 5.13	P < .05	相同	男性較女性認為彩色電視的設置並不一定顯示進步
教育程度	R = -.5179	P < .001	相同	教育程度愈高，愈認為彩色電視的設置並不一定顯示進步。

職業	F=4.00	PV.05	相同	農業較其他行業認為彩色電視是進步的象徵。
社交活動	R=.2777	P<.05	相同	社交活動愈多，愈認為彩色電視的設置並不一定顯示進步。
經濟盈虧度	R=.2572	P<.05	相同	經濟盈虧度急趨向於有信者著，愈認為彩色電視的設置並不一定顯示進步
收入程度比較	R=-.2923	P<.05	相同	認為自己收入愈較其他人為高，愈認為彩色電視的設置並不一定顯示進步。
收入足夠程度	R=.3208	P<.05	相同	愈認為收入足夠，則愈認為彩色電視的設置並不一定顯示進步
經濟力	R=.3821	P<.05	相同	經濟力愈高，則愈認為彩色電視的設置，並不一定顯示進步。
教育費用	R=.2863	P<.05	相同	對子女教育費用的負擔，認為愈輕，愈認為彩色電視的設置不一定顯示進步
報紙份數	R=.4098	P<.05	相同	訂閱報紙份數愈多，愈認為彩色電視的設置不一定顯示進步。
雜誌份數	R=.2319	P<.05	相同	訂閱雜誌份數愈多，愈認為彩色電視的設置不一定顯示進步。
看報時數	R=.2122	P<.05	相同	看報時數愈久，愈認為彩色電視的設置並不一定顯示進步。
看書時數	R=.2912	P<.05	相同	看書時數愈久，愈認為彩色電視的設置並不一定顯示進步。

看報內容	F=3.15	P<.05	相 同	喜歡刊刊比較喜歡國內新聞，認彩色電視設置不一 定顯示進步，喜歡國際新聞和社論
看書內容	F=3.73	P<.05	相 同	喜歡小說者較專門性書籍認為彩色電視是進步的象 徵。
經常使用電話	R=.3919	P<.05	相 反	不經常使用電話的人認為彩色電視的設置不一定顯 示進步。

從以上十七項顯著的資料分析，僅有一項與假設型態相反，經常使用電話反而對彩色電視認為是進步的象徵。由以上的分析中，經濟因素的影響力很大，在傳播因素中，和主題有密切關係的電視因素沒有達到顯著的程度。

(二)積極人際傳播評價——知道一件新的技術或知識應該很快告訴別人：共有六項達到顯著的程度。如表十五。

表十五 積極人際傳播評價與各項因素關聯性分析

現代化因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
教育程度	R=0.2173	P<.05	相 同	教育程度愈高愈認為得知一種新的技術很快告訴別人
看電視型態	R=0.2514	P<.05	相 同	看電視愈趨向於每天看，愈認為應將新知告訴別人

看電視時數	R = -0.3080	P < .05	相同	看電視時數愈多，愈趨向於認為應將新知告訴別人
看雜誌類型	F = 3.63	P < .05	相同	看雜誌愈偏向於專業性雜誌愈認為應將新知告訴別人
經常使用電話	R = 0.2956	P < .05	相同	愈經常使用電話，愈認為應將新知告訴別人
看雜誌時數	R = -0.2054	P < .05	相同	看雜誌時數愈高愈認為應將新知告訴別人

從以上分析中，得知六項顯著結果均與假設型態的方向相同。

(三)專業傳播評價——對於專業性的消息特別感到興趣：共有四項顯著。如表十五：

表十六 專業傳播評價與各項因素之關聯性分析

現代化因素	E值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
性別	F = 5.17	P < .05	相同	男性較女性對於專業性消息更感興趣。
娛樂費用	R = 0.2461	P < .05	相反	娛樂費用愈高，愈認為專業性消息不感興趣。
聽廣播型態	R = -0.2410	P < .05	相反	聽廣播愈趨向每天聽，愈對專業性消息不感興趣。



書的類型	F=3.81	P<.05	相同	看書愈趨向於專業或技術性書籍，愈對專業性消息感興趣。
------	--------	-------	----	----------------------------

有一項和假設型態相反。娛樂費用愈高的人對於專業性消息不感興趣，可以解釋，每天聽廣播的人也有相同的趨勢，這也許受聽廣播目的在於娛樂的影響。其餘均與假設型態相同。

(5)意見交流功能——和友人討論專業性的問題可以解決自己的問題：共有九項達到顯著程度。

表十七 意見交流功能與各項因素關聯性分析

現代化因素	E值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
教育程度	R=0.2589	P<.05	相同	教育程度愈高，愈認為討論專業性問題的功能
與別人討論	R=0.2363	P<.05	相同	愈與別人討論亦同。
雜誌份數	R=-0.2250	P<.05	相同	訂閱雜誌份數愈多亦同。
看雜誌時數	R=-0.2250	P<.05	相同	看雜誌時數愈多亦同。
聽廣播型態	R=-0.2016	P<.05	相反	聽廣播愈趨向於每天聽愈不認為討論的功能

