200521

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี (2) การเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร และ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาละครโทรทัศน์และการเลียนแบบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 15-40 ปี จำนวน 400 คนที่ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน วิธีดำเนินการวิจัยได้ใช้แบบคำถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test, F-test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวใช้สถิติ One-way ANOVA, เปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ด้วยวิธี LSD (least square difference) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร

200521

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ มีการเลียนแบบต่างกัน ดังนี้

1.1 เพศ ประกอบด้วยเพศหญิง ร้อยละ 64.5 และเพศชาย ร้อยละ 35.5 โดยจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการเลียนแบบ พบว่าเพศหญิงเลียนแบบมากกว่าเพศชาย

1.2 อายุ พบว่า ผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 15-19 ปีมีการเลียนแบบมากที่สุด

1.3 ด้านสถานภาพ พบว่า ผู้ชมที่มีสถานภาพหม้ายหรือหย่าร้างเลียนแบบมากที่สุด

1.4 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ชมที่มีการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษามีการเลียนแบบมากที่สุด

1.5 รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปเลียนแบบมากที่สุด

1.6 อาชีพ พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมีการเลียนแบบสูงที่สุด

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลียนแบบเรื่องการซื้อและใช้เครื่องสำอางตามดาราละครโทรทัศน์เกาหลีอยู่ในระดับมาก รองลงมาเลียนแบบในระดับมาก เรื่องการเลือกซื้อและใช้สินค้าแบรนด์เนม ตามละครโทรทัศน์เกาหลี

2. พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน ส่งผลต่อการเลียนแบบต่างกัน ยกเว้นผู้รับชมละครโทรทัศน์เกาหลีกับบุคคลใดไม่พบความแตกต่างของการเลียนแบบตามการเปิดรับชมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

3. เนื้อหาละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบ โดยรวม เนื้อหาละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลียนแบบในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

200521

This thesis investigates the exposure of Bangkok Metropolitan Area residents to Korean drama series. Additionally examined is the concomitant imitative behavior of those exposed to the dramas. Studied, finally, is the relationship between the content of these dramas and imitative behavior on the part of those exposed to them. The research sample was comprised of 400 members, who are both males and females between the ages of fifteen and forty. These respondents live in Bangkok and regularly watch the Korean drama series. The technique of multi-stage sampling was used in conjunction with the use of a questionnaire as a tool of research. The data collected were

analyzed, formulated and tabulated in the form of frequencies, percentages and standard deviation. The t-test, F-test, and one-way analysis of variance (ANOVA) were used in analyzing the data. In the case of statistically significant differences, the LSD (least square difference) method and Pearson's Correlation Coefficient technique were applied.

Research findings are as follows:

1. As correlated with the demographic characteristics of gender, age, marital status, level of education, income and career, the respondents differed in regard to behavior imitative of what they were exposed to in the Korean dramas.

1.1 In regard to gender, 64.5 percent of the respondents were female and 35.5 percent were male. The genders surveyed differed in imitative behavior with the females exhibiting more imitative behavior than the males.

1.2 In regard to age, respondents in the fifteen to nineteen year old age group exhibited the highest degree of imitative behavior.

1.3 Concerning marital status, divorced respondents exhibited more imitative behavior than was the case for those who are either single or married.

1.4 In respect to level of education, respondents with a secondary school education evinced more imitative behavior than those educated at the primary school level, those holding bachelor's degrees and those holding post-graduate degrees.

1.5 Regarding level of income, those with a monthly income of more than 40,001 baht manifested the highest degree of imitative behavior.

1.6 Concerning careers, the highest expression of imitative behavior was evinced by owners of businesses.

Results of this investigation show that the most common imitative behavior is imitating Korean actors or actresses in buying and using certain cosmetics. Another facet of such imitative behavior is seen in those who follow the lead of Korean actors or actresses in buying and using brand name goods.

2. Those comprising the audience of viewers of these Korean dramas differ in the degree to which they have been led to engage in imitative behavior. However, watching Korean dramas in a group setting with family members or friends or alone does not affect the degree to which viewers engage in imitative behavior.

3. Statistically correlated with imitative behavior at a medium level is the content of the Korean dramas as viewed by respondents. However, as correlated with some characteristics, the correlation is at a statistically significant level of 0.01.