

花卉主题节事对大学生文化认同的影响机制研究 ——以萱草文化节为例

The Influence Mechanism of Flower Theme Event on University Students' Cultural Identity: A Case Study of Daylily Culture Festival

邹维娜* 卢意 贺坤
ZOU Weina* LU Yi HE Kun

(上海应用技术大学生态技术与工程学院, 上海 201418)
(School of Ecological Technology and Engineering, Shanghai Institute of Technology, Shanghai, China, 201418)

文章编号: 1000-0283(2024)12-0111-07
DOI: 10.12193/j.laing.2024.12.0111.013
中图分类号: TU986
文献标志码: A
收稿日期: 2024-05-07
修回日期: 2024-06-10

摘要

花卉主题节事通过触发和调动人们的情感、思想来传递文化信息, 促进群体和个体身心、意志的全面发展, 是花文化弘扬传承的重要形式。采用案例实证, 以萱草文化节的大学生参与者为研究对象, 采用问卷调查法收集到433份有效问卷, 运用SPSS 26.0和AMOS 28.0对数据进行统计分析、信度效度检验和结构方程模型分析, 实证性探讨了花卉主题节事中的感知、体验和文化认同、支持行为之间的影响路径。研究发现: 周期性举办的主题节事产生累积效应, 对节事的预认知会促进大学生参与者的文化认知; 大学生参与者在花卉文化节中的节事体验和文化体验与其节事认知和文化认知都呈正相关关系; 节事体验对文化体验起到显著的促进作用; 良好的节事体验和文化体验互为表里, 共同促进文化认同; 节事的文化认同带来良好的支持行为, 证明花卉主题节事在花文化传播中具有积极作用。最后, 从花卉主题节事的组织策划和公共价值提升角度提出对策建议。旨在探索花卉主题节事中的认知和体验质量对文化认同的影响, 为花卉主题节事的发展提供理论和实践参考。

关键词

主题节事; 花文化; 文化认同; 大学生; 认知; 体验

Abstract

The flower theme event, an essential form of carrying forward and inheriting flower culture, transmits cultural information by triggering and mobilizing people's emotions and thoughts and promotes the overall development of the body, mind, and will of groups and individuals. In this paper, a case study was carried out. University students participating in the Daylily Cultural Festival were selected as the research objects. 433 valid questionnaires were collected by questionnaire survey. SPSS 26.0 and AMOS 28.0 were used for descriptive statistical analysis, reliability and validity tests, and structural equation model analysis of the data. The influence path between perception, experience, cultural identity, and supporting behavior in a flower theme event was investigated empirically. The results showed that the periodic theme events had a cumulative effect, and the pre-cognition of the events could promote the cultural cognition of college students. University students' event experience and cultural experience in the flower theme event positively correlate with their event and cultural cognition. Event experience played an essential role in promoting cultural experience. Excellent event experience and cultural experience complemented each other and promoted cultural identity. The cultural identity of the event brought significant supporting behavior, which proved that the flower theme event played a positive role in the flower culture transmission. Finally, countermeasures and suggestions were put forth from the organization's perspective, including planning the flower theme event and promoting public value. The study aims to explore how cognition and experience quality affect the cultural identity in flower theme events and provide a theoretical and practical reference for developing flower theme events.

Keywords

theme events; flower culture; cultural identity; university students; cognition; experience

邹维娜

1979年生/女/湖北松滋人/博士/副教授/
研究方向为园林植物及绿地生态

卢意

1999年生/女/上海人/硕士/研究方向为风景园林规划与设计

贺坤

1982年生/男/山东潍坊人/博士/教授/研究方向为园林植物及城市绿地健康

*通信作者 (Author for correspondence)
E-mail: zouwn@sit.edu.cn

基金项目:

上海市高校智库内涵建设项目“推动绿色发展促进人与自然和谐共生研究”(编号: 2022ZKNH063); 2022年度上海高校市级重点课程建设项目“风景园林建筑设计”

文化是节事活动的灵魂，主题节事常以特色文化为载体，整合、传承与创新文化资源。花卉主题节事和自然生态、健康休闲、艺术审美等相融合，是中国传统花文化进入当代语境的重要形式之一。近年来国际性或全国性花事活动如扬州世界园艺博览会、第十届中国花卉博览会等均设有规模可观的花文化展示，洛阳牡丹文化节、中国国际茉莉花文化节等品牌节事已逐渐成为集探花赏景、文化展览、休闲文旅和商贸交流等于一体的综合性经济文化活动。大学校园也成为花卉主题节事的重要场景，如吉林大学的杏花文化节、武汉大学的樱花节。花卉主题节事作为一种集合心理、行为、组织、社会等多层面因素的社会文化活动，文化传播是重要目标，也是价值所在。当下花文化与新的生活方式、情感和思想相链接，如何在节事场景中使参与者感知、体验并认同文化内涵，是创新节事形式、发挥节事社会服务功能的关键。

