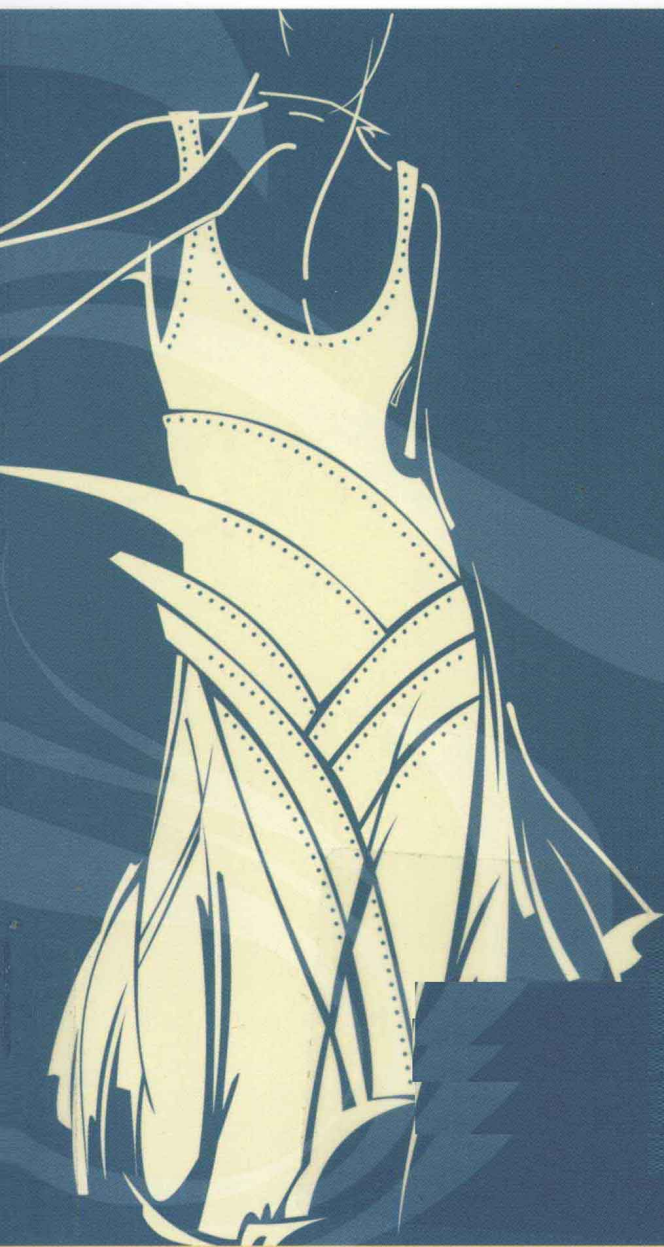


纺织服装前沿书系

服装情感论

FuZhuang QingGanLun

张海波◎编著



 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书提出了服装情感学的概念,对服装情感有关知识和目前的研究成果进行了总结,建立了服装情感空间模型以及服装情感数据库系统。在章节内容方面,本书从服装情感表达、服装情感的文化内涵、服装生命周期中的情感、服装图像情感语义理解、服装图像情感空间、服装情感数据库系统、服装情感依靠度等几个方面对服装情感进行了论述。

本书可以作为高等院校服装设计、服装美学、服装心理学等课程的参考书,也可以供艺术、服装、人工智能等相关专业师生及从事服装设计、情感计算工作的人员学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

服装情感论/张海波编著. —北京:中国纺织出版社,2011.5

(纺织服装前沿书系)

ISBN 978-7-5064-7410-8

I. ①服… II. ①张… III. ①服装学 IV. ①TS941.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第056115号

策划编辑:张晓芳 责任编辑:杨盼 责任校对:王花妮

责任设计:何建 责任印制:陈涛

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

三河华丰印刷厂印刷

各地新华书店经销

2011年5月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:11

字数:156千字 定价:29.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前言

服装是人类特有的劳动成果,它既是物质文明的结晶,又具精神文明的含义。和其他艺术品一样,服装也是艺术品的一个门类,是一种艺术形式,而艺术的形式就是人类情感的形式,故服装中肯定也蕴涵着人类的情感。本书提出服装情感学的概念正是基于以下几点考虑:

