

蝴蝶结装饰造型的消费者感性认识评价研究

曹颖,张英姿*,张技术

(常熟理工学院 纺织服装与设计学院,江苏 常熟 215500)

摘要:为了揭示蝴蝶结装饰造型的内在消费动因,综合运用语义分析法、问卷调查法、眼动试验法等感性工学方法,对10款蝴蝶结造型进行了深入评价,探究消费者关注蝴蝶结的原因。结果表明:女性消费者对不同风格特征的蝴蝶结造型感性认识评价不同,表现为对蝶翼层数(宽)较多、蝶翼层数(窄)较少、绳结较宽、尾结方向正常自然的蝴蝶结相对较关注。

关键词:蝴蝶结;感性认识;消费动因

中图分类号:TS941.12

文献标识码:A

文章编号:1673-0356(2020)11-0052-04

蝴蝶结是上世纪50年代时尚精神的代表设计要素,也是近半世纪以来众多设计师的宠儿。为了迎合不同风格品味的消费者,设计师们设计出追随潮流且符合大众品味的蝴蝶结装饰造型,以此打造不同风格的蝴蝶结装饰与服装的完美结合,进而成就了蝴蝶结时尚进程的延续^[1-3]。近年来,人们对蝴蝶结的研究大多集中在蝴蝶结的历史演变,蝴蝶结在不同产品上的应用等方面。如刘晓芹从流行女装中研究了蝴蝶结在古今女装中的应用^[4];储小兵从蝴蝶结的起源、应用历史及其设计和制作过程研究了蝴蝶结在女性晚礼服设计中的应用^[5];张蒙从装饰美的角度研究了蝴蝶结在女装整体造型和局部设计中的表现^[6]等,缺少从消费者认知角度分析蝴蝶结设计要素流行的内在动因方面的研究。

感性工学是一种将消费者的感性认识转译为产品设计要素的技术,它旨在探索人们对产品的情感反应,并将这种情感反应转译为产品设计要素^[7-8]。目前感性工学的测量方法主要有心理学测量和生理学测量2种^[9]。心理学测量方法有表情行为问卷调查法、观察法、语义法等,生理学测量方法包括视线追迹、心率、脑电图、肌电图法等。为了充分展示蝴蝶结造型经久流传的消费动因,首先采用语义分析法^[6]和问卷调查法开展蝴蝶结造型装饰的语义评价,将蝴蝶结造型进行分类,通过对每一类款式风格进行语义评价,形成10款蝴蝶结的感性认识评价的初步解读;然后,采用眼动追踪法研究被测试者的感性认识眼动行为,对不同款

式造型的蝴蝶结进行了消费者认知方面的初步研究。

1 蝴蝶结造型的语义分析和问卷调查

1.1 调研内容

1.1.1 问卷中蝴蝶结样本的确定

经过长期的设计演变,蝴蝶结造型款式多样、造型多变,为了确保调研内容的代表性和普遍性,结合文献调查法、专家访谈法,最终筛选出10款不同造型的蝴蝶结,如图1所示。

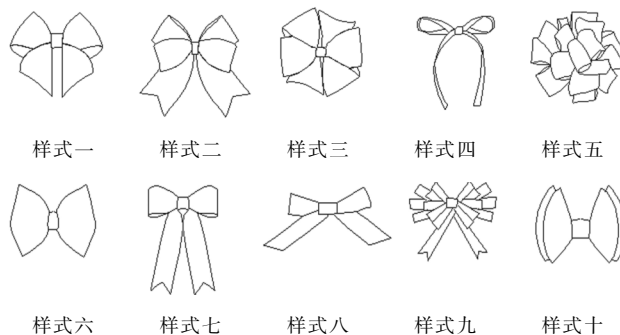


图1 10款不同造型的蝴蝶结

1.1.2 感性形容词筛选与选定

通过广泛收集服装类杂志、书籍中的蝴蝶结感性形容词,并将分类好的蝴蝶结款式进行专家访谈,求得蝴蝶结款式的语意形容词,将在10类蝴蝶结款式感性描述中出现频率最高的形容词列表,具体见表1。