从节事活动的文化认同来看，研究者多聚焦于民俗节事的文化影响或参与者的文化认同模式。唐雪琼等^[1]以中越边境苗族花山节为例，认为跨境的流动性加强了民族文化的交流与认同。黄芸芸^[2]指出传统民俗节庆具有增进文化认同和提升民族凝聚力的功能。部分学者的研究涉及到新创节事，如刘博等^[3]和张静^[4]先后探索了广州市民对广府庙会文化认同。前者认为新创民俗节事能增进不同群体的文化融合，成为地方认同建构的场域；后者发现节庆场景各维度（活动标识、场景设计等）对参与者的文化认同有显著的积极影响。综合前人研究，发现缺乏对主题节事中的认知和体验质量影响文化认同的深度剖析。文章引入游憩心理研究相关的案例实证法，以上海应用技术大学萱草文化节为例，通过问卷调查的方式收集数据，

探索大学生参与者在节事中的认知和体验质量对其文化认同的影响机制，为花卉主题节事的发展提供理论和实践参考。

1 文献综述与理论模型

1.1 花卉文化及文化认同

花文化被定义为“与花卉相关的文化现象和以花卉为中心的文化体系”^[5]，其成因是花卉与人的生活联系密切，人们在花卉自然属性认知的基础上对其思想和情感不断深化，形成了一些普遍认同的观念^[6]。在漫长的历史中，花文化影响中国传统文化的发展，塑造中华民族的精神风貌，具有三大内涵特色：与多元文化相互渗透、影响，如与文学、园林文化、食文化；生发于花卉的审美价值，包括直接审美和间接审美；蕴藏高度的道德情感，如梅高洁、菊清廉。在当代，花文化在人们的养花、赏花、食花、插花、咏花、画花等实践活动中传承发展，与休闲文化、产业文化、民俗文化、旅游文化、商业文化等相融合。

文化认同(cultural identity)是指个体或群体对自我或他者所属文化特性的同一感受^[7]，既是结合自身生活经验和个人价值观对“本我”的认知过程，也是个体与社会文化属性相互交融的过程。有学者将文化认同的过程分为承认、接受、融入三个阶段^[8]；有研究认为节事活动的开展对族群文化认同有积极影响，族群个体之间互相分享高度一致的价值观念，深入影响彼此的文化认同^[9]。本文对文化认同的界定主要基于个人层面，是大学生参与者在萱草文化节情景中产生的对花文化的认知、情感和归属感。对花卉文化的传播和弘扬来说，在审美、思想和情感的综合作用下，如何通过感知、理解和联想提升个体和群体对花卉文化的归属感并形成价值认同，

值得进一步探索。

1.2 花卉主题节事与节事体验、感知

节事被认为是节庆(festival)和特殊事件(special event)的综合^[10]；Allen等^[11]在其研究中把节庆和特殊事件结合起来，衍生出FSE(Festival & Special Event)这一名词，即“节事”。欧美大型节事活动如英国伦敦切尔西花展(Chelsea Flower Show)等，让人们感受地域风情和休闲活动外，也促进其文化传播，刺激相关产业的发展，并带来经济贡献。

花卉主题节事在中国由来已久，且以丰富多样的花文化为内核。起源于春秋时期的花朝节文化活动丰富，有祭祀花神、挂花神灯、聚宴饮花朝酒、制作品尝花糕、扑蝶、赏红等^[12]；隋唐时期宫廷组织的“杏园探花”是全体及第进士的赏花活动，这一节事后期演化为宫廷仪制^[13]。对当代花卉节事的研究，有学者关注到花卉节事的物理空间对参与者的影响，如刘鑫鑫^[14]认为要打造一个有持续参与和动态反馈的活动场，为受众营造丰富情境。从节事体验的定量研究来看，赵现红^[15]发现参与者对文化节的认知和感知不仅影响其体验质量，还影响其情感和行为意向，Tanford等^[16]认为节事研究中缺失体验评价将影响对参与者后续行为的综合评估。还有一部分研究从感知维度关注花卉节事参与者，如邱宏亮^[17]认为杭州西溪花朝节参与者对花卉的感知是驱动其游客环境责任行为最重要的因素，节庆依恋也是关键因素；卢政营等^[18]得出尊重度、熟悉度、关注度、归属感、信任度、忠诚度和发展度7个影响因子在罗平油菜花节满足参与者文化体验中最重要。

