

เกณฑ์การประเมินคุณค่าผลงานภาพถ่ายบุคคลหัวข้อ “มิตรภาพ” ในมุมมองของผู้เรียนการถ่ายภาพดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร
อนุสรณ์ ศรีแก้ว

ภาพยนตร์กับจิตรกรรม

ดร. ฉลองรัฐ เณรมาลย์ขลมารค

Be Like Me & Follow Me : A Relationship between Homophily and Belief of Superheroes' Fans
Proud Arunrangsriwed

การบริโภคเชิงสัญลักษณ์และการสร้างความโดดเด่นทางสังคมของผู้ใช้สมาร์ตโฟน

ธัญพร เทพทวี

ความคาดหวังต่อการนำเสนอข่าวบันเทิงผ่านสื่อโทรทัศน์

สรรพชัย เกียรตินานนท์

บทบาทของหนังสือพิมพ์ ที่มีต่อการรบกวนการสังคมประกิตทางการเมืองใน ทศนะของผู้เชี่ยวชาญทางด้านวารสารศาสตร์และ
รัฐศาสตร์

ผศ.ฐิติ วิทยสธนะ รศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ

โนราเดิม เมืองตรัง : การสื่อสารสุนทรีย์ภาพในยุคปฏิวัติวัฒนธรรม

ผศ.เอียรชัย อิศรเดช

ความคาดหวังของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการบริการสปาและภาพลักษณ์ของธุรกิจนวดสปาที่มีต่อ
พฤติกรรมการใช้บริการในสายตาลูกค้าในเขต กรุงเทพมหานคร

ณภัทร ทวีแสงศิริ

การสร้างเสียงในตระกูลหนังผีไทย

ปรัชญา ทองชุม



วารสารวิชาการ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต นิเทศศาสตร์ปริทัศน์

วารสารราย 6 เดือน ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 มกราคม - มิถุนายน 2558

Vol.18 No.2 Jan - Jun 2015

นฤเทพ โลภสุมี ยี่ อูปาทิยามานัน อนุวัชชี อสุส

การยึดถือมันอันใดไว้ จะพึงเป็นข้อหาโทษมิได้ อันนั้นไม่มีเลยในโลก

ISSN 0858-6160

วารสารนี้ได้รับการรับรองจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) : วารสารอิเล็กทรอนิกส์ <http://www.rsu.ac.th/jca/index.php>

2

7

6

การสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรผู้บริหารและทัศนคติต่อการให้บริการตาม
นโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ(กสทช.)

วิโรจน์ ศรีทัญญ และคณะ

การสื่อความหมาย และการรับรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่สะท้อนผ่านงานโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์
ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

รศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ อรรถธญา พิฤลพารุ่งโรจน์

การเปิดรับและทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์ โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่

ดร. สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์

ทีวีดิจิทัล : การเปลี่ยนผ่าน แนวโน้ม และผลกระทบ

ผศ.สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ

Media Exposure, Perception, and Decision-Making of University Students toward Orthodontic Treatment
Asst. Prof. Dr. Dounthip Chareonrook Phuenchote

การสื่อสารแบรนด์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของบุรุษในโฆษณา ผลึกภรณ์บำรุงผิวหน้าชาย กรณีศึกษา แบรนด์นี้เรีย

ณฐพล ธรรมสมบัติ

การบริโภคสื่อสาธารณะ: การรับรู้ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ จากสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสของผู้ชม
นันทิยา ดวงกุ่มเมศ สิริพร พิบุลภาณุวิธิน

ทัศนคติ และพฤติกรรมในการเปิดรับของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อการถ่ายทอดสดฟุตบอลผ่านสื่อวิทยุ

เฉลิมพล ทองพันธุ์ ผศ. ดร.พงษ์ วิเศษสังข์

ชีวิตดิจิทัลและกฎการใช้ไอซีทีในครอบครัวของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

อัจฉรา เอ็นซ์

สารบัญ

บทความวิชาการ	หน้า
ภาพยนตร์กับจิตรกรรม	
ดร.ฉลองรัฐ เณรมาลย์ชลมารค	16
ทิวติจัทล์ : การเปลี่ยนผ่าน แนวโน้ม และผลกระทบ	
ผศ.สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ	152
บทความวิจัย	หน้า
เกณฑ์การประเมินคุณค่าผลงานภาพถ่ายบุคคลหัวข้อ “มิตรภาพ”	
ในมุมมองของผู้เรียนการถ่ายภาพดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร	
อนุสรณ์ ศรีแก้ว	8
Be Like Me & Follow Me : A Relationship between Homophily and Belief of Superheroes' Fans	
Proud Arunrangsiwed	35
การบริโภคเชิงสัญลักษณ์และการสร้างความโดดเด่นทางสังคมของผู้ใช้สมาร์ทโฟน	
ธันชพร เทพทวี	51
ความคาดหวังต่อการนำเสนอข่าวบันเทิงผ่านสื่อโทรทัศน์	
สรพัชญ์ เจียรนันทน์	64
บทบาทของหนังสือพิมพ์ ที่มีต่อกระบวนการสังคมประกิตทางการเมืองใน ศตวรรษของผู้เชี่ยวชาญ	
ทางด้านวารสารศาสตร์และรัฐศาสตร์	
ผศ.ฐิติ วิทยสรณะ	72
โนราเต็ม เมืองตรัง : การสื่อสารสุนทรียภาพในยุคปฎิวัติวัฒนธรรม	
ผศ.เรีัยรัชย์ อิศรเดช	87
ความคาดหวังของลูกค้าต่อบัณฑิตจบใหม่ประสมทางการตลาดของการบริการสปา	
และภาพลักษณ์ของธุรกิจนวดสปาที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการในสายตาลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร	
ณภัทร ทวีแสงศิริ	95
การสร้างเสียงในตระกูลหนังผีไทย	
ปรัชญา ทองชุม	103

การสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ องค์กร ผู้บริหาร
และทัศนคติต่อการให้บริการตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกิจการ
กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ(กสทช.)

วิโรจน์ ศรีหิรัญ และคณะ

117

การสื่อความหมาย และการรับรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่สะท้อนผ่านงานโฆษณา
เพื่อการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

รศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ

131

อรรถญา พิกุลพารุ่งโรจน์

การเปิดรับและทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อป้ายประชาสัมพันธ์ โครงการมหาวิทยาลัยรังสิตปลอดบุหรี่

ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์

144

Media Exposure, Perception, and Decision-Making of University Students toward Orthodontic Treatment

Asst. Prof. Dr. Dountip Chareonrook Phuenchote

163

การสื่อสารแบรนด์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของบุรุษในโฆษณา ผลิตภณฑ์บำรุงผิวหน้าชาย
กรณีศึกษา แบรินด์นิเวีย

ณัฐพล ธรรมสมบัติ

174

การบริโภคสื่อสาธารณะ: การรับรู้ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์
จากสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสของผู้ชม

นันทยา ดวงภูมิเมศ

187

สิรินทร์ พิบูลภานุวัฒน์

ทัศนคติ และพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อการถ่ายทอดสด
ฟุตบอลผ่านสื่อวิทยุ

เฉลิมพล ทองพันธุ์

199

ผศ. ดร.พงษ์ วิเศษสังข์

ชีวิตดิจิทัลและกฎการใช้ไอซีทีในครอบครัวของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

อัจฉรา เอ็นซ์

206