

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“สื่อ” มีบทบาทและอิทธิพลต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตของมนุษย์อย่างใกล้ชิดมาตลอด นับเนื่องตั้งแต่ในสังคมสมัยดั้งเดิม ที่เป็นการสื่อสารด้วยคำบอกเล่าผ่านบุคคล และสื่อประเพณีที่สะท้อนวัฒนธรรม เอกลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชน เรื่อยมาจนถึงยุคสื่อมวลชน ที่มีหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว จวบจนกระทั่งถึงในยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information-Technology Age) ที่ได้มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสื่อและการสื่อสารสมัยใหม่อย่างกว้างขวาง และสร้างผลกระทบต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตของมนุษย์อย่างไม่เคยมีมาก่อนในอดีต มนุษย์ในสังคมทั้งวัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ และวัยสูงอายุต่างได้รับผลกระทบทั่วถึงกัน

สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นการสื่อสารของมนุษย์ที่มีบทบาทมาช้านาน มีทั้งสื่อประเภทหนังสือ หนังสือพิมพ์ วารสาร และเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เรียบเรียงและนำเสนอข่าวสารสาระความรู้ต่าง ๆ โดยใช้ตัวหนังสือที่เป็นตัวเขียนหรือตัวพิมพ์เป็นสื่อในการแสดงความหมาย สื่อสิ่งพิมพ์มีหลายชนิด ได้แก่ เอกสาร หนังสือเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร บันทึกรายงาน ฯลฯ ซึ่งเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรสูง ให้รายละเอียดได้มาก สำหรับนิตยสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เริ่มมีบทบาทในสังคมสมัยใหม่ที่มีความต้องการหลากหลาย นิตยสารตอบสนองความต้องการของบุคคลเฉพาะกลุ่มสนใจและเฉพาะวัยได้เป็นอย่างดี และค่อนข้างมีบทบาทต่อกลุ่มวัยรุ่นด้วยลักษณะกะทัดรัด มีสีสันสวยงาม และดึงดูดความสนใจด้วยเนื้อหาที่เป็นสาระบันเทิง นิตยสารปัจจุบันมีลักษณะเนื้อหามุ่งเฉพาะทาง ประกอบไปด้วยเรื่องราวหลายรูปแบบในฉบับเดียวกันและมุ่งตอบสนองของกลุ่มผู้อ่านต่างๆ เช่น นิตยสารวัยรุ่น นิตยสารสำหรับผู้ชาย นิตยสารสตรี นิตยสารธุรกิจการเงินและธนาคาร นิตยสารคอมพิวเตอร์ นิตยสารบ้าน นิตยสารรถยนต์ เป็นต้น

ส่วนหนังสือพิมพ์ ปัจจุบันนี้นอกจากมุ่งเนื้อหาข่าวสารประจำวันทั่วไปแล้ว ยังมุ่งเน้นเฉพาะเรื่องอีกด้วย เช่น หนังสือพิมพ์กีฬา หนังสือพิมพ์บันเทิง หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ-ธุรกิจ ฯลฯ

หนังสือพิมพ์มีบทบาทเป็นแหล่งข่าวสารสำคัญของสมาชิกในสังคม รายงานเหตุการณ์ ประเด็น ข่าวสารต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นและทั่วโลก

สื่อวิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนส่วนใหญ่ สารของรายการวิทยุโทรทัศน์มักมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนและมีส่วนปลูกฝังนิสัยทางเศรษฐกิจ สังคม และ การใช้เวลาว่างแก่ประชาชน รวมทั้งมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทางการบันเทิงเพื่อผ่อนคลายความเครียด และทางด้านวัฒนธรรมช่วยในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม คือทำหน้าที่ถ่ายทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และระบุนิยม ในยุคหนึ่งไปสู่อีกยุคหนึ่ง

สื่อภาพยนตร์ ทำหน้าที่เป็นสื่อบันเทิงในสังคม เป็นการสื่อความหมายด้วยภาพ มีทุกขั้นตอนการผลิตซับซ้อน ต้องอาศัยการจัดเตรียมและซักซ้อมอย่างดีก่อนการถ่ายทำ เป็นสื่อที่ต้องใช้เวลามาก กำลังคน กำลังงานมาก กำลังเงินสูงกว่าสื่ออื่น ซึ่งมีการนำเสนอเนื้อหา ศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรูปแบบที่อาศัยการสร้างสรรคเชิงศิลปวัฒนธรรมและจินตนาการ เพื่อสะท้อนวิถีชีวิตมนุษย์ในหลายๆ มุมมอง ทั้งอิงจากข้อเท็จจริงและจากจินตนาการสร้างสรรค์

