

บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ.(2527). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกษมสันต์ ศรีลาเลิศ. (2558). **รูปแบบการผลิตรายการโทรทัศน์ “4 โทดำ Super Show” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง One**. หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ ศูนย์การเรียนรู้ระนอง2 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2540). **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- งามตา วนินทานนท์.(2535). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- จิรายุ ห่วงทรัพย์. (2557). **ความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์บนเสลิกอปเตอร์ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชยุตม์ เหมจักร. (2544). **ข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะผู้สื่อข่าวและผู้รับสาร**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เดโช สนวนานนท์. (2512). **ปทานุกรมจิตวิทยา**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียร์สโตร์.
- ทรงยุทธ ต้นวัน. (2552). **ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนความรู้และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลพังโคน อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ธนวดี บุญลือ. (2542). **หลักการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ที.พี.พริ้นท์ จำกัด

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธียรรธิดา เหมพิพัฒน์. (2546). **ความคิดเห็นของนักศึกษสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ต่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม), คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นฤมล เฉลยถ้อย. (2557). **การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความคิดเห็นและรูปแบบที่ ต้องการของสื่อโฆษณาด้านสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในทัศนะของวัยรุ่นไทย**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- นิลาวัฒน์ พาณิชย์รุ่งเรือง. (2540). **ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9 และ 11)**. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2541). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปารวี อุปลัมภ์. (2551). **การเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรสวรรค์ อุทารวุฒิพงศ์. (2335). **บทบาทหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กร สื่อสารมวลชน**. วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์. (2557). **การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการ ข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพ็ญพักตร์ อร่ามเรือง. (2556). **การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความคิดเห็นของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่มีต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในวิทยาลัยนานาชาติการ ท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี.
- เมตตา กฤตวิทย์ พัทนี เขยจรรยา ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. (2532). **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์** กรุงเทพฯ : เจ้าพระยาการพิมพ์.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิยดา เกียวกุล. (2556). **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับรายการโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดิ์ สุนทรเสถียร. (2531). **เจตคติ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์รุ่งวัฒนา.
- สุรพงษ์ ไสยณะเสถียร. (2533). **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>
- สุทนต์ ศรีไธย์. (2551). **สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสถียร เขยประทับ. (2525). **การสื่อสารและการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร. เจ้าพระยาการพิมพ์.
- เสกสรร สายสีเสด. (2549). **ระบบสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : ออลบุ๊กส์พับลิชชิง.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2523). **จิตวิทยาการสื่อสาร**. วารสารธรรมศาสตร์ 9(4). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรนุช เลิศจรรยาภักดิ์. (2539). **หลักการเขียนบทโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 2. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Bell, S. and Field, K. (1996). **An Introduction to the Storyline method**. Scotland: Jordanhill College.
- Bovee, Houston, and Thill. (1995). **Marketing**. (2nd ed.). London : McGraw-Hill.
- Carter V. Good. (1959). **Attude**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.novabizz .Ace/Attitude .htm>
- Cutlip, Scott M, Center, Allen H. and Broom, Glen M. (1994). **Effective Public Relation**. 7th Ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Gramsci, A. (1971). **Selections from the Prison Notebooks**. Edited and translated by Quintin Hoare and Geoffrey Nowell Smith. London: Lawrence and Wishart.
- Hawkins, D.I., Best, R.J and Coney, K.A. (1998). **Consumer Behavior : Building Marketing Strategy**. (7th ed.). Boston : McGraw-Hill.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Howard H. Kendler, (1963). *The concept of the concept : Categories of human learning*.
New York : Academic Press Inc., USA.
- Katz and Others, (1974). *The Uses of Mass Communication Current Perspective on Gratification Research*. Beverly Hill : Sage Publication.
- Klapper, J.T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Kotler, Philip. (1944). *Mangement: Analysis, Planning and Control*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kurt Lewin. (1951). *Field Theory in Social Science : Selected Theoretical Papers*,
- Loudon, David L. and Della Bitta, Albert J. (1993). *Consumer Behavior : Concepts and Applications*. (4th ed.) New York : McGraw-Harper and Row.
- Mark L. Knapp, John A. Daly. (2002). *Handbook of Interpersonal Communication*. SAGE
- Maslow, Abraham. (1970). *Motivation and Personnality*. New York : Harper and Row Publishers.
- MacKay, M.M. (2001). *Evaluating of Brand Equity Measures: further empirical results*.
Journal of Product and Brand Management. New York : Harper.
- McQuail, Denis (2010), *McQuails's Mass Communication Theory (sixth edition)*. London: Sage.
- McComb and Becker. (1979). *Using Mass Communication Theory*. Englewood Cliffs : N.J. Prentice-Hall, Inc.
- Murphy G., Murphy, L., & Newcomb, T. (1973). *Attude*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.novabizz.Ace/Attitude.htm>
- Michale M. Coltman (1989) .*The Effects of Mass Communication*. Free Press, New York.
- Newcomb. (1854). *Attude*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.novabizz.Ace/Attitude.htm>
- Norman L. Munn. (1971). *การจัดการความรู้สำนักบรรณสารและสารสนเทศ*. มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.library.vu.ac.th/km/p71>
- Onkvisit, S. and Shaw, J.J. (1994). *Internationnal Marketing : Analysis and Strategy*. (3rd ed.). New Jersey: Prentice- Hall.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Rogers, C.R. (1959). **Towards a Theory of Creativity** in P.E. Vernon, ed. *Creativity*. Hasmonds Worth, Penguin Book.
- Rogers, E.M. and Shoemaker, F.F. (1971). **Communication of Innovation**. New York : The Free Press.
- Rosenberg, R.J. and Hovland, C.I. (1960). **Attitude Organization and Change : And Analysis of Consistency Among Attitude Components**. Wesport : Greenwood Press.
- Schramm, Wilbur. (1973). **Channel and Audience in Handbook of Communication**. Chicago: Renelly College Publishing Company.
- Thurlow, Lengel and Tomic. (2004). **Computer mediated communication: Social interaction and the Internet**. Thousand Oaks, CA: Sage.
- W.G. Cochran. (1953). **Sampling Techiques**. New York : John Wiley & Sons. Inc.