

參考文獻

一、中文部份

王啓清（1993年12月4日）。〈軟體人物躍出螢幕招徠顧客〉，《經濟日報》，第12版。

林文婷（2001年2月5日）。〈世貿多媒體大展，強 GAME 明星辣妹大團拜〉，《星報》，第15版。

林泓達（2000）。《裝飾人物性別、受試者性別與產品的性別定位對於性訴求廣告效果之影響》。國立成功大學企業管理研究所碩士論文。

祁安國（2005年7月17日）。〈展場 Show Girl 有夢最美〉，《民生報》，頁 B7。

孫秀蕙（1995）。《廣告文化》。台北：揚智文化。

許明煌（2000年12月2日）。〈辣妹+贈品，資訊月展現人潮〉，《民生報》，頁 D4。

許薔薔、許綺玲（1997）。《神話學》，台北：桂冠。

（原書 Barthes R. [1972]. Mythologies. New York: Hill and Wang.）

康正果（1999）。〈情色與身體〉，《當代》，142：108-115。

張錦華（1994）。《媒介文化、意識形態與女性—理論與實證》。台北：正中。

張錦華等（1995）。《傳播符號學理論》，台北：遠流。

(原書 Fiske, J. [1990]. Introduction to Communication Studies. London; New York: Routledge.)

張錦華、劉容玫 (2001)。《女性主義媒介研究》，台北：遠流。

(原書 Zoonen, van L. [1994]. Feminist Media Studies. London; Thousand Oaks, CA: Sage)

張錦華 (2002)。《女為悅己者瘦？媒介效果與主體研究》。台北：正中。

馮建三 (1992)。《廣告的符碼》，台北：遠流。

(原書 Jhally S. [1987]. The Codes of Advertising: Fetishism and the Political Economy of Meaning in the Consumer Society. New York: St. Martin's Press.)

黃兆璽等 (2003 年 12 月 2 日)。〈showgirl 一邊涼快賺，七年級女大學生姊妹們上場奪金〉，《星報》，第 14 版。

黃蘭瑛 (2006 年 5 月)。〈Show Girl 的女體促銷世界〉，「世新大學人文社會學院社心系學生學術研討會」論文。台北：景美。

彭慧明、廖敏如 (2004 年 2 月 22 日)。〈拼人氣衝買氣，showgirl 要你看過來〉，《聯合報》，頁 C3。

楊塵一 (1990 年 4 月 24 日)。〈秀展女郎有魅力，電腦廠商有興趣〉，《經濟日報》，第 17 版。

葉綠君 (1990 年 9 月 29 日)。〈她抓得住觀眾〉，《民生報》，第 19 版。

蔡博亞 (2006)。《展場促銷小姐搭配溫和情色形式及產品類別之促銷效果研究》。國立台北大學企業管理研究所碩士論文。

劉宗輝（1998）。《國內電視廣告性別角色描繪之研究》。雲林科技大學企業管理研究所碩士論文。

賴彥如、江宜君、趙婉萱、張淳喬、黃炯愷、歐宗保等（2005）。〈展場中的靈魂人物—Show Girl〉，「台灣大學社心系社會心理學」課堂報告。取自
http://sllai.social.ntu.edu.tw/sllaidoc/syllabus/2005/soc_psy/2005_03.pdf

二、英文部份

Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. New York: Harper and Row.

Kappeler, S. (1986). *The Pornography of Representation*. Cambridge; U.K. : Polity Press.

Patzer, G. L. (1985). *The Physical Attractiveness Phenomena*. New York: Plenum Press.

Williamson, J. (1978). *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Boyars.

Wolf, N. (1991). *The Beauty Myth: How Images of Beauty are Used against Women*. New York: William Morrow and Company.

Wolin, L. D. (2003). Gender Issue in Advertising-An Oversight Synthesis of Research: 1970-2002. *Journal of Advertising Research*, 43(1), 111-129.

Yanni, D. A. (1990). The social construction of women as mediated by advertising. *Journal of Communication Inquiry*, 14(1), 71-81.