



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

งานวิจัยภาษาไทย

- กัลยกร วรกุลลัญฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). *การจัดการตลาด: แนวคิดและกลยุทธ์*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543). *สื่อใหม่: การวิเคราะห์และกรณีศึกษา*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย, และปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. (2543). *การศึกษาการใช้สื่อใหม่เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพไทย*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์. (2551). ความหมายและประเภทของสื่อใหม่. ใน *สื่อใหม่กับการสื่อสารในยุคดิจิทัล*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์. (2551). บทบาทนักประชาสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์ในสื่อใหม่ ตอนที่ 1. *พัฒนาเทคนิคศึกษา*, 20(65), 42-51.
- งามขจรกุลกิจ, ว. (2563). *การศึกษาสมรรถนะและเกณฑ์การปฏิบัติงานเพื่อสร้างโมเดลกรอบมาตรฐานวิชาชีพผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์*. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15 ประจำปี 2563, มหาวิทยาลัยศรีปทุม. <https://dspace.spu.ac.th/items/0e165c49-a49c-428e-9aad-ee04750d0258>
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สำนักพิมพ์ชั้นโทมส์.
- ฐิตินัน บ. คอมมอน. (2559). *การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม* [บทความวิจัย]. คณะนิเทศศาสตร์.
- ธนกฤต วันตะเมธ. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภคและการบริหารการตลาด*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธาม เชื้อสถาปนาศิริ. (2557). *เด็กเรียนรู้อย่างไรในยุคสื่อหลอมรวม*. งานประชุมวิชาการ “อภิวัดน์ การเรียนรู้สู่จุดเปลี่ยนประเทศไทย”.
- ธิดาพร ชนะชัย. (2550). *New media challenges: Marketing communication through new media*. https://commarts.hcu.ac.th/images/academic_article/nok/new_media_newchallenges.pdf
- นันทนา แสงมิตร และพัชนี เขยจรรยา. (2566). *การปรับตัวและทักษะที่จำเป็นต่อนักข่าวโทรทัศน์ในยุคเทคโนโลยีก้าวหน้า*. คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พจนา แยมทัฬ. (2557). *ศิลปะการพูดและการเป็นพิธีกร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (2542). *กรมศิลปากร*.
- พรณรงค์ พงษ์กลาง. (2560). *การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในศตวรรษที่ 21*. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 6(1), 118-130.

- พรณรงค์ พงษ์กลาง. (2560). การสื่อสารโทรทัศน์และบทบาททางสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.
- ภาณุพงษ์ ทินกร. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2553). Digital transformation of radio: e-Radio and podcasting trends. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2557). Radio communication and audience trust. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2560). Radio access and community broadcasting. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2562). Cost-effectiveness of radio as a mass medium. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ยอดเนตร, ป. (2564). การพัฒนาคุณลักษณะเฉพาะตัวของการเป็นพิธีกรและผู้ประกาศ ผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงจิตตปัญญา. วารสารนิเทศศาสตร์, 39(2). <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcomm/article/view/246779>
- ยุทธนา ศรีงาม. (2557). การเข้าถึงเนื้อหาตามความต้องการ: การศึกษาลักษณะเฉพาะของสื่อใหม่. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุทธนา ศรีงาม. (2557). สิทธิเสรีภาพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยในสื่อใหม่ ภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัชรินทร์ ทวีโชติ. (2566). คุณลักษณะและเทคนิคการสัมภาษณ์ของพิธีกรรายการประเภทฮาร์ดทอล์กของไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรินทร์, ท. (2566). คุณลักษณะและเทคนิคการสัมภาษณ์ของพิธีกรรายการประเภทฮาร์ดทอล์กของไทย [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/11236/>
- ศิริสวัสดิ์ชัย, ส. (2563). สมรรถนะของผู้ประกาศในสื่อวิทยุและโทรทัศน์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 4(2), 183–203. <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jhusocbru/article/download/1640/1295/5439>
- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. (2560). Content is king กับการเพิ่มคุณค่าให้กับเนื้อหารายการในโทรทัศน์ดิจิทัล. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 11(1), 226–234.
- สมิทธิพล เนียมคง. (2559). การพูดในที่ชุมชนและการเป็นพิธีกร. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2562). รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการศึกษาวิจัยเพื่อวิเคราะห์เนื้อหารายการเล่าข่าวทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล. สำนักงาน กสทช.