1.3 研究假设与理论模型

主题节事中如何实现文化认同的模式建

构依旧是一个需要探索的领域，节事参与者的认知、体验对文化认同的作用值得关注。AIDA公式原是由Heinz M. Goldmann提出的一种消费模型，第一个“A”代表Attention，意指从认知上引起消费者注意；“I”代表Interest，即从感知上引起消费者兴趣；“D”代表Desire，意指从行为上促使消费者对销售产品产生认同感；最后一个“A”代表Action，即指消费者产生实际购买行为。已有研究利用这一模型来分析节事向参与者展现文化底蕴并最终获得参与者反馈的过程^[7]。萱草文化节中，大学生参与者通过校园环境或信息的耳濡目染初步形成对节事的第一印象，即注意阶段；节事过程中参与者受到文化展示、互动活动、文创产品等内容的影响，产生对萱草文化的主观感受，即兴趣阶段；在深入体验节事后，参与者对萱草文化内涵产生赞同、认可的态度，即认同阶段；参与者在经历认同或不认同的心理过程后，通过支持或不支持的行为反馈心理感受，如推荐行为、分享经历等，即行为阶段。

借鉴AIDA公式和蔡礼彬等^[7]划分的注意、兴趣、认同、行为4个文化认同阶段，提出主题节事实现文化认同的理论模型（图1），并结合萱草文化节的场景，提出7个研究假设：H1大学生参与者的节事认知对其花卉文化的认知有显著正向影响；H2大学生参与者的节事认知对其节事体验有显著的正向影响；H3大学生参与者的花卉文化认知对其文化体验有显著正向影响；H4大学生参与者的节事体验对其花卉文化体验有显著正向影响；H5大学生参与者的节事体验对其花卉文化的认同有显著的正向影响；H6大学生参与者的花卉文化体验对其文化认同有显著正向影响；H7大学生参与者的文化认同与其支持行为有显著正向关系。

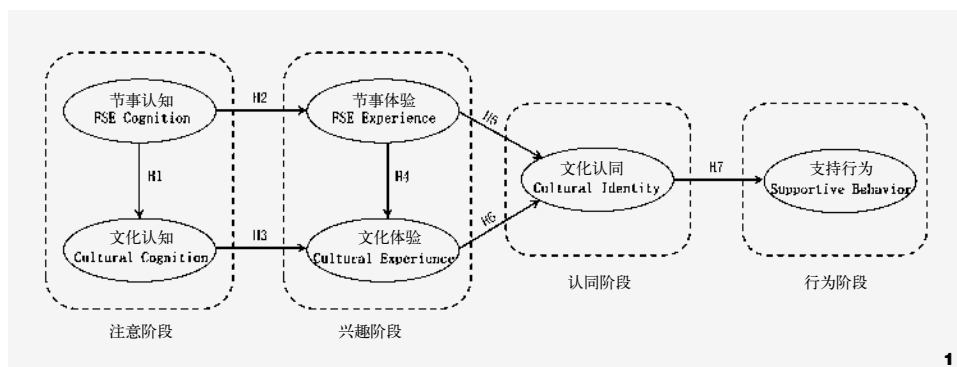


图1 花卉主题节事文化认同结构模型
Fig. 1 Cultural identity structure model of flower theme festival

2 研究设计

2.1 案例概况

研究案例为上海应用技术大学萱草文化节，是始于2016年的一年一度的主题节事，在校园中已有充分的知晓度，社会影响力也较强，是实证调查大学生参与者在主题节事中获得文化认同较理想的选择。萱草文化节主要依托对萱草文化的研究、新品种的研发和国家级萱草种质资源库，每年在6月中旬萱草盛花时节面向师生及相关行业人士举办，主旨是在大学生中弘扬传统花文化，激活其美德基因和家国情怀。