第一,服装无处不体现情感。在服装的生命周期中无时无刻不体现着情感的作用。这里说的服装生命周期是指一款或一件服装从设计、生产、销售、穿着到报废的过程。我们认为服装整个生命周期中最能体现服装情感的有4处,分别对应4种情感(简称4种情感):设计者的情感(简称设计情感)、销售过程中消费者的情感(简称消费情感)、着装人的情感(简称着装情感)以及着装人的服装给其他人带来的情感感受(简称感受情感),并且我们还认为这4种情感之间存在着某种联系。

第二,目前国内外很少有学者从情感量化的角度去研究服装情感。大多文献对服装情感的描述都是定性的。但不对服装情感量化,就不能从情感的角度对服装进行定量评价。而我们提出的服装情感学不但研究定性的服装情感,而且还要对服装情感进行量化研究。

第三,服装情感是未来情感机器人与人类交流的方式。目前人类正在研究如何制造具有情感的机器人,而情感机器人是要和人类和谐交流的,他们通过覆盖人体90%以上面积的服装进行情感判断,这是人机情感交流的一项重要研究内容。如果不对服装情感进行量化,那么只认识“1”和“0”的情感机器人就无法通过服装来判断和识别着装人的情感状态。

第四,心理学的发展。心理学界越来越多的研究结论表明,人们的决策离不开情感或情绪,离开情感或情绪的决策是不存在的。而设计师确定要设计服装的款式或颜色、消费者确定要购买某款服装等,都是一个决策。

对服装的情感进行分析和研究,无论对设计者、销售者、着装者和感受者以及服装厂家、商家都有重要的意义:比如通过对着装者和感受者服装情感体验的研究,设计者可以设计出更具有情感感知的产品,更加满足消费者的个性需求;通过对设计者创作过程的情感分析,可以了解在什么情感状态下,设计者可能设计出更加优秀的服装作品;通过对消费者的服装情感研究,可以了解服装市场;在服装计算机辅助设计系统中,如果加入服装情感分析模块,可以辅助设计者挑选色彩、造型、面料、图案或装饰,设计出符合消费者情感感知的服装;电子商务网站或网上试衣系统可为用户提供按照服装情感语义去检索和挑选自己所需服装的服务;服装销售信息系统或电子商务系统加入服装情感理解模块后,销售商可以对每位顾客已购服装的情感进行分析,得出该顾客的情感个性,更好地为顾客提供个性化的服务等。

本书的主要创新观点是把有关人工智能的理论引入服装情感领域,对服装情感进行量化分析,同时也把服装领域的知识引入人工智能领域,为情感机器人通过人类着装而与人类进行和谐交流提供支持。

本书具有以下几个特点:

首先,在国内外第一次提出“服装情感学”的概念。

其次,对有关服装情感的知识和理论进行了梳理和归纳。

第三,对服装情感进行量化研究并建立了服装情感空间模型。

第四,建立服装情感图像数据库系统。

最后,提出服装情感依靠度的概念。

本书共分10章,前3章分别简要介绍了情绪与情感、情感与艺术、服装心理的相关知识;第四章提出了服装情感学的概念并论述了服装情感学的产生背景、研究对象和范畴、研究意义等;第五、第六、第七章分别从服装情感表达、服装情感的文化内涵、服装周期中的情感几个方面对服装情感的有关知识进行了总结和归纳;第八章对服装图像的情感语义进行了论述;第九章建立了服装情感空间模型;第十章论述了服装情感图像数据库系统的建立以及服装情感依靠度的概念。

本书第一、二、三章由张海波和张艾莉共同编写,其他章节由张海波编写。全书由张海波策划、设计、统稿、审校。另外黄铁军教授对第八章进行了部分修改,姜

延副教授对第九章第二节做了数据分析,刘瑞璞教授对第十章进行了部分修改,研究生万飞飞对参考文献格式进行了整理。

在本书编写过程中,张巨俭教授、刘瑞璞教授、周永凯教授、潘波副教授在百忙中抽时间对本书初稿提出了宝贵的意见,在此表示感谢!

周毅灵副教授、姜延副教授以及北京服装学院计算机信息中心教学教研室的其他教师对本书的数据采集工作给予了大力支持,在此表示感谢!

