

## References

- Bailyn, Evan. "How Important is Physical Beauty." *Evanbailyn*. 20 June 2010. Web. 27 September 2010.
- Belch George E., and Michael A. Belch. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication on Perspective*. Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2002. Print.
- "Beauty and Body Image in the Media." *Media Awareness Network*. 2009. Web. 8 October 2010.
- Chandler , Rayner . "Concept of Beauty is Universal." *Ezine Articles*. 19 Nov. 2008. Web. 9 December 2010.
- Cook, Guy. *Discourse*. Oxford: Oxford University Press, 1989. Print.
- Cook, Guy. *The Discourse of Advertising*. London: Routledge, 1996. Print.
- del- Teso-Craviotto, Marisol. "Words that Matter: Lexical Choice and Gender Ideologies in Women's Magazines." *Journal of Pragmatics* 38.11 (2006): 2003-2021. Print.
- Fairclough, Norman. *Media Discourse*. New York: Edward Arhold, 1995. Print.
- Firth, Katherine, Ping Shaw and Hong Cheng "The Construction of Beauty: A Cross-Cultural Analysis of Women's Magazine Advertisements." *Journal of Communication* 55.1 (2005): 56-70. Print.
- "The Gestalt Principles." *Spokane Falls Community College*. 2009. Web. 20 February 2012.
- Goough-Yates, Anna. *Understanding Women's Magazines*. New York: Routledge, 2003. Print.
- "The History of Marie Claries." *Yahoo Lifestlye*. 4April 2008. Web. 18 July 2010.
- Johnson, Allan G. *Gender Knot: Unraveling Our Patriarchal Legacy*. Philadelphia: Temple University Press, 1997. Print.

- Jones, Geoffery. *Beauty Imagine: A History of the Global Beauty Industry*. New York: Oxford University Press, 2010. Print.
- Kongpetch, Saowadee, and Keith Smith. "The Language of the Printed Advertisement." *Academic Journal, The Faculty of Humanities and Social Sciences, Ubon Ratchathani University* 2.4 (2008): 149-176. Print.
- Langmeyer, Lynn, and Matthew Shank. "Managing Beauty Products and People." *Journal of Brand and Product Management* 3.3 (1994): 27-38. Print.
- Luftman, Debra, and Eva Ritvo. *The Beauty Prescription : The Complete Formula for Looking and Feeling Beautiful* . USA: McGrawHill, 2008. Print.
- Matheson, Donald. *Media Disocourse: Analyzing Media Texts*. New York: Open University Press, 2005. Print.
- Moeran, Brian. "The Portrayal of Beauty in Women's Fashion Magazines." *Fashion Theory*. 14(2010): 491-510. Print.
- Tiggemann, Marika, and Belinda McGill. "The Role of Social Comparison in the Effect of Magazine Advertisements on Women's Mood and Body." *Journal of Social and Clinical Psychology*. 23(2004): 23-44. Print.
- Wolf, Nomi. *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. New York: William Morrow, 2002. Print.
- Wongbiasaj, Soranee, and Peter Freeouf. *Discourse in Communication. A Textbook for English 001445*. Chiang Mai: Chiang Mai University, 2000, Print.
- เก็จกาญจน์ เทียมเมือง. การวิเคราะห์กลวิธีและภาษาในการ โฆษณาสินค้าและบริการลดความอ้วนสื่อ นิตยสาร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต . มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2545. พิมพ์.
- จันทิมา ปัทมธรรมกุล. วิเคราะห์การสร้างวาทกรรมความงามของโฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550. พิมพ์.
- นพภาศ เรืองพานิชภิบาล. การวิเคราะห์วาทกรรมความงามในหน้าโฆษณาของนิตยสารสตรี. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2550. พิมพ์.

อุ๋นใจ เจียมบูรณะกุล. วาทกรรม “ความสวย” อัตลักษณ์วัฒนธรรมการบริโภค: กรณีศึกษานักศึกษา  
หญิงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต . มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.  
พิมพ์.

## Appendix

### Verbal and visual advertising discourse

Verbal/Visual discourse	Total No. of ads	No. of ads in use	Percentage
<b>Verbal discourse</b>			
<b>1. Sentence type</b>	<b>50</b>	<b>18</b>	<b>36</b>
1.1 Imperative sentence	50	12	24
1.2 Declarative sentence	50	4	8
1.3 Interrogative	50	2	4
<b>2. Prosodic representation</b>	<b>50</b>	<b>19</b>	<b>38</b>
2.1 Alliteration	50	14	28
2.2 Assonance	50	3	6
2.3 Rhyming	50	2	4
<b>3. Approbatory diction</b>	<b>50</b>	<b>11</b>	<b>22</b>
<b>4. Figure of speech</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>16</b>
5.1 Metaphor	50	4	8
5.2 Simile	50	4	8
<b>5. Cohesive device</b>	<b>50</b>	<b>9</b>	<b>18</b>
6.1 References	50	9	18
<b>6. Jargon</b>	<b>50</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
<b>7. Personification</b>	<b>50</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
<b>8. Antithesis</b>	<b>50</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
<b>Visual discourse</b>			
<b>1. The principle of focus and motion</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>16</b>
1.1 Eye-leading technique	50	5	10
1.2 Oblique line technique	50	3	6
<b>2. The principle of grouping</b>	<b>50</b>	<b>35</b>	<b>70</b>
2.1 Similarity	50	32	64
2.2 Proximity	50	3	6
2.3 Continuity	50	2	4
<b>3. Sign level</b>	<b>50</b>	<b>23</b>	<b>46</b>
3.1 Water and snow	50	4	8
3.2 Presenter's face	50	12	24
3.3 Natural elements	50	7	14



## CURRICULUM VITAE

**Name** Ms. Nartchulee Thaithiang

**Date of Birth** 1 February 1983

### **Educational Background**

2000-2004 Bachelor of Arts in English, Faculty of Humanities,  
Payap University

1997-1999 High School Certificate, Chalermkwansatree School,  
Phitsanulok

### **Work Experiences**

2007-Present Academic Officer, Educational Services Section,  
the Graduate School, Chiang Mai University

2005-2006 Translator, Carllym Co., Ltd., Chiang Mai