- สุปัญญา ไชยชาญ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- สุรสิทธิ์ วิหารรัฐ. (2545). การสื่อข่าว: หลักการและเทคนิค. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อนุพงศ์ ดาวัลย์. (2556). *ภาษาพิธีกร: ปาฐกถาวิทยาสวยข้ามคืน* [รายงานการค้นคว้าอิสระ]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Dataxet. (2567). *เปิดมุมมอง 7 กลุ่ม ดูโอกาสและอุปสรรคสื่อไทยปี 2568*.
<https://www.dataxet.co/thai-media-trends-2025>
- Thai PBS. (2568). *สำรวจสื่อไทย 2025 ไทยพีบีเอสน่าเชื่อถือสูง 72%*.
<https://www.thaipbs.or.th/news/content/353514>
- UniNet. (2567). *นักวิชาการชี้ทางรอด “วงการสื่อปี 2025” มุ่งนิชมาร์เก็ตเชิงลึก*.
<https://www.uni.net.th/index.php/news/10872/>

งานวิจัยภาษาต่างประเทศ

- Adams, P. (1992). Television as gathering place. *Annals of The Association of American Geographers*, 82(1), 117–135. <https://doi.org/10.1111/J.1467-8306.1992.TB01901.X>
- Alidemaj, A., & Bula, I. (2022). The negative effects of the corona effect on the propagation of radio and TV waves. *IFAC-PapersOnLine*, 55(31), 264–269. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2022.12.049>
- Andok, M. (2025). Podcast—The remediation of radio: A media theoretical framework for podcast research. *Journalism and Media*, 6(1), 7. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010007>
- Assael, H. (2003). *Consumer behavior: A strategic approach*. Houghton Mifflin.
- Black, J. (2010). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect* (rev. ed.). Three Rivers Press.
- Bottomley, A. J. (2020). *Sound streams: A cultural history of radio-internet convergence*. University of Michigan Press.
- boyd, d. (2011). Networked publics and networked selves: Rethinking the social graph. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). Routledge.
- Burke, L. (2020). *Adaptation in the age of media convergence*. Adaptation. <https://doi.org/10.1093/adaptation/apaa021>
- Burnett, R., & Marshall, D. P. (2003). *Web theory*. Routledge.
- Chen, M. (2022). *Short-form video platforms and their impact on traditional media*. University of Shanghai Press.

- Cheng, L. (2020). The impact of new media on traditional radio and television broadcasting. *Journal of Communication Studies*, 10(2), 45–60.
- Danesi, M. (2002). *The quest for meaning: A guide to semiotic theory and practice*. Toronto: University of Toronto Press.
- Das, S. (2022). Convergence and cross-platform media: A new communication ecosystem. *Global Media Journal*, 15(1), 10–25.
- Feng, Y. (2025). Analysis of the convergence and mutual appreciation of traditional radio and television media and new media. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 25(3), 116–120. <https://doi.org/10.54097/vwnh0c40>
- Goian, C., & Goian, M. (2023). Multimedia approaches in television and radio: Comparative study. *European Journal of Communication Studies*, 15(2), 101–118.
- Goian, V., & Goian, o. (2023). YouTube is also TV: New concepts of television and radio broadcasting in global media systems. *State and Regions. Series: Social Communications*, 3(55), 56–60. [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.3\(55\).5](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.3(55).5)
- Graziotin, D., & Wu, J. (2020). Definition of digital media involves distribution to devices and individuals. <https://pdfs.semanticscholar.org/5164/185d83e30781522058fe88ece1db393e86b7.pdf>
- Greenhow, C., & Chapman, A. (2020). Social distancing meet social media: Digital tools for connecting students, teachers, and citizens in an emergency. *Information and Learning Sciences*, 121(5/6), 331–339.
- Hall, S. (1973). The 'Structured Communication' of Events. In *An introduction to the sociology of mass communication* (pp. 5–22). Routledge.
- Haryanto, A. (2023). Film radio: Genre film hasil adaptasi gaya penceritaan sandiwara radio. *DeKaVe*, 16(2), 160–169. <https://doi.org/10.24821/dkv.v16i2.11127>
- Hotbot. (2025). Community engagement in radio broadcasting. *Journal of Media Studies*, 9(2), 55–70.
- Hu, H., & Wang, Y. (2022). Research on convergence media consensus mechanism based on blockchain. *Sustainability*, 14 (1 7) , 1 1 0 2 6 . <https://doi.org/10.3390/su141711026>
- Hu, Y., & Cao, Q. (2020). The user-centric communication model of new media. *Communication & Society*, 25(4), 112–128.