编者对书中所有引用文字及图片的出处尽量标注详尽,但也有一些来自互联网,找不到原作者信息,在此对所有参考文献的作者、出版单位以及来自互联网引用资料的原作者及出版单位表示感谢!

感谢中国纺织出版社的刘磊主任、张晓芳编辑以及其他工作人员,没有她们的认可和辛勤工作,本书也不可能面世。

本书部分内容来源于北京市自然科学基金项目(4102023)研究的成果,在此表示感谢!

由于编写时间仓促和编者知识水平有限,书中一定有不足之处,敬请各位专家和广大读者批评指正。

作者联系邮箱:clothingaffect@126.com

编著者

2011年3月

目录

第一章 情绪与情感

001

1.1 情绪与情感 / 001

1.2 情感分类 / 003

1.3 离散情感范畴 / 004

1.3.1 基本情感论 / 004

1.3.2 三级分类模型 / 007

1.4 情感维度理论 / 007

1.5 语言学的分类 / 011

1.5.1 初级情感义位分为 3 个细类 / 011

1.5.2 第二类(高级情感义位)分出两个细类 / 012

1.6 情感词语分类 / 013

1.6.1 愉快类积极情感 / 013

1.6.2 中性情感类 / 014

1.6.3 不愉快类消极情感 / 014

本章参考文献 / 015

第二章 情感与艺术

017

2.1 艺术的情感特征 / 018

2.2 艺术情感的形式和来源 / 019

2.3 情感在艺术创作中的作用 / 020

本章参考文献 / 022

- 3.1 服装心理学 / 023
- 3.2 着装心理 / 024
- 3.3 服装设计心理 / 026
- 3.4 服装消费心理 / 027
 - 3.4.1 服装消费心理分类 / 027
 - 3.4.2 不同群体的消费差异 / 028
- 3.5 服装情感与服装心理 / 030
 - 3.5.1 服装情感与服装设计 / 030
 - 3.5.2 服装情感与服装消费 / 031
 - 3.5.3 服装情感与着装心理 / 031
- 本章参考文献 / 032

- 4.1 服装情感学产生的背景 / 034
 - 4.1.1 服装——情感无处不在 / 034
 - 4.1.2 服装学科发展的需要 / 035
 - 4.1.3 制造情感机器人的需要 / 035
- 4.2 服装情感学的概念 / 037
- 4.3 服装情感学研究的内容和范畴 / 037
- 4.4 服装情感学的研究方法 / 038
 - 4.4.1 脑科学法 / 039
 - 4.4.2 基础数学模型法 / 039
 - 4.4.3 应用数学模型及计算机模拟法 / 040
- 4.5 服装情感学与相邻学科的关系 / 040
 - 4.5.1 与服装心理学的关系 / 040
 - 4.5.2 与服装美学的关系 / 041
 - 4.5.3 与感性工学的关系 / 042

- 4.6 服装情感学研究的意义 / 042
 - 4.6.1 服装领域的服装情感学研究 / 042
 - 4.6.2 服装与计算机技术结合领域的服装情感学研究 / 043
 - 4.6.3 人工智能和其他领域的服装情感学研究 / 043
- 本章参考文献 / 044

第五章 服装情感表达

046

- 5.1 服装色彩的情感表达 / 047
 - 5.1.1 色彩的感受 / 048
 - 5.1.2 色彩的情感因素 / 051
 - 5.1.3 服装色彩情感因素的历史作用 / 057
- 5.2 服装线条与造型的情感表达 / 059
 - 5.2.1 服装线条表达 / 059
 - 5.2.2 服装造型表达 / 061
- 5.3 服装面料的情感表达 / 063
 - 5.3.1 面料颜色的情感因素 / 063
 - 5.3.2 面料图案的情感因素 / 064
 - 5.3.3 面料质地的情感因素 / 065
 - 5.3.4 面料肌理的情感因素 / 066
- 本章参考文献 / 067

第六章 服装情感的文化内涵

069

- 6.1 服装的民族文化内涵 / 070
 - 6.1.1 中华民族的服装文化内涵 / 070
 - 6.1.2 西方民族服装文化内涵 / 076
 - 6.1.3 中西方服饰文化比较 / 077
- 6.2 服装的时代文化内涵 / 079
 - 6.2.1 职业象征符号 / 079
 - 6.2.2 自我表现符号 / 080