ปัจจุบันมีสื่อใหม่ (new media) ที่มีบทบาทสูงขณะนี้คือ คอมพิวเตอร์ โดยอาศัย อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายการสื่อสารด้วยระบบดิจิทัลที่สามารถสื่อสารได้ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และมวลชน เชื่อมโยงโลกมนุษย์เสมือนหนึ่งสังคมเดียวกัน อินเทอร์เน็ตประกอบด้วย เว็บ (World Wide Web) ต่างๆ ซึ่งมีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารหลากหลายและสร้างสรรค์โลกเสมือนจริง (virtual reality) ทำให้มนุษย์เข้าถึงโลกของความเป็นจริงและโลกของจินตนาการได้อย่างสะดวกและอิสระ นอกจากสื่อคอมพิวเตอร์แล้ว ยังมีสื่อใหม่ๆ ที่เกิดจากความก้าวหน้าของการสื่อสารโทรคมนาคมผ่านดาวเทียมและเคเบิลใยแก้ว ปัจจุบันมีเคเบิลทีวีที่มีช่องรับสัญญาณนับร้อยสถานี มีหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต มีบริการข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ มีสื่อที่เป็นช่องทางการสื่อสารมากมายหลายสื่อ และยังมีลักษณะการบูรณาการเป็นสื่อเอนก (multimedia) แนวโน้มของสื่อต่างๆ ในอนาคตจะมีการหลอมรวมกัน (media convergence) ทำให้การแยกความแตกต่างและการแยกประเภทระหว่างสื่อทำได้ยากขึ้นจากที่เคยเป็นมาในอดีต

สื่ออินเทอร์เน็ต เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์หลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้าน การศึกษา เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม รวมทั้งความบันเทิงด้วย ถือได้ว่าเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่สำคัญในการเรียนรู้ด้วยตนเอง อันเนื่องมาจากความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อการ

ตัดสินใจประกอบกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ในปัจจุบันนี้ ผู้ที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารมากจะมีข้อได้เปรียบกว่าผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารน้อย จึงทำให้เกิดการแข่งขันในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้น

สื่อปัจจุบันที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของสมาชิกในสังคมสารสนเทศมากขึ้นก็คือ สื่อออดิโอเท็กซ์ ที่เป็นการให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ โดยให้ข้อมูลและความบันเทิงตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถใช้ได้ทั้งโทรศัพท์บ้านและโทรศัพท์มือถือทุกระบบ โดยไม่ต้องแจ้งเปิดให้บริการ เพียงกดหมายเลข 1900 ตามด้วยเลข 4 หลักของบริษัทผู้ให้บริการ และเลขรหัสรายการอีก 2 หลัก การให้บริการในระบบออดิโอเท็กซ์ มุ่งเน้นที่จะนำเสนอเนื้อหาสาระเพื่อความบันเทิง โดยเป็นการให้บริการผ่านโทรศัพท์ครอบคลุมหมวดหมู่เนื้อหาสาระที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นบริการข้อมูลด้านความบันเทิง การลงคะแนนแสดงความคิดเห็น ตลอดจนข้อมูลสาธารณะประโยชน์ทั่วไป และข้อมูลด้านสังคม สุขภาพชีวิต วิเคราะห์หุ้น สายสุขภาพ ปรึกษาปัญหาต่างๆ ให้ความบันเทิง ทั้งเรื่องข่าวขัน จัดอันดับหนังและเพลงฮิต ติดชาร์ท เล่นเกมชิงรางวัล หรือพบเพื่อนสนทนาจากทางโทรศัพท์