購買雜誌數	$R = -0.2974$	$P < .05$	相同	購買雜誌份數愈多，愈認為討論專業性的功能。
看書時數	$R = -0.2168$	$P < .05$	相同	看書時數愈多亦同。
廣播節目類型	$F = 3.44$	$P < .05$	相反	聽廣播愈偏向於娛樂性亦同
電視類型	$F = 3.19$	$P < .05$	相反	看電視愈偏向於娛樂性亦同

在九項顯著結果中，有七項傳播因素相關聯，共有三次與假設型態相反，聽廣播型態，廣播和電視類型。亦是說聽廣播愈多，愈趨向於娛樂性的廣播、電視節目，對意見交流功能愈不重視。

(由)媒介政府干預評價電視、報紙、廣播愈受政府控制效果愈好；共有十四項達到顯著程度。

表十七 媒介政府干預評價與各項變數關聯性分析。

現代化因素	F值或R值	顯著度	與假設型態之關係	說明
地區	$F = 8.27$	$P < .001$	相反	愈都市地區，愈認為媒介由政府控制效果愈好。
性別	$F = 6.01$	$P < .05$	相同	女性較男性認為，同上。

家庭總人數	R=0.2392	P<.05	相同	家庭總人數愈多，亦同。
年齡	R=-0.2158	P<.05	相同	年齡愈大，亦同。
教育程度	R=-0.2324	P<.05	相反	教育程度愈高，亦同。
經濟盈虧度	R=-0.3196	P<.05	相反	經濟盈虧度愈高，亦同。
經濟力	R=0.2925	P<.05	相同	經濟力愈低，亦同。
教育費用	R=0.3657	P<.05	相反	教育費用愈高，亦同。
報紙份數	R=0.3010	P<.05	相同	訂閱報紙份數愈少，亦同。
看報時數	R=0.3470	P<.05	相同	看報時數愈少，亦同。
看書時數	R=0.2644	P<.05	相同	看書時數愈少，亦同。
書的類型	F=3.89	P<.05	相反	看書類型愈偏向於專業性，亦同。
廣告信賴度	R=-0.2214	P<.05	相同	廣告信賴度愈低，亦同。

經常使用電話	R=0.2680	P<.05	相 反	愈不經常使用電話，亦同。
--------	----------	-------	-----	--------------

共有六項與假設型態相反，地區、教育程度、教育費用、經濟盈虧度、和書的類型均相反。僅有四項傳播因素達到顯著程度（其中有一項與假設型態相反），而電視因素均沒有達到顯著程度。

### 六、個人傳播現代化態度量表有效性之分析

個人傳播現代化態度是表有效性之分析可以分成兩方面討論。各項影響因素（個人基本資料和傳播行為因素）的有效性，第二部份為個人傳播現代化態度的有效性分析，試分述如下：

1. 各項因素有效性之分析：以各項因素與個人傳播現代化態度量表的關聯性（相關係數顯著程度和顯著方向，或變異數分析的差異方向）藉以推測各項因素的有效性。

表十八 各項因素有效性分析—個人基本資料

各項因素	顯著數		差數	等級	各項因素	顯著數		差數	等級
	正方向	負方向				正方向	負方向		
教育程度	7	6	1	5	1	3	2	3	4
職業	3	3	0	3	2	4	2	3	4

經濟盈虧度	4	3	1	2	4	社交活動次數	1	1	0	1	7
年齡	2	2	0	2	4	收入程度比較	1	1	0	1	7
居住地區	3	2	1	1	7	家庭總人數	1	1	0	1	7
收入足夠程度	3	2	1	1	7	每月儲蓄	1	1	1	0	16
每月收入	1	1	0	1	7	經濟環境之改進	1	1	1	0	16
電費	1	1	0	1	7	娛樂費用	1	0	1	-1	18
日常用品費用	1	1	0	1	7	居住年數	2	0	2	-2	19
教育費用	3	2	1	1	7						

表十八顯示，各項因素與十四項個人傳播現代化態度關聯性分析時，僅有十九項與任何一項是表有顯著關聯性，另外有社交活動範圍因素，對子女教育期望，搬家次數和收入充足程度和任何一項個人傳播現代化態度是表均無顯著關聯性，顯示此四項因素在推測現代性上的無效性。其他各項個人基本資料的有效性，以顯著數，與假設型態正負方向所形成的差數來推斷，以其有效性之次序分別討論：