6.2.3	女性角色符号 / 082
6.2.4	大众文化符号 / 083
6.3	服装的地域文化内涵 / 084
6.3.1	不同地域的生活环境 / 084
6.3.2	不同地域的经济文化 / 085
6.3.3	不同地域的政治文化 / 086
6.3.4	不同地域的社会文化 / 087
6.3.5	不同地域的宗教文化 / 088
6.4	服装的异国文化内涵 / 089
6.5	服装的品牌文化内涵 / 090
	本章参考文献 / 091

第七章 服装生命周期中的情感

093

7.1	服装的设计情感 / 093
7.2	服装的消费情感 / 097
7.3	服装的着装情感 / 101
7.4	服装的情感感受 / 104
	本章参考文献 / 105

第八章 服装图像情感语义理解

107

8.1	研究背景和研究意义 / 107
8.1.1	研究背景 / 108
8.1.2	研究意义 / 108
8.2	图像情感的特征提取 / 109
8.2.1	颜色特征提取 / 110
8.2.2	纹理特征提取 / 110
8.2.3	形状特征提取 / 111
8.3	图像情感语义空间 / 112
8.4	图像情感的识别和标注 / 114

- 8.4.1 神经网络 / 114
- 8.4.2 模糊理论 / 115
- 8.4.3 支持向量机 / 115
- 8.4.4 自动标注模型 / 115
- 8.5 服装图像的特殊性 / 117
- 8.6 服装图像情感特征 / 118
 - 8.6.1 服装色彩 / 118
 - 8.6.2 服装造型 / 118
 - 8.6.3 服装面料和图案 / 119
 - 8.6.4 服装装饰 / 120
- 本章参考文献 / 120

第九章 服装图像情感空间的建立

125

- 9.1 服装情感数据采集 / 125
- 9.2 男西装情感描述词相关性分析 / 128
 - 9.2.1 相关性分析 / 128
 - 9.2.2 相关性分析结果分析 / 130
- 9.3 男西装情感因子分析 / 133
 - 9.3.1 因子分析的原理 / 133
 - 9.3.2 因子分析 / 140
- 9.4 男西装情感因子空间的建立 / 146
- 本章参考文献 / 147

第十章 服装情感图像库和服装情感依靠度

148

- 10.1 服装情感图像库 / 148
 - 10.1.1 男西装情感词的选取、确定和调查 / 149
 - 10.1.2 服装情感图像库的建立 / 152
- 10.2 服装情感依靠度 / 154
 - 10.2.1 服装情感依靠度概念的提出 / 154

10.2.2 服装情感依靠度调查 / 155

10.2.3 调查结果分析 / 156

本章参考文献 / 158

第一章 情绪与情感

情感,是人类生活中的一个必要部分,它影响着人如何感知、如何行为和如何思维。尤其是在物质生活极大丰富的当今社会,情感越来越被人们用做对服装产品进行价值判断的重要砝码。它对人们消费行为的影响力和对服装设计的重要性越来越被设计师们认识、运用和追求^[1]。

每一款服装都凝聚着设计者的理念和思想,设计师在创作过程中意识到了情感的存在并有了创造的冲动,然后借助一些服装语言和符号来诠释自己的思想感情,从而为消费者设计出精美的服装;人们在选购服装的时候有时也受情绪的左右;每一款服装也都体现着着装人的某种心情或情绪;每一款服装都可以给他人带来一定的情绪或情感感受^[2]。情绪、情感和服装有一定的必然联系,所以对服装情感的研究首先要考虑人的情绪和情感。本章将简要介绍一下情绪和情感。

1.1 情绪与情感

19世纪以来,心理学家对“究竟什么是情绪和情感”这个问题进行了长期而深入的研究,对情绪的实质提出了各种不同的看法,但是,由于情绪和情感的极端复杂性,至今还没有得到一致的结论。目前,心理学家认为,情绪和情感是人对客观事物的态度体验及相应的行为反应。情绪情感的产生是个非常复杂的过程,心理学家对其进行了深入的研究,提出了种种理论^[3],这些理论对理解情感、情绪具有一定的参考作用。情绪是以个体的愿望和需要为中介的一种心理活动,例如一个人在经过一番努力之后希望得到别人的认可、表扬,当这个愿望得到满足时,就会“快乐”;相反,如果得不到任何回应,就会有“失落”之感,如果得到的是批评,就可

