

สารบัญภาพประกอบ

| ภาพ | | หน้า |
|-----|---|------|
| 1 | ภาพแสดงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร..... | 2 |
| 2 | แบบจำลองเรื่องการสื่อสารของเบอร์โล (David K. Berlo)..... | 10 |
| 3 | ภาพแสดงพัฒนาการของทฤษฎีวิพากษ์ที่ใช้ในการศึกษาสื่อมวลชน..... | 17 |
| 4 | กรอบทฤษฎีแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสตรีกับสื่อมวลชน..... | 33 |
| 5 | กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 34 |
| 6 | ภาพแสดงมิติการศึกษาแนวความคิดในด้านต่างๆของสตรีผู้ผลิตงานที่ สะท้อนผ่านผลงาน | 67 |
| 7 | ภาพแสดงมิติการศึกษาแนววิเคราะห์เจาะจงที่เนื่องงาน (Message)..... ของสตรีผู้ผลิตงาน | 69 |
| 8 | ภาพแสดงอำนาจของบทความเชิงโฆษณาที่มีต่อผู้บริโภคหญิง..... | 106 |
| 9 | ภาพแสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหญิงที่มีต่อ..... สื่อโฆษณานบนชั้นวางสินค้า | 108 |
| 10 | ภาพแสดงการจัดขั้นตอนการปฏิบัติการของความสัมพันธ์เชิงอำนาจของ..... สื่อโฆษณาที่มีต่อวาทกรรมและมายาคติ ต่อผู้บริโภคสตรี | 118 |
| 11 | Ritualistic Model แสดงการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสาร(Sender) และผู้รับสาร..... (Receiver) ที่มีสัญญาณเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาสาร(Message) | 124 |
| 12 | ภาพแสดงระยะใกล้ ไกลระหว่างวัตถุที่มีอยู่จริง (Object) กับการตีความ..... สัญญาณ 3 รูปแบบของผู้รับสาร(Receiver) | 126 |
| 13 | ภาพแสดงโครงสร้างการปฏิบัติการเตรียมตัวเพื่อเสนอขายของพนักงาน..... ขายโฆษณา (Account Executive) ของสื่อวิทยุ | 129 |
| 14 | ภาพแสดงโครงสร้างการปฏิบัติการขายของพนักงานขายโฆษณา..... (Account Executive) ของสื่อวิทยุ | 130 |
| 15 | ภาพแสดงโครงสร้างการติดตามการขายและการรักษาลูกค้าของพนักงาน..... ขายโฆษณา (Account Executive) ของสื่อวิทยุ | 131 |
| 16 | ภาพแสดงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสารใน 4 ระดับ..... | 153 |

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

| ภาพ | | หน้า |
|-----|---|------|
| 17 | ภาพแสดงผลการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อโทรทัศน์..... | 159 |
| 18 | ภาพแสดงพัฒนาการในการใช้สื่อและบทบาทของเพศชาย-หญิงในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลตั้งแต่อดีต-ปัจจุบัน | 178 |
| 19 | ภาพแสดงลักษณะการสร้างกลุ่มเครือข่ายบุคคล และเส้นทางอำนาจในบริบทของการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มหญิงรักหญิง | 183 |
| 20 | ภาพแสดงโครงสร้างเนื้อหาในการจัดทำสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเรียนเรื่องสารไอโอดีนสำหรับกลุ่มแม่บ้านภาคเหนือ | 197 |
| 21 | ภาพแสดงลำดับความสัมพันธ์เชิงอำนาจในการผลิตสื่อคาราโอเกะที่มีต่อหญิงในบทบาทของผู้แสดงคาราโอเกะ | 199 |
| 22 | ภาพแสดงการต่อรองทางความหมายระหว่างกลุ่มนายทุน กลุ่มผู้สร้างงาน และกลุ่มผู้ประกอบการสร้าง | 204 |
| 23 | ภาพแสดงการต่อรองความหมายระหว่างผู้ชมภาพยนตร์ (Receiver) กับต้นทุนความรู้ที่ตนมีเกี่ยวกับภาพยนตร์ (Message) และเกี่ยวกับเรื่องเล่าของแม่นาคพระโขนง | 204 |
| 24 | ภาพแสดงโครงข่ายการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อภาพยนตร์..... | 206 |
| 25 | ภาพแสดงบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสารสตรี..... | 216 |
| 26 | ภาพแสดงผลของความรุนแรงทางตรงที่ส่งผลกระทบต่อในทุกมิติในผู้ถูกกระทำ..... ความรุนแรง | 225 |
| 27 | ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสตรี สื่อ และองค์กรธุรกิจ..... | 248 |
| 28 | ภาพแสดงการย้อยดึงไปมาระหว่างกลุ่มแม่บ้านกับสื่อมวลชนในบริบทของการรับสื่อ | 286 |
| 29 | ภาพแสดงการพึ่งพากันระหว่างผู้บริโภคกับสื่อในบริบททลภายนอก..... | 287 |
| 30 | ภาพแสดงกระบวนการเลือกสรรรับรู้ (Selective Perception Process)..... | 293 |
| 31 | ภาพแสดงบริบทการเกิดความพึงพอใจของผู้รับสาร..... | 301 |
| 32 | ภาพแสดงความสัมพันธ์ของความต้องการด้านเนื้อหาของผู้รับสารสตรี..... | 307 |

