

เอกสารอ้างอิง

- Barthes, Roland. 1957. "Mythologies" [Online]. Available
<http://seacoast.sunderland.ac.uk/~os0tmc/myth.htm> (18 January 2010)
- Foucault, Michel. Les Corps Dociles: Surveiller et Punir. หน้า 5-43. โครงการจัดพิมพ์คบไฟ. 2547
- Gottdiener, Mark. The System of Objects and the Commodification of Everyday Life: The Early
Baudrillard. Baudrillard A Critical Reader. Basil Blackwell Ltd, pp. 25 – 49, 1994.
- "Internalist vs. Externalist Conceptions of Epistemic Justification" [Online]. Available
<http://plato.stanford.edu/entries/justep-intext/> [5 September 2009]
- Jenks Chris. Culture. London & New York : Routledge, pp. 128- 133, 1993.
- Karp, David A. Sociology in Everyday Life. Waveland Press, INC. 321-3432004.
- Kellner, Douglas. Media Culture. Routledge, pp. 231 – 260, 1995.
- Kellner, Douglas. Media Spectacle. Routledge, pp. 2-17, 2003.
- Leary, Mark R. Self-Esteem as an Interpersonal Monitor: The Sociometer Hypothesis. Journal
Personality and Social Psychology. 1995. Vol. 68. No. 3. 518-530
- Ludwig von Mises. Epistemological Relativism in the Sciences of Human Action.
Mises Daily: Saturday, July 12, 2008.

Martin, Judith N. *Intercultural Communication in Contexts*. Mountain View, pp. 148 – 169, 2003.

Symbolic Capital and Symbolic Violence. 2010

http://en.wikipedia.org/wiki/Pierre_Bourdieu#Symbolic_capital_and_symbolic_Violence

Sawchuck, Kim. *Semiotics, Cybernetics and the Ecstasy of Marketing Communications*. Baudrillard
A Critical Reader. Basil Balckwell Ltd, pp. 91 – 112, 1994.

Thomas, W.J.T. Mitchell. *Picture Theory*. The University of Chicago Press. 1994.

Thompson, John B. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Oxford, pp.119-140,
1995.

Wikipedia. “Cool and Hot Media”. [Online]. Available

http://en.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan [7 February 2009]

Wikipedia. “Erikson's stages of psychosocial development”. [Online]. Available

http://en.wikipedia.org/wiki/Erikson%27s_stages_of_psychosocial_development [13
February 2010]

Wikipedia. “Infomercial”. [Online]. Available

<http://en.wikipedia.org/wiki/Infomercial> [5 September 2009]

Wikipedia. “Infotainment”. [Online]. Available

<http://en.wikipedia.org/wiki/Infotainment> [5 September 2009]

Wikipedia. “The Object Value System”. [Online]. Available

http://en.wikipedia.org/wiki/Baudrillard#The_object_value_system [1 October 2009]

คลักว์ อ่องระเบียบ “อิทธิพลของประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ชนแส วงศ์ยานนาวา. ปฏิวัติบริโภค : จากสิ่งของฟุ่มเฟือยมาสู่สิ่งจำเป็น. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร. 2550

ธิดรัตน์ อรรถวงศกร. “พฤติกรรมการถอนตัวและการไว้วางใจของกลุ่มแม่บ้านผู้ชมโทรทัศน์ไทย” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

ธีรยุทธ บุญมี. Michel Foucault. หน้า 160-167. สำนักพิมพ์วิภาษา. กรุงเทพฯ. 2551.

พรจิต สมบัติพาณิชย์ “โฆษณาในทศวรรษที่ 2000- 2010 โดยศึกษาปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา” มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2547

พรทิพย์ ,เลือดจีน “บุคลิกภาพผู้บริโภค บุคลิกภาพตราสินค้า และความตั้งใจซื้อ” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

สมเกียรติ ตั้งน โม. มองหาเรื่อง: วัฒนธรรมทางสายตา Visual Culture. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาสารคาม. 2549

เอกรัฐ เลหาทัยวานิชย์. “Representation, Globalization, Consumerism, cultural capital” [Online]. Available

<http://www.midnightuniv.org/midnighttext/0009999810.html> [23 August 2011]