能会“痛苦”或“愤怒”。

当前比较流行的一种看法是,情绪和情感是人对客观事物的态度体验及相应的行为反应。但在实际运用中还是有区别的,比如我们说某人在“闹情绪”,但不说某人在“闹情感”;我们说她遇上了“情感问题”,而不说她遇上了“情绪问题”等。

心理学认为,情绪是指人伴随着认知和意识过程产生的对外界事物的态度,是对客观事物和主体需求之间关系的反应,是以个体的愿望和需要为中介的一种心理活动。情绪包含情绪体验、情绪行为、情绪唤醒和对刺激物的认知等复杂成分。

情感,是心情感动,也是人受外界刺激而产生的心理反应,如喜、怒、悲、恐、爱、憎等。唐代诗人白居易的《庭槐》一诗中写到:“人生有情感,遇物牵所思。”

情感也应该是以社会的价值评估体系为中介的一种心理活动。例如真诚、善良、美丽是社会普遍认同的道德价值或审美价值,当一个人具备这些品质,就会引发周围的人对他产生尊敬、羡慕、喜欢等情感,当他自身具备了这些品质时,也会产生快乐、自豪的情感。

我国心理学家孟昭兰在《情绪心理学》中对情感所下的定义为:“情感是具有稳定而深刻社会含义的感情性反映,它标示感情的内容”^[4]。她比较了不同语言种类对“情感”一词相似的解释,如英语中的 feeling 这个词含感觉、知觉、触觉、同情、体谅等多种含义;而俄语中,“情感”与“感受性”有着相同的词根;法语中的“情感”也同“去感觉”一词的词根相同。这说明“感”的概念既包括同“感觉”、“感受”相联系的“感”字,又包括与“同情”、“体验”相联系的“情”字。因此,“情感”的基本内涵是感情性反应方面的“知”,它集中表达了感情的体验和感受两方面的内容。

《心理学大辞典》中认为:“情感是人对客观事物是否满足自己的需要而产生的态度体验”^[5]。同时一般的心理学课程中还认为:“情绪和情感都是人对客观事物所持的态度体验,只是情绪更倾向于个体基本需求欲望上的态度体验,而情感则更倾向于社会需求欲望上的态度体验。”

不同的心理学家对情感的定义也有所不同:奥特雷(Oatley)和詹金斯(Jenkins)认为情感是人与人之间相互交流的信息,由思想和外部事件引起的行为、生理变化和主观体验组成^[6];戴维森(Davidson)等认为情感是瞬变的心理和生理现象,它代表机体对不断变化的环境所采取的适应模式^[7];谢勒(Seherer)认为情感是说话人因所处环境而引起的心理、生理状态的反应,它不同于情绪(moods)、立场

(interpersonal stance)、态度(attitude)和性情(dispositions),虽然它们之间不是完全独立的^[8]。

为了研究方便,本书中把心理学上的“情绪”和“情感”都称作“情感”。除非特别说明,一般不做区别。

1.2 情感分类

目前心理学对情感的分类大致如下^[9]:

①将感情分为情绪和情感。情绪是以个体的愿望和需要为中介的一种心理活动,主要是指个体需要与情境相互作用的过程,也就是脑神经机制活动的过程。情感是指具有稳定的、深刻社会意义的感情。

我们的理解是情绪和情感都是感情,都是由需要与环境相互作用引起的主观体验和生理变化,差异主要在于需求和价值评估的不同。基本需求引发的是情绪,而由道德感、理智感、美感等人类独有的社会需求为评估尺度对社会行为进行价值判断引发的是情感。

②根据个体的愿望和需要与客观事物或情境之间的互动关系将情绪分为积极肯定的和消极否定的两类。当客观事物或情境符合主体的需要或愿望时,就能引起积极的、肯定的情绪和情感。当客观事物或情境不符合主体的需要或愿望时,就会产生消极的、否定的情绪和情感。

情感则可以分为道德感、理智感和美感3类。道德感是根据一定的道德标准在评价人的思想、意图和行为时所产生的主观体验,属于社会历史范畴。不同时代、不同民族、不同阶级有着不同的道德评价标准。比如对于着装中的裸露现象,在东西方文化中有不同的道德标准,而且即使同是在中国文化中,古代和现代的评价标准也存在巨大的差异^[3]。

