

ชีวิตทางสังคมของดอกไม้

ความเป็นมาของดอกไม้ในสังคม

สังคมมนุษย์รู้จักการใช้ประโยชน์และเห็นความสำคัญของดอกไม้มาอย่างยาวนาน หลักฐานทางโบราณคดีมีการค้นพบภาพเขียนหินรูปดอกไม้ในสุสานของชาวอียิปต์โบราณ มนุษย์รู้จักการปลูกพืชที่ให้ดอกสวยงามเมื่อประมาณ 5,000 ปีก่อน ดอกไม้บางชนิดถูกนำไปใช้เป็นยาสมุนไพร (Huss et al., 2017) มนุษย์นิแอนเดอร์ทัลมีการฝังศพด้วยดอกไม้ซึ่งมีร่องรอยของเกสรกระจายอยู่ในหลุมศพในถ้ำชาเนดาร์ ประเทศอิตาลี (Sommer, 1999) ในสมัยโรมันโบราณ มีการจัดงานเทศกาลดอกไม้เพื่อบูชาเทพีฟลอรา ประเทศจีนมีการประดิษฐ์ดอกไม้จากผ้าไหมเมื่อประมาณ 2,000 ปีที่แล้ว (God Flora) (Haviland-Jones et al., 2005) สัญลักษณ์ดอกกลีบลีในภาพเขียนฝาผนังของชาวมิโนอัน (Minoan) ที่พบในเขตทะเลอีเจียนยุคสำริด (ประมาณ 3,000-1,000 ปีก่อนคริสตกาล) ดอกบัวดินฝรั่ง (Crocus) เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นหญิง ดอกกลีบลีถูกใช้เป็นที่ตั้งเครื่องบูชาหรือเครื่องประดับในพิธีกรรมทางศาสนา (Palliser, 2024) ในประเทศอังกฤษช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 15-18 (ช่วงราชสำนักทิวดอร์และสจวร์ต) เป็นช่วงของการแสดงความวิจิตรตระการตาและความมั่งคั่ง ชนชั้นสูง กษัตริย์ และขุนนางนิยมตกแต่งสวนดอกไม้ซึ่งเปรียบเสมือนสวนสวรรค์ นำดอกไม้มาประดับบ้านและใช้ในโอกาสต่าง ๆ กุหลาบทิวดอร์คือสัญลักษณ์ของราชวงศ์พระเจ้าเฮนรีที่ 7 และการสิ้นสุดสงครามที่โหดร้าย (Lyon-Whaley, 2024)

ในวัฒนธรรมญี่ปุ่นมีศิลปะการจัดดอกไม้ที่เรียกว่า อิเคบานะ (ikebana) หมายถึงการทำให้ดอกไม้มีชีวิต ซึ่งสะท้อนวิธีคิดด้านสุนทรียะ ความเรียบง่าย ความประณีต การมีสมาธิ และความ เป็นระเบียบทางสังคม สมัยโชกุนอาชิคางะ โยชิมาสะ (ค.ศ.1436-1490) เป็นผู้ส่งเสริมการจัดดอกไม้และให้มีตำแหน่งของกิ่งไม้และดอกไม้ที่สะท้อนองค์ประกอบ 3 ส่วนคือสวรรค์ โลก และมนุษย์ (Chiba, 2022) รากฐานการจัดดอกไม้ของญี่ปุ่นมาจากการจัดดอกไม้ถวายพระสงฆ์ และการจัดดอกไม้ตรงกลาง หรือชินโนะฮานะ โดยนำกิ่งสนหรือกิ่งไม้ขนาดใหญ่ตั้งอยู่ตรงกลางใน แจกัน โดยมีดอกไม้ตามฤดูกาลสามถึงห้าดอกวางประดับอยู่รอบ ๆ การจัดดอกไม้แบบอิเคบานะยัง แบ่งเป็นสองลักษณะคือ การจัดแบบริกุก้าที่เน้นความหรูหรางดงาม และการจัดแบบนาเกอิเรบานะ เน้นความเรียบง่ายเป็นธรรมชาติ ในปี ค.ศ.1956 มีการตั้งองค์กรอิเคบานะ อินเตอร์เนชันแนล เป็นครั้งแรก (Kubo, 2013)

