**เอกสารอ้างอิง**

กิติมา สุรสนธิ. (2533). *ความรู้ทางการสื่อสาร.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จุลมณี สุระโยธิน (2554). *ผลของการจัดการเรียนรู้ร่วมกันทางอินเทอร์เน็ตด้วยการเขียนสะท้อนคิดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อทักษะทางสังคมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.* ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปกร.

จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. (2559). *การประชาสัมพันธ์องค์การ*. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 46-50

ณัฏฐ์ชุดา วิจิตรจามรี. (2559). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 4-5.

ธนิพร จุลศักดิ์ (2555). *การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี*, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ปิยวัฒน์ เกตุวงศา, ศุทธิดา ชวนวัน. *ใครเป็นใครบนเครือข่ายสังคมออนไลน์: ความหลากหลายทางคุณลักษณะและพฤติกรรม.* ความหลากหลายทางประชากรและสังคมในประเทศไทย ณ ปี 2558. http://www.ms.ipsr.mahidol.ac.th/ConferenceXI/Download/Book/447-IPSR-Conference-A02-fulltext.pdf [วันที่เข้าถึง 14 มิถุนายน 2561]

พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). *สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต*. วารสารนักบริหาร 31(4) (ตุลาคม-ธันวาคม), 99-103.

ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์

Atkin & Charles K. (1973). *Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking***.** New York: Free Press.

Brand Buffet. (29 กันยายน 2559). LINE ครองแชมป์ “สื่อออนไลน์” ในไทย และนักการตลาดต้อง “โฆษณา” ให้แนบเนียน. https://www.brandbuffet.in.th/2016/09/55868/ [วันที่เข้าถึง 14 มิถุนายน 2561]

MGR Online. (2 ตุลาคม 2559). *ผู้บริโภคออนไลน์ในไทยใช้โซเชียลมีเดียทุกวันสูงถึง 80%.* https://today.line.me/th/pc/article/ [วันที่เข้าถึง 14 มิถุนายน 2561]