理智感是在智力活动过程中,在认识和评价事物时所产生的情感体验。例如,人们在探索未知事件时所表现出的求知欲、兴趣和好奇心;在解决问题过程中出现的迟疑、惊讶、焦躁和解决问题之后的喜悦、快慰;在评价事物时坚持自己见解的热情;为真理献身时的幸福和自豪;由于违背和歪曲事实真相而感到的羞愧等,都属

于理智感^[3]。

理智感是人们学习科学知识、认识和掌握事物发展规律的一种重要动力。同时,人的理想、世界观对理智感也有重要的作用。

美感是根据一定的审美标准评价事物时所产生的情感体验。人的审美标准既反映事物的客观属性,又受个人主观思想和价值观念的影响。因此,在不同的文化背景下,不同民族、不同阶级的人对事物美的评价既有共性也有差异。美感作为情感的一种形式,也是由客观情境引起的。其中包括两方面的内容:一方面是自然景象和人类创造物的特征能引起人们或是愉快的、肯定的情感体验,或是不愉快的、否定的情感体验;另一方面,人类的道德品质和行为特征,也能引起美的体验,比如善良、诚实、公正、自我牺牲等品质和行为都是美的,而虚伪、欺诈、损人利己等行为和品质只会引起人们的厌恶和憎恨等情感体验。因此,美感和道德感有密切的联系^[3]。

③情感可以概括为若干类基本情感(basic emotion)或初级情感(primary emotion)。与基本情感相对的是派生复合情感(complex emotion)或次级情感(secondary emotion)。

④每一类情感都有由低到高的强度变化。

为了更好地描述人类的情感,有必要对情感理论进行分类。本文借鉴一些研究成果,也是为了研究方便,把情感理论分为离散情感范畴和连续情感范畴(情感维度范畴)。

1.3 离散情感范畴

过去,研究者都用日常语言标签来标志和分类情感。比如恐惧、愤怒和欢快等。用标签法可以将情感分成离散类别模型,下面介绍几种离散类别模型的分类方法。

1.3.1 基本情感论

根据情感的纯度和原始度,情感可以分为两大类:基本情感或初级情感和派生

复合情感或次级情感,这就是基本情感论。基本情感论认为人们与生俱来的情感在发生上有原型形式,即人类头脑中存在着数种基本情感模型,每种情感模型都有其独特的体验特性、生理唤醒模式和外显模式。比如在任何地方,悲伤都与丧失的知觉相关,恐惧都与受到惊吓和身体受到伤害的知觉相关,生气都与侮辱或不公平的知觉相关。这些模型不同形式的组合形成了所有的人类情感。最常被提到的基本情感是厌恶、愤怒、欢快、悲伤、恐惧等。

我国古代思想家对各种基本情感也有不同的说法^[10]。《中庸》中将情绪分为“喜、怒、哀、乐”4种。《素问》把情绪分为“喜、怒、悲、忧、恐”及“喜、怒、思、忧、恐”5种;《吕氏春秋·尽数》把情绪分为“喜、怒、忧、恐、哀”5种;《三国志·魏陈思王植传》中把“喜、怒、哀、乐、怨”定为5情;《左传·昭公二十五年》把情绪分为“好、恶、喜、怒、哀、乐”6种;《荀子·天论》分为“好、恶、喜、怒、哀、乐”;《白虎道·情性》主张“六情”分类法,即“喜、怒、哀、乐、爱、恶”;《礼记·礼运》曰:“何谓人情?喜、怒、哀、惧、爱、恶、欲,七者弗学而能”,提出七情说;《荀子·正名》还有“说、故、喜、怒、哀、乐、爱、恶、欲以心异”,即所谓“九情”的说法(有人认为这里的“说”、“故”二字是衍文或误字,也有人解释说,“说”有“释”的意思,“开释”就是愉快,“故”可读为“锢”,有心中郁结的意思,这便成了“九情说”)。