ในวัฒนธรรมอินเดีย เด็กสาวนิยมนำดอกมะลิมาเสียบที่ผมเปีย สีขาวนวลของดอกมะลิยังเป็นสัญลักษณ์ของความบริสุทธิ์ ทำให้หญิงสาวดูงดงามยิ่งขึ้น ในวันก่อนวันแต่งงาน เจ้าสาวจะสวมพวงมาลัยดอกมะลิและดอกกุหลาบไว้รอบคอ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เย้ายวนชวนหลงใหล แสดง

ถึงความบริสุทธิ์และพลังอำนาจของเธอ ดอกยี่โถในวัฒนธรรมอินเดียจะใช้ถวายเทพเจ้าและเทพธิดา ชาวอินเดียถวายดอกยี่โถสีแดงแด่พระมูรูกันและพระแม่ทุรไก ชาวอินเดียส่วนใหญ่จะหักกิ่งที่มีดอกยี่โถติดอยู่แล้วนำไปวางไว้ที่มุมบ้านเพื่อไล่ยุง (Sindhu & Rathi, 2021) ในคริสต์ศตวรรษที่ 2 กษัตริย์ชื่อปารี ผู้ปกครองเนินเขาปาร์มบูและพื้นที่โดยรอบ ทรงเป็นที่รู้จักในด้านความเมตตา กรุณา ขณะที่พระองค์ทรงประทับบนราชรถทองคำ พระองค์ทรงเห็นเกาวัลย์อ่อนของดอกมะลิป่า (มุลโลป) กำลังเลื้อยพันอยู่บนทาง หากพระองค์ขยับราชรถ เกาวัลย์ของดอกมะลิป่าก็จะหัก พระองค์จึงมอบราชรถแต่ดอกไม้เหล่านั้นและเดินกลับพระราชวัง กษัตริย์ปารีให้ความสำคัญกับดอกไม้และการเจริญเติบโตของดอกไม้ จนเป็นที่รู้จักในด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ (Sindhu & Rathi, 2021) รพินทรนาถ ฐากูร กวีแห่งชาติของอินเดีย พรรณนาถึงดอกไม้ในหนังสือ "พระจันทร์เสี้ยว" (The Crescent Moon) แสดงให้เห็นถึงสถานที่และความสำคัญของดอกไม้ในวัฒนธรรมและมนุษยชาติ และยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นหนึ่งเดียวของวัฒนธรรมกับดอกไม้ด้วย (Sindhu & Rathi, 2021)