(1)教育程度因素：以教育程度推測個人傳播現代化態度就象推測其他現代化態度量表一樣，有效性極高，在十四項個人傳播現代化態度量表中，有七項達到顯著程度，而僅有一項顯示教育程度愈高，現代化程度愈低。有效性最高。

(2)職業和經濟力，各有三項達到顯著程度，職業的差異和經濟力的發展對於個人傳播現代化態度有積極的影響力。有效性也很高。

(3)性別因素，經濟盈虧度和年齡因素；再次之，性別和經濟盈虧度各有四項顯著結果，但有一項與假設型態相反而性別有二次達到顯著程度，亦顯示此三種因素在推測個人傳播現代化態度的有效性。

(4)居住地區，收入足夠程度，每月收入，電費，日常用品費用，教育費用，社交活動次數，收入程度比較，和家庭總人數，僅有一項達到顯著程度（或差數為一項）對於個人傳播現代化態度具有有效的影響力。

(5)每月儲蓄和經濟環境之改進因素：對於個人傳播現代化態度不具有有效的影響力，和前述的無關因素相同。

(6)娛樂費用和居住年數因素：對於個人傳播現代化態度不但不具有有效的影響力，反而有消極的作用力，居住年數愈少和娛樂費用的增加不一定顯示現代性。在傳播行為因素上，我們也利用與個人傳播現代化態度量表的關聯性來推測該因素的有效性，如表十九

第十九 各項因素有效性之分析——傳播行為因素

各項因素	顯著數	正方向	負方向	差數	等級	各項因素	顯著表	正方向	負方向	差數	等級
看電視型態	7	6	1	5	1	與別人討論	1	1	0	1	9
看電視時數	7	6	1	5	1	看雜誌時數	3	2	1	1	9
看報時數	4	4	0	4	3	看報內容	1	1	0	1	9
看書時數	4	4	0	4	3	看書內容	3	2	1	1	9
雜誌份數	3	3	0	3	5	雜誌類型	1	1	0	1	9
使用電話	5	4	1	3	5	購買雜誌數	1	1	0	1	9
廣告信賴度	2	2	0	2	7	報紙份數	5	2	3	-1	16
受人影響程度	2	2	0	2	7	廣播節目類型	1	0	1	-1	17
看電影場數	3	2	1	1	9	電視節目類型	1	0	1	-1	17

聽廣播型態	4	1	3	-2	19
-------	---	---	---	----	----

表十九顯示，有十九項傳播行為與個人傳播現代化態度量表有顯著的關聯性。最喜歡報紙內容、電影類型、接觸範圍、購買雜誌共四項因素與個人傳播現代化態度量表沒有任何的關聯性，亦顯示此四項因素的無效性。其他各項傳播行為因素，以顯著數，與假設型態正負方向所形成的差數來推斷，以其有效之次序分別討論如下：

(1) 看電視型態和看電視時數：來推測的人傳播現代化態度有效性很高，在十四項個人傳播現代化態度量表中有一項達到顯著的程度，其中有一項與假設型態相反。而形成差數各為五項。有效性在所有傳播行為因素中佔最高的位置。顯示電視因素對傳播現代化的作用力。

(2) 看報時數和看書時數：有效性亦很高，在十四項個人傳播現代化量表中有一項達到顯著的程度。顯示報紙和書籍因素對傳播現代化程度其有影響力。

(3) 雜誌份數和使用電話因素：對於個人傳播現代化態度之有效性也很高，差數為3項。

(4) 廣告信賴度和受人影響程度：有效性亦高，有二項達到顯著程度。

(5) 看電影場數，與別人討論，看雜誌時數，看報內容，看書內容，雜誌類型，購買雜誌份數，均有一項顯著（或差數），對於個人傳播現代化態度仍具有有效性的影響力。

(6) 報紙份數廣播節目類型，電視節目類型和聽廣播型態均與個人傳播現代化態度有負的作用力。不具有有效性。



從以上資料分析，在個人資料上，教育程度，經濟力和職業因素最具有效性，在傳播行為因素上，以看電視型態，看電視時數，看報時數和看書時數最具有效性。

2. 個人傳播現代化態度量表有效性分析：這是本研究的主要目的，就是在於發展出高效度的個人傳播現代化態度量表，在前面利用單項和總和相關分析法，分析出十九項效度較高的個人傳播現代化態度量表，在此我們利用各項因素來推測出最有效的個人傳播現代化態度量表。如表廿：