สังคมยุคเทคโนโลยีสารสนเทศปัจจุบันมีการไหลเวียนของข่าวสารอย่างมากมายผ่านสื่อต่างๆ ข่าวสารกลายเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตประจำวันและกลายเป็น "สินค้า" ที่มีมูลค่าทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และต่อชีวิตของผู้คนในสังคม สังคมไทยปัจจุบันโดยเฉพาะสังคมวัยรุ่นซึ่งจัดได้ว่าเป็นสังคมแห่งบริโภคนิยมที่มีการบริโภคสิ่งต่างๆ อย่างมากมายโดยไม่คำนึงถึงประโยชน์โดยตรงมากนัก การบริโภคข่าวสารผ่านทางสื่อต่างๆ ก็เช่นเดียวกันกับการบริโภคสินค้าและบริการอื่นๆ คือมีการบริโภคตามค่านิยมมากกว่าประโยชน์ใช้สอยโดยตรง ซึ่งเป็นการสร้างวัฒนธรรมบริโภค ปัจจุบันวัยรุ่นให้ความสนใจและใช้เวลาไปกับการเปิดรับข่าวสารทางสื่อต่างๆ เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อจากเทคโนโลยีใหม่ๆ อันได้แก่ อินเทอร์เน็ต บริการออดิโอเท็กซ์ รวมทั้งสื่อบันเทิงในรูปแบบใหม่ๆ ทั้งที่เป็นภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ และความบันเทิงอื่นๆ ทำให้กลุ่มวัยรุ่นเองตกอยู่ในกระแสบริโภคนิยมที่สื่อเป็นตัวสร้างขึ้น ทั้งนี้นิสัยนักศึกษาซึ่งก็คือกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบันเองต่างก็เลือกบริโภคสื่อหรือข่าวสารเช่นเดียวกับการบริโภคสื่ออื่นๆ ที่แตกต่างกันไปตามรสนิยมในการบริโภคของแต่ละคนแต่ละกลุ่ม

รสนิยมของแต่ละบุคคลนั้นเป็นสิ่งที่บุคคลนั้นพึงพอใจยึดถือเพื่อการบริโภค อุปโภค หรือประพฤติปฏิบัติ รสนิยมนั้นถือว่าเป็นเรื่องของแต่ละบุคคล รสนิยมเป็นส่วนที่กำหนดถึงแบบแผนพฤติกรรมทางสังคมของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง พฤติกรรมของปัจเจกบุคคลย่อมแตกต่างกัน

กันไปตามระบบรสนิยมของแต่ละบุคคล พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้าเดียวกันจึงแตกต่างกัน อันมาจากระบบรสนิยมที่แตกต่างกัน ดังนั้นระบบรสนิยมที่แต่ละบุคคลยึดถืออยู่ จึงเป็นมูลเหตุของสิ่งซึ่งชักจูงให้ปัจเจกบุคคลแสดงพฤติกรรมไปในทิศทางที่เขาพึงประสงค์¹

"การมีรสนิยม" เป็นคุณสมบัติที่บุคคลพึงมีในการใช้ชีวิต มนุษย์เรามีได้ทำทุกอย่างเพียงเพื่อความอยู่รอดเท่านั้น หากทว่ามนุษย์ยังมีความละเอียดอ่อนในจิตใจที่มุ่งแสวงหาความงดงามอีกด้วย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยนั้นเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตจริงๆ แต่คนจำนวนนี้เชื่อว่า มนุษย์มักจะเลือกสรรและตกแต่งให้อาหาร เครื่องแต่งกาย รวมถึงบ้านและการใช้ชีวิตของตนให้งดงาม ให้แสดงออกและบ่งชี้ถึงตัวตนของปัจเจกบุคคล ซึ่งย่อมมีความแตกต่างกันไป "การมีรสนิยม" มักถูกหยิบยกขึ้นมาในฐานะที่เป็นคตินิยมใหม่ในการจัดลำดับและแบ่งกลุ่มทางสังคมที่แตกต่างไปจากระบบการจัดลำดับแบบเดิมๆ เช่น การจัดลำดับตามยศถาบรรดาศักดิ์ ชาติตระกูล หรือสถานะความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ จากทัศนะเช่นนี้ "รสนิยม" จึงเป็นคุณลักษณะภายในตัวบุคคลที่ไม่ติดกับฐานะทางเศรษฐกิจ ชาติตระกูล คุณธรรม ฯลฯ ซึ่งปัจเจกในสังคมปัจจุบันจำเป็นต้องพยายามนำพา พัฒนา ยกระดับ ปรับให้ตนเองเข้าใกล้หรือมี "รสนิยม" ให้ได้มากที่สุด²