ในสังคมสมัยใหม่ มีการปลูกดอกไม้เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่น ในประเทศเนเธอร์แลนด์มีการส่งออกดอกไม้จำนวนมากและมีมูลค่าเศรษฐกิจสูงถึง 20 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในทศวรรษ 1980-1990 ประเทศโคลอมเบียและเอกวาดอร์ส่งออกดอกไม้ไปสหรัฐอเมริกาจำนวนมาก ในช่วงปี ค.ศ.2003-2013 (Huss et al., 2017) ธุรกิจส่งออกไม้ประดับทั่วโลกมีการเติบโตขึ้นปีละประมาณ 3.9 เปอร์เซ็นต์ ประเทศที่มีการส่งออกไม้ประดับ ได้แก่ อินเดีย โคลอมเบีย เอกวาดอร์ เคนยา เอธิโอเปีย เม็กซิโก อิสราเอล แอฟริกาใต้ ออสเตรเลีย ไทย มาเลเซีย และนิวซีแลนด์ ตลาดที่ซื้อดอกไม้ขนาดใหญ่คือสหรัฐอเมริกาและยุโรป ในปี ค.ศ. 2019 เม็กซิโกมีพื้นที่เพาะปลูกดอกไม้ประดับมากเป็นอันดับสามของโลก (ประมาณ 56,092 เฮคเตอร์) (van der Ploeg, 2022) คาดการณ์ว่าขนาดตลาดอุตสาหกรรมดอกไม้ในสหรัฐอเมริกาจะเพิ่มขึ้นเป็น 58,030 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี ค.ศ. 2028 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ 2.5 % (Market Reports World, 2022) ในปี ค.ศ. 2021 ประเทศที่นำเข้าดอกไม้ตัดดอกมากที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (21%), เยอรมนี (15%), เนเธอร์แลนด์ (12.5%), สหราชอาณาจักร (9.4%), รัสเซีย (5%) และฝรั่งเศส (4.6%)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมดอกไม้มีธุรกิจแตกแขนงออกไปหลายประเภท เช่น ดอกไม้ตัด ดอกไม้ตัดแต่ง ไม้ประดับสวน ไม้ดอกกระถาง ไม้ล้มลุกยืนต้น ไม้ใบสำหรับใช้ในร่ม/กลางแจ้ง และวัสดุขยายพันธุ์ไม้ดอก เป็นต้น รวมทั้งบริษัทขนส่ง ตัวแทน และผู้ค้าส่งที่จัดส่งดอกไม้จากแหล่งผลิตไปยังศูนย์กลางตลาดโลก อาชีพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดอกไม้ ได้แก่ นักปรับปรุงพันธุ์พืชและบริษัทที่จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ หัว และกิ่งปักชำ รวมถึงบริษัทที่จำหน่ายเรือนกระจก กระถางทุกชนิด ดินปลูก ปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืช เครื่องจักรสำหรับกิจกรรมปลูกดอกไม้ นักออกแบบดอกไม้และร้านดอกไม้

นักออกแบบสวน และบริษัทจัดสวนทั้งภายในและภายนอกอาคาร ส่วนค้าปลีกและศูนย์จำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ

ดอกไม้กับอารมณ์

ดอกไม้ที่ให้ความสวยงามแล้วยังกระตุ้นให้มนุษย์มีความรู้สึกอิมเมม มีความสุขและรอยยิ้ม (Dimberg & Thell, 1988) ดอกไม้เกี่ยวข้องกับผัสสะหลายแบบของมนุษย์ทั้งเรื่องรูปปลักษณ์และสีกลิ่นของกลีบดอก กลิ่นของดอกไม้ รสชาติของเกสร ในการศึกษาทางจิตวิทยาพบว่าดอกไม้ต่างสายพันธุ์ส่งผลกระทบต่อทางจิตใจของมนุษย์ไม่เหมือนกัน เช่น กลิ่นและสีของดอกกุหลาบทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่นและโรแมนติก กระตุ้นอารมณ์ความปรารถนา (Gottfried & Dolan, 2003) กลิ่นของลาเวนเดอร์ช่วยลดความเครียดและความวิตกกังวลเป็นที่นิยมใช้ในการบำบัดด้วยกลิ่นหอม (Donelli et al., 2019) กลิ่นหอมของดอกมะลิสามารถสร้างความรู้สึกสงบและผ่อนคลายได้ (Yagyu, 1993) กลิ่นหอมของดอกไม้ลิลลี่เชื่อมโยงกับความคิดถึงและความทรงจำในอดีต ทำให้สามารถปลุกเร้าความรู้สึกแห่งความสุขและความสบายใจได้ (Chi et al., 2019) กล้วยไม้บ่งบอกถึงความสง่างามและความมีเสน่ห์แปลกตา มักเกี่ยวข้องกับความสุขและความเย้ายวน กล้วยไม้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความรู้สึกถึงความมีระดับ ช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจในตนเอง (Connell, 2004) ดอกทานตะวันที่สุดใสเป็นสัญลักษณ์แห่งความคิดเชิงบวกและการมองโลกในแง่ดี การได้เห็นดอกทานตะวันสามารถยกระดับอารมณ์ กระตุ้นความรู้สึกแห่งความสุข และเตือนให้ผู้คนตระหนักถึงความงดงามในชีวิต (Mathews et al., 2009)