同时,借助感性工学语义分析法,去除其中意义重叠的蝴蝶结款式感性形容词,从中挑出最具代表意义的款式感性形容词对,确定最适当的8对,见表2。

收稿日期:2020-05-05;修回日期:2020-05-08

作者简介:曹颖(1996-),女,本科在读,主要从事服装感性工学方向的研究。

*通信作者:张英姿,E-mail:zhangyingzi92@163.com。

表1 10款不同造型蝴蝶结的感性形容词列表

样式	感性形容词
样式一	优雅的 自然的 简洁的 传统的
样式二	女性化的 柔美的 可爱的
样式三	浪漫的 优雅的 精致的
样式四	干练的 简洁的 文艺的 低调的
样式五	梦幻的 正式的 浪漫的 个性的 新颖的 夸张的
样式六	正式的 普通的 大众的 传统的
样式七	青春的 简约的 女性化的
样式八	小巧的 随意的 简约的 现代的
样式九	较正式的 规整的 华丽的 刚强的
样式十	可爱的 温柔的 青春的 文艺的 个性的

表2 最终确定的蝴蝶结款式的感性形容词对比性词汇

词汇	对比性词汇
青春的	成熟的
现代的	传统的
新颖的	普通的
夸张的	低调的
文艺的	低俗的
个性的	大众的
精致的	简约的
温柔的	酷帅的

1.2 问卷编制

问卷编制采用语义差异分析法。语义差异分析法是由概念和若干量尺构成^[7]，“概念”即指要受试者进行评价的对象，“量尺”则是由2个意义相反的形容词作为两极而构成的。采用5级量表。例如“青春—成熟的”称为一个量尺；“1”表示非常青春，“2”表示比较青春，“3”表示既不青春也不成熟，“4”表示成熟，“5”表示非常成熟。因此，每张刺激图下都有8对感性词汇，受试者根据自己的第一感觉对蝴蝶结进行感性评价。

1.2.1 调查对象及样本容量

首先进行预调查，纠正问卷中一些预先没有想到问题，以便顺利开展后续的调查和做好准备工作，之后进行正式调查。本试验调查采用的是网络调查法，正式调查开始之前，事先与调查对象进行良好的沟通，确保调研的针对性。调查对象为女性，年龄在18~25岁，有独立审美能力，对问题有自己的想法与看法，网上共发放110份问卷，回收108份问卷，有效问卷为105份，回收率98%，有效率95%。