เราจะพบว่าในปัจจุบัน คำว่า "รสนิยม" ปรากฏอยู่มากมายในข้อความโฆษณาสินค้าตามนิตยสารและสื่อต่างๆ ข้อความดังกล่าวเชิญชวนและบ่งสรรพคุณว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้มีรสนิยม อีกทั้งยังปรากฏว่าในนิตยสารหลายฉบับซึ่งระบุว่าผู้บริโภคคือกลุ่มชนชั้นสูงและกลาง (ตามการแบ่งระดับรายได้และโดยการตั้งราคาค่าหนังสือค่อนข้างสูง) มีคอลัมน์เกี่ยวกับรสนิยม, taste, lifestyle ฯลฯ เพื่อเป็นเวทีแสดงออกของบุคคลต่างๆ ที่มีความงาม รวมไปถึงการรู้จักใช้ชีวิตในแง่มุมมองต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพักผ่อน การบันเทิงและการเข้าสังคมอย่างมีสุนทรีย์ยะ เหล่านี้ล้วนแต่แสดงให้เห็นว่า "รสนิยม" เป็นสิ่งที่คนในปัจจุบันให้ความสำคัญและสนใจ แต่โชคร้ายจะมีเพียงสินค้าที่เป็นวัตถุดิบต้องได้อย่างเช่น รถยนต์ โทรศัพท์มือถือ บ้านจัดสรร ฯลฯ เท่านั้นที่เป็นสิ่งที่

¹ ปิยนุช ประศาสน์กุล, ความสัมพันธ์ระหว่างกาารเปิดรับสาร รสนิยม และพฤติกรรมการแต่งกายของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร (กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยศิลปวิทยามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2544), หน้า 27.

² สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, รสนิยม : ภาษาไทยยุคบริโภคนิยม (กรุงเทพฯ: โครงการหนังสือเล่ม สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544), หน้า 6-7.

แสดงถึงรสนิยมของแต่ละบุคคล ตัว "สื่อ" ต่างๆ ที่มีอยู่บนสังคมบริโภคนิยมนี้ก็เป็นเครื่องมือวัด "ความมีรสนิยม" ซึ่งหมายถึง "เครื่องหมายวัดสถานภาพ (status symbols)" ของคนได้เช่นกัน³

เนื่องจากการเลือกบริโภคสื่อข่าวสารของวัยรุ่นในปัจจุบันก็เกิดจากรสนิยมเช่นเดียวกับการบริโภคทั่วไป ทั้งนี้สื่อแต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกัน แม้แต่สื่อประเภทเดียวกันเองก็ยังมี การแบ่งแยกย่อยออกเป็นรูปแบบ เนื้อหา ในการนำเสนอที่แตกต่างกัน ซึ่งการที่คนแต่ละคน จะเลือกสื่อใดนั้น มิได้ขึ้นอยู่กับเพียงว่าเป็นความต้องการส่วนบุคคลเท่านั้นที่เป็นส่วนกำหนดให้ "เราบริโภคอะไร" เพราะการที่เราเลือกบริโภคสื่อใดๆ หมายถึง "รสนิยมของเราเป็นอย่างไร" ด้วย รสนิยมการบริโภคข่าวสารทางสื่อต่างๆ ของวัยรุ่นในปัจจุบันมีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับพฤติกรรม การสื่อสาร วิถีชีวิต และการอยู่ร่วมกันของแต่ละบุคคล ผู้บริโภคสื่อในยุคใหม่ได้เปลี่ยนไปจาก รูปแบบเดิมที่เคยเป็นผู้ตั้งรับ บริโภคข่าวสารที่สื่อนำเสนอ มาเป็นผู้บริโภคที่เลือกสรรข่าวสาร มากขึ้น และปัจจุบันมีทางเลือกในการเสาะแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายมากขึ้น กลุ่มนิสิตนักศึกษาซึ่งก็คือกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นผู้บริโภคเป้าหมายที่สำคัญในปัจจุบันเองก็มีบทบาท สูงขึ้นต่อการกำหนดตลาดของการบริโภคด้วยเช่นกัน

จากสภาพดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา รสนิยมการบริโภคสารสนเทศทาง สื่อเทคโนโลยีต่างๆ ของวัยรุ่นที่เป็นนิสิตนักศึกษาในเขตเมืองหลวงกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้ ทราบถึงรสนิยมและพฤติกรรมการรับข่าวสาร ตลอดจนการรับรู้ตนเองเกี่ยวกับการบริโภคสื่อและ ข่าวสารในความหมายทางสังคมและวัฒนธรรม ทั้งนี้เพื่อนำข้อค้นพบมาเป็นแนวทางในการผลิต ปรับปรุงสื่อต่างๆ ให้มีรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่เข้าถึงได้ง่ายตามรสนิยมของกลุ่ม นิสิตนักศึกษาหรือวัยรุ่น แต่แฝงด้วยประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อ องค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อของกลุ่มวัยรุ่น และเป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารให้มี ประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายต่างๆ ในอนาคตต่อไป