การศึกษาของ Guéguen (2012) พบว่าดอกไม้เป็นสื่อสำหรับความโรแมนติก ในกรณีที่ผู้ชายจับผู้หญิงใกล้กับร้านขายดอกไม้ มีแนวโน้มว่าผู้หญิงจะตอบรับคำขอเป็นแฟนค่อนข้างสูง ผู้หญิงมักคิดว่าผู้ชายที่ให้ดอกไม้คือคนที่มีเสน่ห์ทางเพศ Haviland-Jones et al. (2005) อธิบายว่าผู้หญิงที่ได้รับช่อดอกไม้จะแสดงออกด้วยการยิ้มมากกว่าการได้รับตะกร้าผลไม้ ดอกไม้ช่วยสร้างอารมณ์เชิงบวกให้กับผู้หญิง นอกจากนี้ การให้ดอกไม้เป็นของขวัญจะช่วยทำให้ผู้รับและผู้ให้มีความสุขกันได้อย่างมากขึ้น จะเห็นว่าดอกไม้คือตัวกระตุ้นทางความรู้สึกที่ทำให้มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันมากขึ้น ในสังคมตะวันตก ดอกไม้เป็นสัญลักษณ์ของความโรแมนติกและเป็นตัวแทนของความสวยงาม การศึกษาของ Huss et al. (2017) ระบุว่าดอกไม้เป็นสัญลักษณ์ของสายสัมพันธ์ที่ยืนยาว เมื่อมีการอำลาหรือเดินทางของคนที่เกี่ยวข้อง การมอบดอกไม้ให้กันช่วยสร้างความรู้สึกผูกพัน ดอกไม้ยังเป็นสื่อที่บ่งบอกถึงการเปลี่ยนสถานะเช่นมอบดอกไม้ให้กับหญิงที่คลอดบุตร และการส่งพวงหรีดดอกไม้ให้กับผู้ตาย ดอกไม้เป็นสัญลักษณ์ของการรวมตัวกัน เช่น การจัดงานปาร์ตี้ครอบครัว และการฉลองวันเกิด

ในการศึกษาเปรียบเทียบคนอังกฤษเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสีของดอกไม้ พบว่าดอกไม้สีฟ้ามีบทบาทสำคัญในการผ่อนคลาย/ลดความเครียด และสีโทนอบอุ่น เช่น สีส้ม สีเหลือง และสี

แดง ช่วยกระตุ้นอารมณ์ให้เบิกบานและส่งผลดีต่อความรู้สึกโดยรวม ดอกไม้สีขาวเป็นสีที่ช่วยผ่อนคลายและให้ความรู้สึกเบิกบาน มนุษย์จะรู้สึกผ่อนคลายเมื่อได้เห็นสีดอกไม้ที่ตนเองชื่นชอบ (Zhang et al., 2023) ในการศึกษาของ Haviland-Jones et al (2005) อธิบายว่าดอกไม้คือสิ่งกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์ที่ได้รับการพัฒนามาเป็นพิเศษ คำอธิบายทางชีวจิตวิทยาระบุว่าสัญญาณทางกลิ่นและภาพที่เห็นมีอิทธิพลต่อการตอบสนองทางระบบประสาทของมนุษย์ สี สัน รูปทรง และกลิ่นของดอกไม้จึงเป็นตัวกระตุ้นอารมณ์ที่ต่างกัน พืชดอกบางชนิดต้องการขยายพันธุ์โดยมนุษย์ ตัวอย่างเช่น กล้ายไม้ที่ปลูกเลี้ยงได้รับการผสมเกสรด้วยมือมนุษย์ แม้ว่ากล้ายไม้จะไม่ใช้พืชที่ใช้บริโภค แต่กล้ายไม้มีความน่าดึงดูดใจทางประสาทสัมผัส