1.3 调查结果与分析

1.3.1 蝴蝶结样本总体平均得分统计

蝴蝶结样本的感性词汇表达总体平均得分统计结果如图2所示。每款造型对应的对比词汇表达中得分最高的词汇展示出该款式的风格特征显著。折线图中

以数值为3的横线为分界，偏离程度最大的两端词汇为最佳评判词汇。

1.3.2 调查结果分析

由图2的统计结果可以得到10款代表性蝴蝶结造型的感性语义评价结果，详细描述如下：

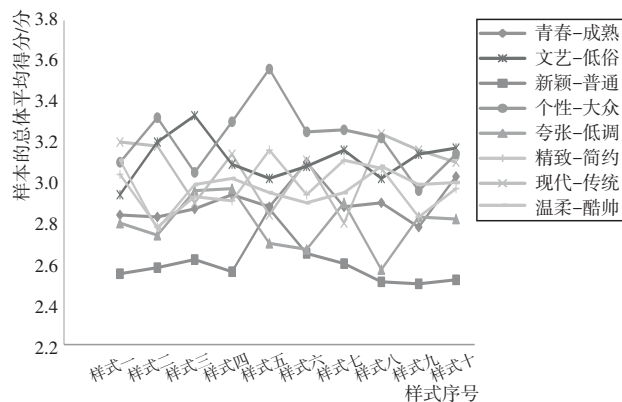


图2 蝴蝶结样本的总体平均得分折线图

样式一：□折线最低，×折线最高。它的感性风格新颖比较夸张，但又透露着文雅大方，可爱的，给设计者启发灵感；样式二：□折线最低，○折线最高。它的感性风格新颖但还是符合大众审美，学院风，有些唯美和梦幻，给设计者启发风格灵感；样式三：□折线最低，×折线最高。它的感性风格偏向可爱，温柔风，浪漫夹带着慵懒风，娇柔感，设计者借助此打造此类风格；样式四：□折线最低，○折线最高。它的感性风格偏干净利落，清爽且有中性风格，典雅的，可以在服装细节方面给设计者创新启发；样式五：△折线最低，○折线最高。它的感性风格偏正式，优雅风格，喜庆的，带着丝豪放、热烈、饱满，给服装设计者启发和更多灵感；样式六：□折线最低，○折线最高。它的感性风格偏绅士，文艺，干净整洁风，给人沉静感稳重深沉的感觉，给设计者灵感启发；样式七：□折线最低，○折线最高。它的感性风格灵巧，青春向上，活力强大，给人以独立自信的风格，设计者从中得以启发和思考；样式八：□折线最低，×折线最高。它的感性风格规矩偏正式，爽朗坚定，温柔机敏中带着随和，设计者可以抽取风格要素和要点；样式九：□折线最低，×折线最高。它的感性风格是明丽的、鲜亮、灵动的，使设计者激发活力的风格灵感与突出服装的特色和细节；样式十：□折线最低，×折线最高。它的感性风格为简单大方，简约又不失精致，规整的、沉闷的，帮助设计者打造不同风格和激发灵感。

服装是一个有机的整体，在进行服装设计时使用

蝴蝶结一定要把握分寸,注意服装整体的风格与和谐。不管是看似不轻意的点缀还是故意的张扬,无不包含着创作者对造型、材料、色泽等多方面的推摩和思考选择。

2 蝴蝶结造型的眼动试验

2.1 被试

随机邀请 30 名测试者,全部是女性,年龄 20~28 岁。所有被测试者矫正视力正常,无疾病,熟悉试验的要求和流程,均自愿参加试验。

2.2 试验设计与数据采集

采用德国 SMI 公司 RED 型号的 iView X 眼动仪对服装设计效果图进行观察与评价。在完全自然的情况下追踪眼动,双眼采集,采样率为 60 Hz,精度 0.5°。将上述 10 款代表性蝴蝶结造型(刺激图)导入眼动仪数据库,并进行预先显示矫正和试验预设。观察时间设定 5 s 自动跳转下一幅图。根据试验的目的,选取平均凝视时间为分析指标,对蝴蝶结整体造型和设计细节进行分别评价。平均凝视时间越长,表明消费者对刺激对象关注度越高,同时也反映出设计要素的视觉冲击力和设计内涵更深。

2.3 结果与分析

2.3.1 蝴蝶结整体造型的平均凝视时间分析

表 3 各款蝴蝶结造型的平均凝视时间

样 式	平均凝视时间/ms
样式一	184.7
样式二	220.6
样式三	219.3
样式四	180.6
样式五	201
样式六	208.9
样式七	160.5
样式八	202.4
样式九	201.3
样式十	179.6

表 3 列出了各款蝴蝶结造型的平均凝视时间。从表 3 可以看出,被测试者对蝴蝶结样式的关注度从大到小依次为:样式二>样式三>样式六>样式八>样式九>样式五>样式一>样式四>样式十>样式七。可见,样式二的关注度最高,样式七的关注度最低。通过对样式的设计分析,样式二具有双层蝶翼,较传统意义上的一层蝶翼(如样式一、样式四、样式六、样式七、样式八)来说,样式二更为创新,但也在人们接受范围内,不过分夸张以至于失去经典意味;与样式三比较,

二者区别在于尾结方向有所不同,样式二尾结打的方向更为正常自然,由此看来比较自然的尾结方向更为人们所接受;较之变动大的 2 款蝴蝶结(样式五和样式九)来看,样式二相对内敛,不过分张扬但也不失典雅,由此可以判断革新中又不乏收敛更能引起人们为之停留;相对于样式十,样式二的蝶翼为半重合状态且具备尾结元素,由此看来有完整的蝴蝶结元素也能增加关注度。

通过蝴蝶结造型的凝视时间的长短比较,可以得出消费者对各款蝴蝶结造型的关注度,反映出消费者在选择不同蝴蝶结细节服装的心理偏好。据此,设计师可以借助人们对蝴蝶结的关注程度差异,更好地把握设计灵感,更加准确地把握蝴蝶结造型设计要素,更好地为消费者服务。

2.3.2 蝴蝶结设计核心要素的平均凝视时间分析

表 4 蝴蝶结造型核心设计要素的平均凝视时间

组 别	比较要素	样式	平均凝视时间/ms
第一组	蝶翼层数(宽)	样式二	214.8
		样式一	193.9
第二组	蝶翼层数(窄)	样式八	248.5
		样式九	189.3
		样式五	198.3
第三组	绳结宽	样式七	221.3
		样式四	197.9
第四组	尾结方向	样式二	219.4
		样式三	204.9