³ สุริย หนวันแก้ว, การเปลี่ยนแปลงทางสังคมของไทยและแนวโน้มในอนาคต ปัญหา ของไทยยุคสังคมแห่งการบริโภค: บริโภคนิยม (กรุงเทพฯ: เอกสารประกอบการบรรยายโครงการ Global Competence, 8-11 กันยายน 2540), หน้า 1.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง "ลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ" มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบคำถามวิจัย ต่อไปนี้

1. นิสิตนักศึกษาในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันมีรสนิยมและรูปแบบพฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างไร โดยเฉพาะการบริโภคสื่อและสารจากเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต บริการออดิโอเท็กซ์
2. ลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคข่าวสารทางสื่อเทคโนโลยีใหม่ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มาจากแรงจูงด้านปัจจัยของตัวสื่อเอง หรือปัจจัยจากการโฆษณา หรือปัจจัยสังคมรอบข้าง

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาเรื่อง ลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีขอบเขตการวิจัยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่เป็นนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้มุ่งพิจารณาการใช้สื่อเทคโนโลยีใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต บริการออดิโอเท็กซ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับรู้ลักษณะรสนิยมและรูปแบบพฤติกรรมการบริโภคสื่อเทคโนโลยีใหม่ในกลุ่มวัยรุ่น เช่น อินเทอร์เน็ต บริการออดิโอเท็กซ์ ของกลุ่มนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในบริบทสังคมบริโภคนิยมปัจจุบันนี้
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษามาเป็นองค์ความรู้และเป็นแนวทางการวิจัยด้านการใช้และบริโภคสื่อทั้งในกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มประชากรอื่นๆ
3. เป็นแนวทางให้ผู้ที่ต้องการวางแผนสื่อ ผู้ประกอบธุรกิจทางด้านสื่อตระหนักถึงการเลือกใช้และเปิดรับสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่นเพื่อประโยชน์ในการตอบสนองความต้องการต่างๆ ของกลุ่มวัยรุ่นในสังคมเทคโนโลยีสารสนเทศ

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาถึง “ลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ” นั้น ได้กำหนดคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

“รสนิยม” หมายถึง รูปแบบความชอบ ความพึงพอใจ และความสนใจภายในบุคคล แต่ละคนในการบริโภคข่าวสารทางสื่อเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงแนวความคิด ค่านิยม ลักษณะของการยอมรับและให้ความสำคัญกับการดำรงอยู่ของตนเองในสังคมปัจจุบัน โดยที่บุคคลแต่ละคนจะมีรสนิยมกับตนเองอย่างไรก็ได้ ขึ้นอยู่กับพื้นฐานประสบการณ์เรียนรู้และสิ่งแวดล้อม รสนิยมเป็นอัตลักษณ์ส่วนบุคคล แต่ก็มีความหมายในเชิงสถานภาพทางสังคมได้ด้วย

“ลักษณะพฤติกรรมการบริโภคสื่อและสารสนเทศ” หมายถึง อุปนิสัยการเลือกเปิดรับการใช้บริการข่าวสารหรือสื่อทางสื่อเทคโนโลยีใหม่ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากลักษณะการใช้สื่อต่างๆ ความถี่ในการใช้สื่อนั้นๆ

“ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ” หมายถึง ยุคสังคมที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารและข่าวสารแพร่กระจายกว้างไกล รวดเร็ว ไร้ขอบเขต มีการนำสารสนเทศในรูปแบบต่างๆ มาใช้ช่วยตัดสินใจ และเพื่อดำเนินกิจกรรมทั้งเพื่อตนเอง องค์กร สังคม และชุมชนอย่างกว้างขวาง ทันท่วงที ข่าวสารสารสนเทศมีมูลค่าและคุณค่าต่อการดำรงอยู่ของสมาชิกในสังคมทุกๆ ส่วน

“สื่อข่าวสาร” หมายถึง สื่อที่มุ่งเน้นในการนำเสนอข่าวสารทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารเหตุการณ์ประจำวัน ความคิดเห็น และความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อภาพยนตร์