萱草 (*Hemerocallis fulva*) 为阿福花科 (Asphodelaceae) 多年生草本花卉，其古名“谖草”，“谖”意为“忘记”，所以也称其为“忘忧草”。萱草在中国有近3 000年的栽培历史，是人们观赏、食用、药用、审美、寄情的对象^[9]。萱草的“忘忧”之意，是众多文人墨客表达情怀的主题。游子远行时，常会在母亲居住的北堂种植萱草，希望减轻母亲的思念，忘却烦忧，后逐渐把北堂称为“萱堂”，并代指母亲。萱草代表了中国母亲的爱及子孙的孝亲、感恩之情，是传承优秀传统文化的符号。萱草自16世纪从中国和东北亚地区传到欧洲，17世纪引入美洲，已成为园林应用中

广受欢迎的花卉。

2023年6月举办的第七届萱草文化节包括大型庆典、文化展示、游艺活动等。主会场设在上海应用技术大学校园中的大学生活动中心，师生受众一万人以上。节事设有开幕式、主旨宣讲、歌舞联欢、音视频展现等庆典活动；有融合萱草文化的系列展示，如文化综合展（包括萱草古诗文、画作、书法、瓷器、艺术品、衍生品等）、景观展（包括萱草花艺、盆栽、花卉组合装置等）、科研成果展（包括萱草文化研究、育种和应用研究等）；有游艺互动活动（包括萱草插花小课堂、诗词连句、文创产品集市、萱草花园导赏等）。校园中有萱草花园、花圃等较为集中的萱草景观，还设有萱草花境、花丛、花带、花海等特色景观。

2.2 问卷设计

通过文献研究来选取、设置花卉主题节事文化认同的测量题项，并对策划、组织、操办、服务节事的学者、教师和学生展开咨询、访谈，请其对问卷进行评估和检验。选择一部分大学生参与者，在小范围内随机发放了92份调查问卷进行预调研，请其对逻辑、措辞、顺序等提出意见并提出针对性优

化策略。采用李克特五点量表的形式,从花卉节事认知、花文化认知、节事活动体验、文化体验、文化认同和支持行为6个维度出发,对大学生参与者的文化认同过程进行测量,还有少量问题统计性别、专业等信息。

节事认知的测量,参考Lee^[20]和呼玲妍等^[21]的量表,并根据萱草文化节的真实情境得到包含三个问题的量表,包括:(1)我了解一些往年举办萱草文化节的情况;(2)我了解一些学校萱草花园、花圃的位置和景观;(3)我向往参与本次萱草文化节。

文化认知的测量包含三个问题,对应中国传统花卉文化的三个层次,即“形式快感”、实用性、内模仿与移情作用^[6],包括:(1)我了解一些萱草的形态、外观或用途;(2)我知道萱草在我国古代是传统名花,具有深厚的文化意蕴;(3)我了解萱草的文化涵义(代母、忘忧、宜男、吉祥等)。

节事体验的测量参考Pine等^[22]、吴偲等^[23]开发的量表,并根据萱草文化节进行细微改动,主要侧重于对情绪和感受的测量,共4个问题,包括:(1)萱草文化节的布置和景观很美;(2)参与萱草文化节我感到放松、充实;(3)萱草文化节结合传统艺术和高科技布景展现花卉文化;(4)萱草文化节的文化交流与互动使我沉浸其中。

文化体验的测量主要参考马凌等^[24]、王美钰等^[25]开发的量表,并根据萱草文化节进行细微改动,共4个问题,包括:(1)萱草文化节展示挖掘了萱草的多元文化特色;(2)萱草文化节展示了萱草作为传统名花的丰富应用形式;(3)萱草文化节结合“中华母亲节”塑造文化符号提升了文化影响力;(4)萱草文化节结合校园文化和当代审美推介了花卉文化。

文化认同的测量主要参照李文明^[26]、呼

玲妍等^[21]的相关研究,并结合萱草文化节的具体情境,得到包含4个题项的量表,包括:(1)萱草文化节使我认识到萱草文化的价值;(2)萱草文化节让我产生了对花卉文化的主动学习意识;(3)萱草文化节令我愿意参与传统花卉文化的传承;(4)萱草文化节使我对校园更加热爱。

支持行为的测量参照王兆峰等^[27]的研究,最终得到包含三个题项的量表,分别为:(1)我愿意欣赏到更多的萱草景观,了解其他关于萱草的事情;(2)我愿意向他人介绍中国传统萱草文化;(3)我希望萱草文化节能持续办下去,让更多人体验到。

