

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
2.1 วงจรของวัฒนธรรม (The circuit of culture).....	34
2.2 กรอบแนวคิดในการทำเสมือนจริง ประกอบสร้าง และเน้นย้ำ สัญญา หรือ ความหมาย อัตลักษณ์ หรือตัวตน รสนิยม และภาพนิมิตเกี่ยวกับญี่ปุ่น และ ด้านอื่น ๆ ของร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ในสังคมไทยกับแบบแผนการบริโภค และการบริโภคของผู้บริโภคชาวไทย	62
4.1 สัญญา หรือความหมายของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในฐานะสื่อ สื่อมวลชน และสินค้าในบริบทสังคมญี่ปุ่น	110
4.2 การปรับเปลี่ยนสัญญา หรือความหมายของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น ในฐานะสินค้าสินค้าทางวัฒนธรรม และสินค้าสัญญา ในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน และพื้นที่การสื่อสารจากบริบทสังคมวัฒนธรรมญี่ปุ่นสู่บริบทสังคม วัฒนธรรมไทย	130
5.1 สรุปกระบวนการนำเสนอ และการวิเคราะห์	240