表 4 列出了蝴蝶结造型核心设计要素的平均凝视时间。从表 4 可以看出,第一组是样式一和样式二的比较分析,二者的区别主要在于蝶翼层数(宽)的不同,样式二比样式一多一层蝶翼,试验结果表明蝶翼层数(宽)与关注度正相关;第二组整体 3 款比较来看,蝶翼层数(窄)与关注度负相关,层数越多越不感兴趣,同时样式九和样式五对比说明,比较随意的层叠会比较引起人们的关注;第三组样式七和样式四主要的不同在于绳结宽,样式七比样式四的绳结宽,试验说明蝴蝶结宽度与关注度成正比,相比较来说绳结比较宽的获得关注度高;第四组的 2 个样式,主要的区别在于尾结打的方向,试验说明样式二尾结打的方向会获得更多的关注,人们会多驻留一些时间。

3 结语

通过对蝴蝶结造型进行问卷调查以及眼动仪试验辅助研究,发现在多种蝴蝶结造型中,女性消费者对蝶

翼层数(宽)较多,蝶翼层数(窄)较少,绳结较宽,尾结的方向打在正常方向的相对比较关注。因此,设计师在进行蝴蝶结造型装饰服装设计时要把握好细节风格取向,重点把握蝶翼层数、绳结宽度、尾结方向等核心要素。

参考文献:

- [1] 刘晓芹.从流行女装中谈蝴蝶结在古今服饰的应用[J].中国农村教育,2012,(1):46-47.
- [2] 郑琪,陈磊.浅谈礼服形象包装中蝴蝶结的运用——TOUCH派对礼服的整体形象包装[J].艺术生活,2007,(5):64-66.
- [3] 李艺.蝴蝶结的装饰美及其在女装中的应用[J].美术大观,2011,(1):113.
- [4] 储小兵.蝴蝶结在女性晚礼服设计中的应用[J].纺织科技进展,2012,(2):69-72.
- [5] 张蒙.蝴蝶结的装饰美在女装中的表现[J].西部皮革,2018,(13):74-75.
- [6] 马英华,辛东升,白薇.蝴蝶结在女鞋设计中的应用[J].西部皮革,2010,(14):26-30.
- [7] 李春鹤,刘雁.感性工学及其在服装风格评价中的应用[J].天津纺织科技,2012,(2):28-30,36.
- [8] 张林情,顾朝晖.不同领型男式衬衫的感性评价[J].西安工程大学学报,2018,32(4):377-383.
- [9] 郭冰洁,薛媛.旗袍领型与开襟的感性评价研究[J].西安工程大学学报,2017,31,(3):338-344.

Research on the Evaluation of Consumers' Perceptual Knowledge of Bowknot Decorative Modeling

CAO Ying, ZHANG Ying-zi*, ZHANG Ji-shu

(School of Textile, Apparel and Design, Changshu Institute of Technology, Changshu 215500, China)

Abstract: In order to study the intrinsic consumption motive of bowknot decoration, by using the method of semantic analysis, questionnaire survey, and eye movement experiment, 10 bowknots were selected to explore the reasons for the most concerned bowknots. The results showed that different female costumer had different perceptual cognition evaluation, which showed that female consumers paid more attention to the bows with more wing layers (wide), less wing layers (narrow), wider knots, and normal tail knot direction.

Key words: bowknot; perceptual cognition; consume motivation

(上接第 51 页)

Exploration of the Inheritance and Development Model of Embroidery Intangible Cultural Heritage Projects under the Sharing Economy

HU Jian-fang, YAN Hua

(Wuxi Institute of Art & Technology, Wuxi 214206, China)

Abstract: The theory of sharing economy was used to study the inheritance and development model of embroidery intangible cultural heritage. The way to integrate and optimize existing mode of embroidery intangible cultural heritage resources under the new normal were explored. Through field research, online research and literature research, the current development status and problems of embroidery intangible cultural heritage industrialization were analyzed. The new model of inheritance and development were sorted out under the sharing economy. Innovative ecosystem was created through sharing platforms, cross-border integration, and innovation sharing. Personalization and customization were the most optimal protection heritage for embroidery intangible cultural heritage projects. The combination of technology+culture, tradition+fashion, art+practicality could make the national intangible cultural heritage rejuvenation complete and long.

Key words: sharing economy; embroidery intangible cultural heritage; IP; sharing platform; development model