2.3 数据采集

以参与萱草文化节的大学生受访者为本样本进行数据收集。节事期间前往开幕式庆典、展览、活动等现场,以实地收集的方式邀请大学生参与者填写问卷并当场回收。通过主动沟通的方式确认其参与文化节时长累计达到两个小时以上、有一定的沉浸式体验经历、拥有自身的评价和看法后,邀请其参与问卷调查。发放问卷495份,收回462份,其中有效问卷433份,有效率为93.7%。有效问卷中,男性大学生为197人,占45.5%;女性大学生236人,占54.5%,男女比例基本相当,女性略多于男性,说明女性更倾向于参与花卉文化节事活动。在专业背景上,理、工、农学专业类313人,占72.3%,经、管、文、法等专业类120人,占27.7%,说明理工科大学生对花卉文化类节事也有较强参与意愿。

3 数据分析

基于问卷调查的结果,利用SPSS 26.0软件对节事认知、文化认知、节事体验、文化

体验、文化认同以及支持行为的21个题项进行探索性因子分析(Exploratory Factor Analysis, EFA),得出符合条件的评价维度。采用AMOS 28.0软件对观测变量进行验证性因子分析,主要分为收敛效度和区分效度检验,并构建结构方程验证假设。

3.1 信度和效度分析

对数据的判断检验分析结果显示,样本的KMO值为0.857,大于0.6,总体Bartlett球形检验呈现显著性(近似卡方4 261.567, $p < 0.001$),表明检验通过,各题项之间相关性较高,适合做因子分析。

由于节事文化认同的过程尚在探索阶段,分别运用SPSS 26.0软件中的主成分分析法和最大方差法提取、旋转,以因子载荷低于0.4、交叉载荷大于0.4等标准作为题项删选依据。预设题项均达到要求,并得到21个题项构成的6个公因子,可分别对应节事认知、文化认知、节事体验、文化体验、文化认同以及支持行为6个维度,共计解释方差84.978%,且6个公因子的Cronbach's α 系数均大于0.9(表1),表明各因子内部一致性较强,研究信度较高,各变量与其构成指标之间的结构效度符合实证分析的要求。

对模型适配度进行评估,CFA模型的总体拟合情况为: $\chi^2/df=1.301$,GFI=0.918,CFI=0.988,NFI=0.949,RMSEA=0.036,各指标均达到标准。根据Hair等^[28]的研究,测量模型的收敛效度要求标准化因子载荷(Standardized Loadings)应该在0.5以上并达到显著性水平,组合信度(Composite Reliability, CR)应大于0.7,平均提炼方差(Average Variance Extracted, AVE)应大于0.5,收敛效度检验结果显示较好(表2)。

表1 探索性因子分析
Tab. 1 Results of exploratory factor analysis

维度 Dimension	测量指标 Measurement index	因子载荷 Factor loading	解释方差 / % Explained variance	解释方差累积 / % Explained variance accumulation	克朗巴哈 α 系数 Cronbach's α
节事认知	FC1 我了解一些往年举办萱草文化节的情况	0.942	12.922	12.922	0.939
	FC2 我了解一些学校萱草花园、花圃的位置和景观	0.927			
	FC3 我向往参与本次萱草文化节	0.936			
文化认知	CC1 我了解一些萱草的形态、外观或用途	0.855	11.967	24.889	0.904
	CC2 我知道萱草在我国古代是传统名花, 具有深厚的文化意蕴	0.879			
	CC3 我了解萱草的文化涵义(代母、忘忧、宜男、吉祥等)	0.875			
节事体验	FE1 萱草文化节的布置和景观很美	0.847	15.314	40.203	0.912
	FE2 参与萱草文化节我感到放松、充实	0.891			
	FE3 萱草文化节结合传统艺术和高科技布景展现花卉文化	0.848			
	FE4 萱草文化节的文化交流与互动使我沉浸其中	0.853			
文化体验	CE1 萱草文化节展示挖掘了萱草的多元文化特色	0.893	15.379	55.582	0.918
	CE2 萱草文化节展示了萱草作为传统名花的丰富应用形式	0.836			
	CE3 萱草文化节结合“中华母亲花”塑造文化符号提升了文化影响力	0.840			
	CE4 萱草文化节结合校园文化和当代市美推介了花卉文化	0.833			
文化认同	CI1 萱草文化节使我认识到萱草文化的价值	0.872	16.541	72.123	0.946
	CI2 萱草文化节让我产生了对花卉文化的主动学习意识	0.908			
	CI3 萱草文化节令我愿意参与传统花卉文化的传承	0.894			
	CI4 萱草文化节使我对校园更加热爱	0.879			
支持行为	SB1 我愿意欣赏到更多的萱草景观, 了解其他关于萱草的事情	0.898	12.855	84.978	0.945
	SB2 我愿意向他人介绍中国传统萱草文化	0.912			
	SB3 我希望萱草文化节能持续办下去, 让更多人体验到	0.897			