“นิสิตนักศึกษา” หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 ในสถาบันอุดมศึกษารัฐบาล และสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

“อินเทอร์เน็ต” หมายถึง เครือข่ายการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์

จากที่ต่างๆ ทั่วโลกไว้ด้วยกัน เป็นเครือข่ายสาธารณะที่มีขนาดใหญ่ครอบคลุมเกือบทุกประเทศทั่วโลก ประกอบด้วยเว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวสารข้อมูลหลากหลาย

“ออดิโอเท็กซ์” หมายถึง บริการเรียกฟังข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ โดยทั่วไปจะรู้จักบริการนี้ในรูปแบบของบริการโทรศัพท์ที่ขึ้นต้นด้วย 1900 ที่มักพบตามรายการเกมโชว์ หรือรายการกีฬา เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านได้มีโอกาสร่วมสนุกหรือทายผลการแข่งขัน

“ปัจจัย/แรงจูงใจในการใช้หรือบริโภคสื่อและข่าวสาร” หมายถึง สาเหตุหรือสิ่งที่ดึงดูดหรือโน้มนำให้นิสิตนักศึกษาบริโภคสื่อและข่าวสารต่างๆ ในงานวิจัยนี้หมายถึง (1) การโฆษณาของสื่อต่างๆ (2) ลักษณะที่ดึงดูดใจหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้หรือบริโภคสื่อเหล่านั้นๆ และ (3) สังคมรอบข้างหรือเพื่อนๆ ในครอบครัว ในสถานศึกษา ในสถานที่ทำงาน และสังคมแวดล้อมโดยทั่วไป

“เป้าหมายของพฤติกรรมการรับสื่อและข่าวสาร” หมายถึง จุดมุ่งหมายในการบริโภคสื่อและข่าวสารของนิสิตนักศึกษา ซึ่งในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยจุดมุ่งหมาย 4 ด้านคือ ด้านสารสนเทศและความรู้ ด้านกำหนดอัตลักษณ์ตนเอง ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านความบันเทิงสนุกสนาน

“เป้าหมายด้านสารสนเทศและความรู้” หมายถึง การใช้สื่อเพื่อติดตามข่าวสารความคิดเห็น และความรู้ต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อการศึกษาเล่าเรียน เพื่อการงานอาชีพ และเพื่อระเืองปัญญาด้านต่างๆ ที่สื่อแต่ละประเภทนำเสนอ

“เป้าหมายด้านกำหนดอัตลักษณ์ตนเอง” ในงานวิจัยนี้กำหนดความหมายตามกรอบทฤษฎีการใช้สื่อและการตอบสนองความพึงพอใจ ซึ่งจะจำแนกแรงจูงใจหรือความต้องการในการใช้สื่อของปัจเจกบุคคลว่าประกอบด้วย (1) ด้านข่าวสารความรู้ (2) ด้านกำหนดอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ (3) ด้านการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคม และ (4) ด้านความบันเทิง ในส่วนของด้านกำหนดอัตลักษณ์ตนเองที่ใช้ในงานวิจัยนี้ จะวัดหรือประเมินด้วยคำถามที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อนำแบบอย่างการปฏิบัติตัวในสังคมในบริบทต่างๆ มาใช้ประโยชน์เป็นแนวทางในการกำหนดวิธีคิด วิธีปฏิบัติ หรือตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ ของตนเองของผู้รับสาร

“เป้าหมายด้านสังคมและวัฒนธรรม” ในงานวิจัยนี้หมายถึง การใช้หรือบริโภคสื่อเพื่อประโยชน์เชิงสังคมและวัฒนธรรม เช่น เป็นเรื่องที่สังคมและเพื่อนฝูงยอมรับ หรือเป็นบรรทัดฐานที่ควรปฏิบัติหรือต้องปฏิบัติเป็นกิจวัตรในชีวิตประจำวัน ใครไม่ใช้สื่อหรือติดตามสิ่งที่นำเสนอในสื่อถือเป็นผู้ไม่ทันสมัย

“เป้าหมายด้านความบันเทิงสนุกสนาน” หมายถึง การใช้สื่อเพื่อความสนุกสนานบันเทิง เช่น ดูหนัง ดูละคร เกมส์ต่างๆ เพลงดนตรี การแสดง และปิกนิกะบันเทิงทั่วไปในสื่อประเภทต่างๆ