

对广告信息加工的性别差异

林树

复旦大学管理学院, 上海 200433

收稿日期 2004-11-26 修回日期 网络版发布日期 接受日期

**摘要** 研究者运用加工分离程序(PDP), 探讨了在不同性别的广告代言人条件下, 不同性别的目标受众对其所代言品牌在控制性加工和自动化加工水平上的差异。结果发现: (1) 在男性代言人条件下, 男性受众对其所代言品牌的自动化加工水平明显高于女性被试, 两者控制性加工水平差异不显著; (2) 在女性代言人条件下, 女性受众对其所代言的品牌的自动化加工水平明显高于男性被试, 两者的控制性加工水平差异不显著。实验结果对广告的设计与制作有着借鉴意义。

**关键词** [性别差异](#) [广告代言人](#) [自动化加工](#) [内隐记忆](#) [过程分离程序](#)

分类号 [B849: C93](#)

**DOI:**

对应的英文版文章: [050517](#)

通讯作者:

林树 [031025034@fudan.edu.cn](mailto:031025034@fudan.edu.cn)

作者个人主页: 林树

## 扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [PDF \(624KB\)](#)

▶ [\[HTML全文\]\(0KB\)](#)

▶ [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“性别差异”的 相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

· [林树](#)