变量之间的区别效度采用各因子AVE的平方根进行测量, 本研究各因子AVE的平方根均大于该因子与其他因子的Pearson相关系数(表3), 说明数据区分效度较好。

3.2 假设检验

在检验信度和效度的基础上, 利用结构方程来验证研究假设。用最大似然法进行模型的拟合检验后显示适配性良好($\chi^2/df=1.714$, CFI=0.969, GFI=0.892, NFI=0.929, RMSEA=0.056), 综合拟合指标、相对拟合指标均达到优秀标准, GFI、RMSEA达到良好标准。模型显示, 路径系数均达到显著, 说明所提的7个假设均成立。如图2所示, 节事认知

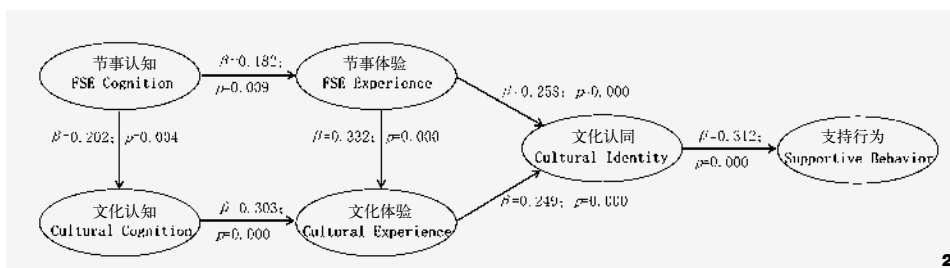


图2 研究结构模型假设检验结果
Fig. 2 Hypothesis test results of research structure model

对文化认知产生了显著正向影响; 节事认知对节事体验有正向影响; 文化认知、节事体验对文化体验有正向影响; 节事体验、文化体验对文化认同有正向影响; 文化认同对支持行为有正向关系。

4 结论与启示

4.1 讨论与结论

本文以大学校园中的花卉主题节事为例, 从微观尺度上分析大学生参与者的心理反馈层次与结构, 从而以小见大, 探讨大学生群

体在花卉主题节事中的认知和体验质量对其文化认同的影响。

(1) 周期举办的主题节事产生累计效应,对节事的预先认知会促进大学生参与者的文化认知。历年举办的萱草文化节使部分大学生参与者对萱草及其文化有或多或少的

了解,同时,校园环境中随处可见的萱草景观也给部分大学生参与者留下了较为深刻的印象,这些节事认知对认知花卉文化起到了显著的促进作用。

(2) 大学生参与者在花卉文化节中的节事体验和文化体验与其节事认知和文化认知

都呈正相关关系。一方面,大学生参与者的节事认知对其节事体验有显著的正向影响。历年萱草文化节的活动氛围和陈设布置已在部分大学生参与者群体中有较好的口碑,形成了心理期许,成为了校园文化生活中值得期待的事件。在实际参与节事时,他们则会有意识地强化对场景、展览、活动等的体验。另一方面,对萱草文化内涵的初步认知会引导部分大学生参与者在节事的文化体验中进一步深入探究,而对萱草植物学特性、审美特征等有感兴趣的部分大学生参与者,则可能在节事参与中主动强化对文化的体验。

(3) 节事体验对文化体验起到显著的促进作用。节事体验是参与者顺序体验节事活动和氛围后获得的主观情感^[7],其中,积极的情感如快乐、喜爱等则能正向影响对环境的感知^[29]。萱草文化节的各种体验内容营造轻松的氛围,萱草景观的自然之美、生命之美带来愉悦,均使花文化的表达更能浸润人心。

(4) 良好的节事体验和文化体验互为表里,共同促进了文化认同。从节事体验带来的情绪、观感来看,萱草文化节热闹活跃的氛围、丰富美丽的景象让大学生参与者感到生活在一个有趣、有活力的校园中,唤起他们对萱草文化价值的兴趣。节庆活动通过促进人与人之间的沟通与交流形成群体认知^[30],从文化体验带来的思想、记忆来看,真实的校园环境、实体活动、手可及的展品、朋