- Huang, E., Davison, K., Shreve, S., Davis, T., Bettendorf, E., & Nair, A. (2006). Facing the challenges of convergence. *Convergence*, 12(1), 83–98. <https://doi.org/10.1177/1354856506061557>
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33–43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Jenkins, H. (2020). *Convergence culture: Where old and new media collide* (Updated edition). New York: NYU Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814743683.001.0001>
- Jenkins, H., Purushotma, R., Clinton, K., Weigel, M., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MIT Press.
- Kamei, Y. (2019). The challenges of live streaming technology for traditional broadcasting. *Journal of Media Innovation*, 8(3), 88–105.
- Kawamoto, K. (1997). 10 things should know about new media. The Freedom Forum Pacific Coast Center.
- Klopfenstein, B. (1997). Convergence: Integrating media, information & communication. *Journal of Communication*, 47(4), 174–176. <https://doi.org/10.1093/jcom/47.4.174>
- Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2010). *Nonverbal communication in human interaction* (7th ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Lavine, M. (2020). Shields up!. *Science*, 369(6502), 387–388. <https://doi.org/10.1126/science.369.6502.387-d>
- Li, Z. (2022). Intelligent media computing technology and application for media convergence. *CAAI Transactions on Intelligent Technology*, 7, 329–330. <https://doi.org/10.1049/cit2.12132>
- Loudon, D., & Bitta, A. (1979). *Consumer behavior: Concepts and applications*. McGraw-Hill.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage.
- Meifitri, F., & Susanto, R. (2020). The role of traditional broadcasters on new media platforms. *Journal of Communication and Culture*, 12(1), 22–35.

- Meikle, G., & Young, S. (2012). *Media convergence: Networked digital media in everyday life*. New York: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-0-230-35670-2>
- Meindl, M. J. (2022). Sound Streams: A Cultural History of Radio-Internet Convergence by Andrew J. Bottomley (review). *Technology and Culture*, 63(1), 293–294. <https://doi.org/10.1353/tech.2022.0040>
- Mikos, L. (2019). Television as transitional medium. *International Journal of Film and Media Arts*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.24140/ijfma.v4.n1.01>
- Miranda, P., & Yulianti, R. (2020). Eksistensi radio saat ini: Studi preferensi & motivasi khalayak dalam mendengarkan radio. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 735. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i3.2477>
- National Bureau of Statistics of China. (2021). Communiqué of the Seventh National Population Census (No. 3). http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202105/t20210510_1817188.html
- Nissen, S. L., McCulloch, M., & Fox, R. A. (2020). Prosodic elements for content delivery in broadcast journalism: A quantitative study of vocal pitch. ScholarsArchive@BYU. https://scholarsarchive.byu.edu/context/facpub/article/8223/viewcontent/nissen_et_al_2020_prosodic_elements_for_content_delivery_in_broadcast_journalism_a_quantitative_study_of_vocal_pitch.pdf
- O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies*, 1(17), 17–37.
- Parents.com. (2024, May 8). Benefits of social media for teens: Strengthening friendships and expression. <https://www.parents.com/>
- Pei, Q. (2021). Audience fragmentation and advertising revenue decline in traditional media. *Journal of Media Business Studies*, 15(2), 70–85.
- Perez, E., Manca, S., & Fernández-Pascual, R. (2023). A systematic review of social media as a teaching and learning tool in higher education: A theoretical grounding perspective. *Educational Technology Research and Development*, 71, 1025–1047.
- Piyawat. (2019, April 1). New media. Piyawat Kamthong. <https://piyawat61075946.wordpress.com/2019/04/01/new-media/>
- Przybylski, A. K., & Vuorre, M. (2024). Internet use is associated with greater wellbeing, global study finds. *Technology, Mind, and Behavior*, 5(1).

