

国外对平面广告受众注意心理的眼动研究

周象贤, 金志成

华南师范大学心理系, 广州510631

湖南株洲工学院传播系, 株洲412008

收稿日期 2005-3-3 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 眼动技术被认为是研究广告注意心理的最佳手段之一。文章从广告刺激和受众主体两个方面综述了国外利用该技术对平面广告受众注意心理研究所取得的有益成果, 并指出了目前研究中依然存在的一些问题, 希望能给感兴趣于这一领域的研究者一定启发

关键词 [眼动研究](#) [平面广告](#) [注意](#)

分类号 [B849:C93](#)

DOI:

对应的英文版文章: [060223](#)

通讯作者:

金志成 jinzch@scnu.edu.cn

作者个人主页: 周象贤, 金志成

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [PDF \(131KB\)](#)

▶ [\[HTML全文\]\(0KB\)](#)

▶ [参考文献\[PDF\]](#)

▶ [参考文献](#)

服务与反馈

▶ [把本文推荐给朋友](#)

▶ [加入我的书架](#)

▶ [加入引用管理器](#)

▶ [引用本文](#)

▶ [Email Alert](#)

▶ [文章反馈](#)

▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

▶ [本刊中 包含“眼动研究”的 相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

· [周象贤](#)

· [金志成](#)