心理学家林传鼎于1944年对人类的基本情绪进行过研究。他从《说文》中找出9395个正篆字,发现其中有354个字是描述人类情绪的,他按这些字的意思将它们分为18类,即安静、喜悦、愤怒、哀怜、悲痛、忧愁、忿急、烦闷、恐惧、惊骇、恭敬、抚爱、憎恶、贪欲、嫉妒、傲慢、惭愧、耻辱^[3]。

跨文化认知中的人类基本情绪可以构成分类的基础。同为国外心理学家,伊扎德把人的基本情感概括为“兴趣、惊奇、痛苦、厌恶、愉快、愤怒、恐惧、悲伤、害羞、轻蔑、自罪”11种;汤姆金森则假定“兴趣、欢乐、惊奇、痛苦、恐惧、羞愧、轻蔑、愤怒”8种情感为人的基本情感^[3]。

克雷奇把快乐、悲哀、愤怒和恐惧看做4种基本情感^[11]。麦卡纳(Emkna)提出了6种基本情感:恐惧、愤怒、悲伤、高兴、厌恶和惊奇^[3]。

谢弗等学者认为情绪有6种基本类别,他们选取了135个情绪名词,让大学生测试,将其中类似的情绪划归为一类,结果发现了6种基本的情绪类别,它们分别是爱(love)、喜悦(joy)、惊奇(surprise)、愤怒(angry)、悲伤(sadness)和恐惧(fear),

而其他情绪皆可根据其含义和性质划归为这6种基本情绪中的一种^[12]。

孟昭兰从婴儿情绪的发生角度,认为人类婴儿有6种基本情绪:快乐、兴趣、厌恶、恐惧、痛苦(悲伤)和愤怒。基本情绪随着个体的成熟而出现,它们的出现有时间顺序,但个体显现的时间是有差异的^[4,13]。

语言学家林杏光把情感类词语分为74类^[14]:1. 情感、2. 心、3. 激动、4. 冷静、5. 感触、6. 感动、7. 无动于衷、8. 热情、9. 冷淡、10. 关心、11. 不关心、12. 喜悦、13. 愤怒、14. 痛苦、15. 悲伤、16. 悲惨、17. 快乐、18. 舒畅、19. 不快、20. 烦闷、21. 忧愁、22. 排遣、23. 想念、24. 悼念、25. 着急、26. 不安、27. 宽慰、28. 放心、29. 害怕、30. 慌张、31. 镇定、32. 情意、33. 爱情、34. 喜爱、35. 爱好、36. 佩服、37. 仰慕、38. 向往、39. 珍惜、40. 舍得、41. 重视、42. 轻视、43. 憎恨、44. 厌恶、45. 兴趣、46. 无趣、47. 羡慕、48. 忌妒、49. 满意、50. 不满意、51. 庆幸、52. 遗憾、53. 抱怨、54. 委屈、55. 惋惜、56. 懊悔、57. 惭愧、58. 无愧、59. 抱歉、60. 振奋、61. 沮丧、62. 希望、63. 愿望、64. 失望、65. 绝望、66. 惊讶、67. 感情混杂、68. 流露感情、69. 发泄感情、70. 克制感情、71. 表情、72. 笑、73. 哭、74. 叹息。

近年来,研究者们提出的基本情感从两种到几十种不等。可见,基本情感可以通过多种方式来定义。

综上所述,基本情感的辩论将在情感理论著作中长期存在。在心理学界,不仅对哪些情绪属于基本情绪有分歧,而且有些文化心理学家还不认为初级情绪和次级情绪之间有很大的区别,因为在他们看来,任何一种情绪都会深受文化的影响,一些情感普遍存在,而其他则和文化细节有关。因而以上大部分观点都认为基本情感包括:恐惧(fear)、愤怒(nagger)、欢快(joy)、悲伤(sadness)和厌恶(disgust)。从个体发展的角度来看,主要情感的产生是有机体自然成熟的结果。从生物进化的观点看,基本情感是适应和进化的产物,也是适应和进化的手段。许多研究实验证明,各基本情感存在广泛人类的特定生理唤醒模式,即不管人们的文化差异,其基本情感的表现都是一致的^[15]。

派生复合情感由基本情感变化或混合得到,就像三元色混合原理一样,包括自豪(欢快的一种变化形式)、感激(欢快的一种派生形式)等。派生复合情感包括情感的各种变化及混合情感,会随着个体认知的成熟而逐渐发展,并随着文化的不同而变化。