

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ชื่นชอบละครโทรทัศน์ (2) เพื่อศึกษาเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาบทบาทการแสดงของดาราในละครโทรทัศน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และ (4) เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอละครโทรทัศน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ศึกษาเฉพาะสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 21-60 ปี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ โดยคำนึงถึงระดับการวัดของตัวแปรตามสมมติฐานข้อต่าง ๆ โดยใช้สถิติ ANOVA, F-test และ t-test ทดสอบสมมติฐานข้อ 1 และใช้ Correlations ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2, 3, 4

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างสตรีวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี นับถือศาสนาพุทธ เป็นโสด ระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท อาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ธุรกิจเอกชน ชื่นชอบละครโทรทัศน์มากที่สุด และมีพฤติกรรมเลียนแบบละครโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง
2. สตรีวัยทำงานชื่นชอบเนื้อหาละครโทรทัศน์ในระดับปานกลาง โดยชอบเนื้อหาประเภทตลกเบาสมองมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสูงสุด รองลงมาชอบเนื้อหาอิงเรื่องจริงหรือประวัติศาสตร์ และมีค่าเฉลี่ยของความชอบเนื้อหาประเภทเพื่อฝันมหัศจรรย์ระดับต่ำสุด
3. สตรีวัยทำงานชื่นชอบบทบาทการแสดงของดาราละครโทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยชอบบทบาทการแสดงที่ดูเป็นธรรมชาติสมจริงมากที่สุด รองลงมาชอบลักษณะการแสดงที่ใช้ภาษาสุภาพ และชอบน้อยที่สุดในด้านลักษณะการแสดงที่ใช้ภาษาแสดง
4. สตรีวัยทำงานชื่นชอบรูปแบบการนำเสนอของละครโทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยชอบรูปแบบการนำเสนอของละครเกี่ยวกับสถานที่ถ่ายทำภายในประเทศมากที่สุด รองลงมาชอบเกี่ยวกับการเลือกตกแต่งบ้าน บริเวณบ้าน และชอบน้อยที่สุดในด้านรูปแบบการทำเล็บ
5. สตรีวัยทำงานงานมีพฤติกรรมการเลียนแบบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการเลียนแบบสูงที่สุดในเรื่องของ ความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ รองลงมาเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเป็นไทย และเลียนแบบน้อยที่สุดเกี่ยวกับลักษณะการใช้สินค้าแบรนด์เนม

This thesis studies the demographic characteristics of Bangkok working women who are fond of televised versions of Thai drama. Investigated are those contents of these televised plays having an influence on the imitative behavior of these women. Considered additionally are the acting and performances of actors and actresses in these televised plays having an influence on the imitative behavior of these women. Finally, taken into account is the presentation of these plays insofar as it influences the imitative behavior of these women.

The research population sampled was comprised of 400 working women domiciled in Bangkok, and who were between the ages of twenty-one and sixty. A questionnaire was used to gather data. The data were analyzed

through ascertaining independent and dependent variables. The first hypotheses was tested by means of applying the statistical techniques of one-way analysis of variance (ANOVA), F-Test and T-Test, whereas correlation coefficients were determined for hypotheses 2, 3 and 4.

Findings are as follows:

1. The demographic characteristics of the Bangkok working women sampled are that they range in age between twenty-one and thirty, they are Buddhists, single, holders of a bachelor's degree who work for private companies or businesses and earn a monthly salary of 10,001 to 20,000 baht. They are deeply fond of televised dramas, but yet their imitative behaviors are at the medium level.

2. Working women are fond of the contents of televised dramas at the medium level. At the highest level, they prefer pleasing and relaxing content. Next in order of preference are realistic and historical contents. Imaginative and magical contents are the contents least preferred by these women.

3. At the medium level, these working women are fond of the acting and performances of actors and actresses in these televised dramas. They most prefer natural acting followed in order by acting making use of polite language and acting that uses slang at the lowest level.

4. At a medium level, these working women are fond of the presentations of these televised plays. They most prefer plays which are filmed at locations in Thailand. Next in order of preference are presentations exhibiting home decoration and a domestic environment. Their least preferred presentations are those which include scenes of manicuring.

5. Working women exhibit imitative behaviors at the medium level in regard to these televised dramas. The most imitated behavior is when they express themselves in regard to the love of country, religion, and the King. Next in order is the feeling of being Thai. Finally, the least imitated behavior is in the use of brand-name products.