มิติวัฒนธรรมและอำนาจของดอกไม้

นักมานุษยวิทยา Jack Goody (1993) กล่าวว่าดอกไม้ถูกนำมาใช้ทั้งในชีวิตประจำวัน (ทางโลก) และพิธีกรรมทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ก่อนคริสต์ศตวรรษที่ 19 ดอกไม้มีความสำคัญต่อชนชั้นปกครองและกษัตริย์ ในขณะที่ศาสนาคริสต์มองว่าดอกไม้เป็นของฟุ่มเฟือย แต่ความคิดค่อย ๆ เปลี่ยนไปในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ซึ่งเรียกว่า “ยุคสมัยแห่งดอกไม้” (floral age) หมายถึงการเติบโตของธุรกิจดอกไม้ภายใต้ระบบทุนนิยม การกลายเป็นเมือง การปฏิวัติอุตสาหกรรม และการขยายตัวของชนชั้นกลาง ชีวิตคนเมืองสมัยใหม่ทำให้เกิดความนิยมเสพความสุขและความบันเทิง ดอกไม้จึงเข้ามาเป็นสินค้าที่ส่งเสริมให้กิจกรรมทางสังคมดำเนินไปอย่างมีความหมาย การแบ่งแยกหน้าที่และบทบาทของชายหญิง มีส่วนทำให้การแสดงความรักและความสัมพันธ์อาศัยดอกไม้เป็นสัญลักษณ์ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมทำให้วัฒนธรรมดอกไม้กลายเป็นส่วนประกอบหนึ่งของการแสดงออกความรู้ การพัฒนาอารมณ์ และการสร้างเสถียรภาพตัวตนของชนชั้นกลาง ดอกไม้จึงมีนัยยะของการเป็นสื่อและเป็นตัวแทนคำพูดที่ปัจเจกใช้แทนความคิดและความรู้สึกที่ส่งต่อให้คนอื่น เรียกว่า “ภาษาของดอกไม้” (language of flowers) ตัวอย่างเช่น ดอกส้มหมายถึงความบริสุทธิ์ ดอกคาร์เนชั่นหมายถึงความรักที่สดใส ดอกกุหลาบสีแดงหมายถึงความหลงใหลอย่างลึกซึ้ง ดอกกุหลาบสีขาวสื่อถึงความไร้เดียงสาและความบริสุทธิ์ เป็นต้น

กิจกรรมในครัวเรือนของชนชั้นกลางซึ่งมีเวลาและมีเงินสำหรับใช้เพื่อความสุภาพ การซื้อดอกไม้มาประดับสวนถือเป็นงานอดิเรกสำคัญของชนชั้นกลางในตะวันตก ตำราและหนังสือเกี่ยวกับการจัดสวนและปลูกไม้ประดับจึงเติบโตขึ้น ในประเทศอังกฤษสมัยคริสต์ศตวรรษที่ 19 ลัทธิอาณานิคมทำให้ชาวอังกฤษที่เป็น “นักล่าพันธุ์ไม้” (plant hunter) นำพันธุ์ไม้ดอกต่างถิ่นเข้ามาในประเทศจำนวนมาก เกิดการผสมข้ามสายพันธุ์ของไม้ประดับ รวมทั้งการเติบโตของวิชาพฤกษศาสตร์ เศรษฐีชาวอังกฤษจึงสร้างเรือนกระจกเพื่อปลูกไม้ดอกไม้ประดับที่นำมาจากประเทศโลกที่สามที่เป็นดินแดนใต้อาณานิคม ค่านิยมเกี่ยวกับการสร้างสวนดอกไม้จึงขยายตัวในช่วงเวลานี้

รูปแบบสวนที่นิยมมากจะต้องมีทางเดิน สนามหญ้าและกอดอกไม้ ซึ่งถูกนิยามเป็น “สวนที่งามราวภาพวาด” (picturesque gardens) กล้วยไม้จากดินแดนเมืองร้อนถูกมองเป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่ง ความประณีต และความเป็นสากล ซึ่งชนชั้นสูงในอังกฤษนิยมปลูกเพื่อบ่งบอกถึงรสนิยมที่หรูหรา กล้วยไม้จึงกลายเป็นสินค้าราคาแพง Susan Orlean (1998) กล่าวว่าอาการหลงใหลดอกกล้วยไม้ในวัฒนธรรมวิคตอเรียน หรือเรียกว่า “Orchidelirium” สะท้อนความปรารถนาอันโลภมาก (rapacious desire) ของชนชั้นสูงในอังกฤษ