- Puspa, I., Warmayana, I., Mardika, I., Wati, N., & Restiti, N. (2019). Improving the quality of television media broadcasts in tackling free sex among teens. *Jurnal Penjaminan Mutu*, 5(2), 209–218. <https://doi.org/10.25078/jpm.v5i2.1091>
- Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From new media to communication. In R. P. Hawkins, J. M. Wiemann, & S. Pingree (Eds.), *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes* (pp. 110–134). Sage Publications.
- Ramadhani, S., Ataqiya, R., Haris, B., Law, E., & Royi, J. (2022). Analysis of radio broadcast. *Journal International Dakwah and Communication*, 2(1), 106. <https://doi.org/10.55849/jidc.v2i1.106>
- Research Cafe. (2564). The role of television in shaping public opinion. Bangkok: Research Cafe Publications.
- Reuters Institute. (2568). *Reuters Institute Digital News Report 2025*. University of Oxford.
- Rusdian, S., Sugiat, J., & Tojiri, Y. (2024). Understanding consumer behavior in marketing management: A descriptive study and review of literature. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 4(2), 195–204. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v4i2.416>
- Shaw, N. (2024). A study of the factors influencing consumer behaviour. *Global Research Journal of Social Sciences and Management*, 2(1), 40–50. <https://doi.org/10.55306/grjssm.2024.2105>
- Stiekolshchykova, E., Tyshchenko, Y., & Hrytsai, Y. (2022). The transformation of traditional media in the new media ecosystem. *Journal of Social and Political Sciences*, 10(3), 112–125.
- Sümer, B., & Taş, O. (2020). The regulation of television content in Turkey: From state monopoly to commercial broadcasting and beyond. In K. B. B. M. D. E. K. S. E. D. R. T. G. S. B. A. B. C. (Ed.), *Media and democracy in Turkey: Towards an interdisciplinary perspective* (pp. 27–46). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46051-8_2
- The Open University. (2011). The benefits of social media in academia.
- Thompson, K. (2018, December 13). Main characteristics of new media. Sociology A-Level. <https://revisesociology.com/2018/12/13/main-characteristics-of-new-media/>
- Tian, J. (2021). Professional branding for broadcasters in the new media era. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 65(4), 501–515.
- Tynan, B. (2011). Immediacy in broadcast media: Impact on audience perception. *Media & Communication Review*, 5(1), 22–35.

- Tynan, L. (2011). *Broadcast news: Keep it simple*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Verywell Family. (2015, January 15). Surprising ways your teen benefits from social media. <https://www.verywellfamily.com/>
- Vorasiha, V. (2022). The changing landscape of media in the digital age. *Journal of Media and Communication Studies*, 13(1), 30–45.
- Wang, L. (2019). Short-form videos and audience engagement. *Journal of Digital Media*, 8(2), 78–93.
- Wang, Z. (2020). From one-way communication to real-time interaction: The changing role of broadcasters. *New Media & Society*, 22(1), 220–235.
- Wang, Z. (2023). How broadcasters' characteristics affect viewers' loyalty: The role of parasocial relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(2), 205–225. <https://doi.org/10.1080/08838151.2023.2204691>
- Wenjin, W. (2020). Innovation work based on radio and television media in the Internet age. *Journal of Physics: Conference Series*, 1642(1), 012017. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1642/1/012017>
- Xu, J. (2022). Defining new media in the context of user-generated content. *Journal of Communication and Media Research*, 11(3), 45–60.
- Xun, Z. (2024). Innovative development of radio and television news from the perspective of media integration. *Media and Communication Research*, 5(1), 74–79. <https://doi.org/10.23977/mediacr.2024.050114>
- Zambrano, A., Velez, N., & Del Rosario Zambrano Santos Zita, L. (2024). Traditional media and digital convergence. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 28(123), 806. <https://doi.org/10.47460/uct.v28i123.806>
- Zhang, X. (2021). The impact of new media on traditional media business models. *Journal of Media Economics*, 14(4), 101–115.
- Zhang, Y. (2025). *Defining new media through four dimensions*. Oxford University Press.
- Zhang, Y., Tan, K., Ponnudurai, P., Yunos, N., Saad, S., & Mohamad, Z. (2568). Dilemmas and opportunities for Chinese broadcasters and presenters in the era of media convergence. *Journal of Posthumanism*, 5(2), 542. <https://doi.org/10.63332/joph.v5i2.542>
- Zhao, L. (2021). The application of algorithmic recommendation in new media communication. *Journal of Artificial Intelligence in Media*, 5(1), 10–25.