表2 验证性因子分析
Tab. 2 Results of confirmatory factor analysis

维度 Dimension	题项 Index	参数显著性估计 Parameter significance estimation		收敛效度 Convergent validity	
		Std.	t-value	CR	AVE
节事认知	FC1	0.954***		0.942	0.843
	FC2	0.888***	22.845		
	FC3	0.912***	24.550		
文化认知	CC1	0.89***		0.905	0.762
	CC2	0.914***	18.347		
	CC3	0.811***	15.687		
节事体验	FE1	0.890***		0.914	0.728
	FE2	0.944***	21.558		
	FE3	0.803***	16.013		
	FE4	0.764***	14.637		
文化体验	CE1	0.878***		0.915	0.730
	CE2	0.886***	18.305		
	CE3	0.776***	14.533		
	CE4	0.873***	17.861		
文化认同	CI1	0.885***		0.946	0.813
	CI2	0.917***	21.022		
	CI3	0.903***	20.337		
	CI4	0.901***	20.236		
支持行为	SB1	0.901***		0.946	0.854
	SB2	0.971***	25.230		
	SB3	0.899***	21.474		

表3 区分效度分析
Tab. 3 Discriminant validity analysis

因子 Factor	AVE	节事认知 FSE cognition	文化认知 Cultural cognition	节事体验 FSE experience	文化体验 Cultural experience	文化认同 Cultural identity	支持行为 Supportive behavior
节事认知	0.843	0.918					
文化认知	0.762	0.173**	0.873				
节事体验	0.728	0.155*	0.235***	0.853			
文化体验	0.730	0.094	0.312***	0.340***	0.854		
文化认同	0.813	0.213***	0.323***	0.279***	0.274***	0.902	
支持行为	0.854	0.144*	0.308***	0.260***	0.394***	0.244***	0.924

注: *、**、***分别表示显著性水平为0.05、0.01、0.001。

友的陪伴和交流是萱草文化节的“伴生”记忆，成为构建自我与他我之间的纽带，更大程度地激发情感共鸣，引发思考。

(5) 节事的文化认同带来良好的支持行为，证明花卉主题节事在花文化传播中具有积极作用。部分大学生参与者愿意了解更多花文化，愿向其他人推荐该节庆活动，说明他们不仅心理上认可，而且行为上也在响应所接受的文化，间接证明了节事的文化传播效果。

4.2 实践启示

花卉主题节事既是一种综合性休闲审美活动，也是教育环境。大学生参与者通过节事获得文化的认知和体验，从而达到对花文化价值认同，这不但有助于其身心健康，还促进培育其文化素养和完整人格。

从花卉主题节事的组织策划而言，强化对认知、体验的支持并顺势引导文化认同和支持行为，可能是实现花文化有效输出的途径。节事中富有文化内涵、具有视觉冲击力的场景创意能为参与者提供更为全面生动的感知对象；丰富多样的互动活动和项目环节能增强节事空间的融入度与参与感；真实热烈且具有氛围的节事场景能打动人、感染人，引发参与者的情感共鸣。此外，节事的周期性连续举办有利于形成口碑和积累人气，逐渐提升认同感和支持度，因此新办节事要立足于长期性。

从花卉主题节事的公共价值来看，除却花卉天然的美学和生态属性外，花卉文化的弘扬赋予其更为深刻的意义。花卉主题节事在特定时空中创造文化氛围，传递文化信息，构筑文化意境，触发和调动人们情感、思想和行为，促进个体和群体身心、意志的全面发展。时代发展催生了人类对于自身发展和精神丰足的需求，应该积极鼓励发展文化内

涵丰富的特色花卉主题节事，以满足对美好生活的向往。

大型节事较难设置重复或多个样本，本文作为微观的定量实证研究，探索了花卉主题节事对大学生群体文化认同的影响，期待未来能结合质性研究进一步探讨花卉节事对参与者的作用机制。

