

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2542). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดิชั่นเพรส โพรดักส์.
- _____. (2552). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจ.
- กิตติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2531). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทนา ทองประยูร. (2548). การศึกษาค้นคว้าอิสระทางนิเทศศาสตร์โดยการวิจัย. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระ*. หน่วยที่ 3 (หน้า 93-173). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จรัส มานตรี. (2538). *ความสัมพันธ์ของการเปิดรับ ความพึงพอใจในการอ่านนิตยสารประกอบอาชญากรรมกับทัศนคติต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของวัยรุ่นในชุมชนแออัด: กรณีศึกษานิตยสารอาชญากรรม และ 191 กับวัยรุ่นในชุมชนแออัดคลองเตย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิตและสื่อสารมวลชน ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชยุตรา ศิริไกรวัฒนวงศ์. (2541). *พฤติกรรม的开รับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้อ่านนิตยสารแนวธรรมะ และแนวอิทธิปาฏิหาริย์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. (2527). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- ดุณี หิรัญรักษ์. (2530). *นิตยสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล. (2546). *การวิจัยการสื่อสารเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ทิพย์วรรณ แสงศรี. (2546). *การวิเคราะห์เนื้อหา ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากนิตยสารลีซ่า*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เบญจวรรณ อรัญเรืองฤทธิ์. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้อ่านในการเลือกซื้อนิตยสาร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2533). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พระธรรมปิฎก. (2539). *สถานการณ์พระพุทธศาสนาและกระแสไสยศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สหธรรมิกการพิมพ์.
- พระเมธีธรรมาภรณ์. (2539). *พระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สหธรรมิก.
- พจน์ชัย เขยจรยา และคณะ. (2538). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: เบลโล่การพิมพ์.
- พีระ จิระโสภณ. (2546). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์ และทฤษฎีการสื่อสาร*. หน่วยที่ 11. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พฤติกกรรมการบริโภคสื่อ นิตยสารและแนวโน้มผู้อ่าน นิตยสาร ในปัจจุบันปี 2552. (2552). สืบค้นเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2557 จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9520000157554>
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2546). การจัดทำนิตยสารและวารสาร เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 11 หน้า 211-264 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์
- มนวิภา วงรุจิระ. (2547). กระบวนการผลิตและเผยแพร่หนังสือพิมพ์และนิตยสาร. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน*. หน่วยที่ 4 (หน้า 139-186). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรียา อานามวัฒน์. (2533). *พฤติกกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนอง ความต้องการศึกษาเฉพาะรายการธรรมะพระพยอมกับนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. (2537). *นิตยสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วุฒิชัย ผาสุกกานนท์. (2542). *ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการพระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ระวีวรรณ ประกอบผล. (2530). *นิตยสารไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถิต วงศ์สวรรค์. (2530). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สิริยา สัมมาวาท. (2546). *บริโภคนิยม: วัฒนธรรมสากลในยุคโลกาภิวัตน์. วารสารสุโขทัย-ธรรมาธิราช*. 19, 1 (มกราคม-มิถุนายน), 80-90.

- สิริพร จิตร์กษัธรรม. (2537). *การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สุมนรัตน์ ปานรัตน์. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรี*.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2542). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏ-
สวนสุนันทา.
- _____. (2544). *กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์และนิตยสาร*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏ-
สวนสุนันทา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2523). *จิตวิทยาในการสื่อสาร*. *วารสารธรรมศาสตร์*. 9, 4 (เมษายน – มิถุนายน).
- อรณี ฝูวรรณลักษณ์. (2537). *การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการ
ธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร*.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
กรุงเทพฯ.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม*. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Atkin Charle K. Charles. (1973). *Anticipated Communication and Mass Media International
Seeking Public Opinion Quarterly*. New York: Free Press.
- Benjayomgkit, Yubol. (1985). *Live Events, Need Salience and Audience Use to Television*. (Ph.D.
Dissertation of Philosophy in the Graduate School). Ohio State University, USA.
- Berlo David K. (1960). *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Blair, J. M., Cameron, M. W., & Bergsten, C.F. (1962). *Educational psychology*. New York:
Macmillan.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communication: Current perspectives on
gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Carey, J.W. and Kreilleg. (1986). *A.L. Popular Culture and Uses and Gratifications: Note
Toward as Accommodation*. California: Sage.
- Cronbach, L. J. (1954). *Educational psychology*. New York: Harcourt Brace.
- Hunt, T., & Ruben, B. D. (1993). *Mass communication*. New York: Harper Collins College.

- Kal Erik Resengen. (1973). *Use and Gratifications: A Paradigm Outlined The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage.
- Katz, E. Blumber, J.G> and Gurevitch.(1973). *Utilization of Mass Communications. By the Individual. The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills: Sage.
- Klapper, Joseph T. (1996). *The Effects of Mass*. (7th ed.). New York: The Free Press.
- McComb, M.E. and Becker, L. B. (1973). “Channels and Audience” in I Thiel De Sola Pool, et,al. eds. *Handbook of communication*. Chicago: Rand Mc Publishing Company. pp. 121-122.
- Shaw, M.E., & Wrigth, I.M. (1976). *Scale for measurement of attitude*. New York: McGraw-Hill.
- Wolseley, Roland E. (1955). *The Magazine World*. New York: Prentice Hall.
- Wolseley, R.E. (1969).*Understanding magazines*. (2nd ed.). Aces, IA: The Iowa State University Press.
- Wenner, L. A. (1985). “The Nature of New Gratifications” in *Media Gratifications Research: Current Perspective*. Beverly Hill: Sage.