表廿 個人傳播現代化態度量表有效性之分析

個人傳播現代化態度量表	顯著數				等級	個人傳播現代化態度量表	顯著數				等級
	同方向	反方向	差數	等級			同方向	反方向	差數	等級	
媒介均衡發展原理	17	16	1	15	1	意見交流功能	9	6	3	3	5
媒介政府控制評價	14	13	1	12	2	媒介告知功能	4	3	1	2	8
積極人際傳播評價	6	6	0	6	3	媒介新知功能	4	3	1	2	8
媒介廣告功能	4	4	0	4	4	媒介大眾責任功能	4	3	1	2	8
媒介新聞功能	5	4	1	3	5	媒介政府干預評價	14	8	6	2	8
媒介知識功能	5	4	1	3	5	媒介心理建設功能	3	2	1	1	12

專業傳播評價	4	2	2	0	13	媒介社會價值評價	8	0	8	-8	14
--------	---	---	---	---	----	----------	---	---	---	----	----

表廿顯示最有效的個人傳播現代化態度量表為媒介均衡發展原理「彩色電視連澳洲都沒有，可見我們台灣多進步」差數為15，其次是媒介政府控制評價「現在電視節目太差，只要國家來辦就會變好了」差數為12，第三位為積極人際傳播評價「知道一件新的技術和知識應該很快告訴別人」差數為6，第四位為媒介廣告功能「報紙上廣告可作購物的參考」差數為4，媒介新聞功能「電視新聞是所有節目中最有價值的」差數為3，媒介知識功能「新聞是現代知識的來源」和意見交流功能「和友人討論專業性的問題可以解決自己的問題」差數亦為3，同佔第五位。以上為七項有效性較高的個人傳播現代化態度量表。

媒介告知功能，媒介新知功能，媒介大眾責任功能和媒介心理建設功能的有效性仍然有，但並不十分地高，差數為1。專業傳播評價和媒介社會價值評價（對於專業性的消息特別感到興趣，和台灣雜誌種類繁多是顯示台灣進步的象徵，不具有有效性。本研究從七十五項個人傳播現代化態度量表發展至最有效的十二項個人傳播現代化態度量表。

## 七、結 論

很多現代化的研究，最經常被人討論的是現代化定義的問題，許多發展的傳播學者在研究現代化時，總是把大眾傳播行為和系統作為促進個人或國家現代化的工具，很少學者從大眾對於傳播媒介的態度

探討其現代性。本研究就是基於此種觀點，希望透過大眾對於傳播媒介的態度來分析個人的現代性，也就是一種發展個人傳播現代化量表的一個企圖。

本研究的主要步驟，可以分成以下數點：

(1) 利用一些新聞學、傳播學、以及其他有關科學發展出一系列個人傳播現代化態度量表，本研究共設計七十五項個人傳播現代化態度量表。

(2) 設計各項因素，以能够代表現代性和傳統性為原則，個人基本資料共設計二十三項，傳播行為因素亦有二十三項。

(3) 利用目的抽樣法，抽選出代表都市、城鎮和鄉村三個區域根本數各為三十份。本研究由於抽樣及訪問的誤差，都市樣本為三十一份，城鎮和鄉村各二十四份；總計為七十九份。

(4) 利用直接訪問法，收集各項資料。

(5) 利用單項及總和相關分析，首先測度各項個人傳播現代化態度量表的效度，並選擇高效度的個人傳播現代化態度量表。本研究選擇  $r = .40$  以上 ( $r^2 = 16\%$ ) 的十四個量表

(6) 利用簡單相關分析及單項變異數分析來分析個人傳播現代化態度量表與各項因素間之關聯性。發展出最有效的量表為七項，以其有效性分析如下：

a 彩色電視連澳洲都沒有，可見我們台灣多進步：愈不同意現代性愈高。

b 現在電視節目太差，只要國家來辦就變好了：愈不同意現代性愈高。

c 知道一件新的技術和知識應該很快告訴別人：愈同意現代性愈高。

d 報紙上的廣告可作購物的參考：愈同意現代性愈高。

e 電視新聞是所有節目中最有價值的：愈同意現代性愈高。

f 和友人討論專業性的問題可以解決自己的問題：愈同意現代性愈高。

g 新聞是現代知識來源：愈同意現代性愈高。

(7) 在各項因素中選擇出最有效推測個人傳播現代化態度量表的因素：在個人基本資料為教育程度，經濟力和職業因素，在傳播行為因素則為看電視型態，看電視時數，看雜誌時數和看書時數。

(註)現代化研究的資料很多，本文由於篇幅限制從略，本研究得到新聞研究所易行先生的協助，特此致謝。