注：文中图表均由作者绘制。

参考文献

- [1] 唐雪琼, 钱俊希, 杨茜妤. 跨境流动视阈下的节庆文化与民族认同研究——中越边境苗族花山节案例[J]. 地理科学进展, 2017, 36(09): 1081-1091.
- [2] 黄芸芸. 传统民俗节庆文化在铸牢中华民族共同体意识中的实践探究[J]. 商业经济, 2023(02): 154-156.
- [3] 刘博, 朱竝. 新创民俗节庆与地方认同建构——以广府庙会为例[J]. 地理科学进展, 2014, 33(04): 574-583.
- [4] 张静. 节庆场景对游客文化认同、满意度及行为意向的影响[J]. 特区经济, 2023(09): 152-155.
- [5] 周武忠. 论中国花卉文化[J]. 中国园林, 2004(02): 61-62.
- [6] 张启翔. 中国花文化起源与形成研究(一)——人类关于花卉审美意识的形成与发展[J]. 中国园林, 2001(01): 73-76.
- [7] 蔡礼彬, 李雯钰. 节庆活动中参与者的文化认同建构——以青岛国际啤酒节为例[J]. 山东社会科学, 2020(07): 94-101.
- [8] 傅才武, 钟震. 文化认同体验视角下的区域文化旅游主题构建研究——以河西走廊为例[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2014, 67(01): 101-106.
- [9] 李蓓. 从“锅庄”到“萨朗”——羌族节庆歌舞音乐中的民族认同与文化互动[J]. 中国音乐, 2022(04): 78-85.
- [10] GOLD BLATT J J. Special Events: The Art and Science of Celebration[M]. New York: Van Nostrand Reinhold, 1990.
- [11] ALLEN J, O'TOOLE W, HARRIS R, et al. Festival and Special Event Management[J]. Annals of Tourism Research, 2001, 28(1): 248-250.
- [12] 李菁博, 许兴, 程炜. 花神文化和花朝节传统的兴衰与保护[J]. 北京林业大学学报(社会科学版), 2012, 11(03): 56-61.
- [13] 刘红娟. 明末清初的咏花诗与士人心态变迁[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2012, 45(04): 131-134.
- [14] 刘鑫鑫. 基于花卉节事活动的公共休闲空间研

究——以上海顾村樱花节为例[J]. 今传媒, 2020, 28(10): 109-112.

- [15] 赵现红. 基于游客体验视角的现代节事旅游开发研究——以开封菊花文化节为例[J]. 地域研究与开发, 2014, 33(03): 117-121.
- [16] TANFORD S, JUNG S. Festival Attributes and Perceptions: A Meta-analysis of Relationships with Satisfaction and Loyalty[J]. Tourism Management, 2017, 61: 209-220.
- [17] 邱宏亮. 旅游节庆意象、节庆依恋、节庆游客环境责任态度与行为——以杭州西溪花朝节为例[J]. 浙江社会科学, 2017(02): 84-93.
- [18] 卢政营, 张威, 唐静. 乡村节事旅游活动品牌形象的实证研究——以罗平油菜花节为例[J]. 旅游学刊, 2009, 24(05): 61-66.
- [19] 张志国, 金红. 中华母亲花: 萱草[M]. 北京: 北京中国林业出版社, 2021.
- [20] LEE Y J. The Relationships Amongst Emotional Experience, Cognition, and Behavioural Intention in Battlefield Tourism[J]. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 2015, 21(6): 697-715.
- [21] 呼玲妍, 刘人怀, 文彤, 等. 红色旅游游客混合情感对旅游意愿的影响研究——以大学生为例[J]. 旅游学刊, 2022, 37(07): 27-37.
- [22] PINE B J, GILMORE J H. The Experience Economy[J]. Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism, 1998, 9(4): 173-176.
- [23] 吴偲, 朱竝, 李军. 艺术旅游与地方感的相互关系研究——以粤港澳大湾区大学生群组为例[J]. 旅游学刊, 2022, 37(04): 116-127.
- [24] 马凌, 保继刚. 感知价值视角下的传统节庆旅游体验——以西双版纳傣族泼水节为例[J]. 地理研究, 2012, 31(02): 269-278.
- [25] 王美钰, 李勇泉, 阮文奇, 等. 遗产旅游地文化传承式创新对游客行为的多重影响——整合社会和市场视角[J]. 旅游学刊, 2024, 39(07): 82-97.
- [26] 李文明. 生态旅游环境教育效果评价实证研究[J]. 旅游学刊, 2012, 27(12): 80-87.
- [27] 王兆峰, 廖红璐. 参照群体视角下社交圈对潜在旅游者旅游意愿的影响机制研究[J]. 旅游科学, 2018, 32(06): 33-46.
- [28] HAIR J F, BLACK W, BABIN B, et al. Multivariate Data Analysis (the 6th Edition)[M]. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall Press, 2005: 107-157.
- [29] PRAYAG G, HOSANY S, MUSKAT B, et al. Understanding the Relationships Between Tourists' Emotional Experiences, Perceived Overall Image, Satisfaction, and Intention to Recommend[J]. Journal of Travel Research, 2017, 56(1): 41-54.
- [30] 罗辑, 梁勤超. 族群节庆: 仪式互动与文化认同——以黎平·侗族鼓楼文化艺术节为例[J]. 贵州社会科学, 2016(09): 49-54.