รวมถึงการออกแบบสวนสไตล์กระท่อมชนบท (cottage gardens) (Goody, 1993) การสร้างสวนของชนชั้นกลางในอังกฤษจึงสัมพันธ์กับการเป็นเจ้าของนิคมที่นำดอกไม้ต่างถิ่นเข้ามาปลูกในบ้านตัวเอง ความคิดนี้ค่อย ๆ พัฒนาเป็นธุรกิจการจัดและตกแต่งสวน เกิดนิกอออกแบบสวนและภูมิทัศน์ทำงานเป็นอาชีพชัดเจน Goody (1993) กล่าวว่ารูปแบบสวนป่าและสวนกระท่อมชนบทพัฒนาขึ้นในช่วงที่ชาววิคตอเรียนมีความกระตือรือร้นในการสำรวจและหลงใหลในวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ รวมถึงความงามและความอุดมสมบูรณ์อันน่าอัศจรรย์ของธรรมชาติในป่าในดินแดนห่างไกล

การศึกษาความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของมนุษย์กับสิ่งมีชีวิตต่างสายพันธุ์ หรือชาติพันธุ์ วรรณนาหลากหลายสายพันธุ์ (multispecies ethnography) การศึกษาดอกไม้จึงมิใช่เพียงการอธิบายชีววิทยาของดอกไม้ แต่ศึกษาในฐานะพืชที่มีความสัมพันธ์กับสังคมมนุษย์ในหลายมิติ ทั้งเรื่องสิ่งของสวยงาม การสร้างสัญลักษณ์และความหมาย การแสดงอารมณ์ความรู้สึก เป็นส่วนประกอบของพิธีกรรมและกิจกรรมหลากหลายรูปแบบทั้งทางศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม งานรื่นเริง การเฉลิมฉลอง และความบันเทิง ในบริบททุนนิยมโลก ดอกไม้มิได้เป็นเพียงพืชหรือวัตถุตามธรรมชาติ แต่ยังเป็นสินค้าที่มีราคา ดอกไม้จึงถูกซื้อขายเพื่อตอบสนองกิจกรรมทางสังคม ไม่ว่าจะเป็น งานวันเกิด งานศพ งานบวช งานแต่งงาน งานรับปริญญา งานฉลองวันสมรส เป็นต้น การแสดงความรัก ความเสียใจ การให้กำลังใจ การปลอบใจ ล้วนมีการใช้ดอกไม้เป็นสื่อสัญลักษณ์ (Ziegler, 2007) ในวัฒนธรรมบริโภค ความรู้สึกที่ใช้ดอกไม้เป็นสัญลักษณ์มีความเข้มข้นและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ความต้องการซื้อขายดอกไม้หลายชนิดจึงมีปริมาณเพิ่มขึ้น ควบคู่กับการโฆษณาผ่านสื่อที่แพร่หลายในโลกออนไลน์ ดอกไม้ยุคดิจิทัลจึงทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเชื่อมคนกับสิ่งของ เชื่อมคนกับคน และสร้างจินตนาการในเวลาเดียวกัน

ผู้เขียน

ดร.นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ

ผู้จัดการฝ่ายวิจัยและส่งเสริมวิชาการ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)



เอกสารอ้างอิง

- Chi, X., Wang, S., Baloch, Z., Zhang, H., Li, X., Zhang, Z., Zhang, H., Dong, Z., Lu, Y., Yu, H., & Ma, K. (2019). Research progress on classical traditional Chinese medicine formula Lily Bulb and Rehmannia Decoction in the treatment of depression. *Biomedicine and Pharmacotherapy*, Pp.112, 108616.
- Chiba, K. (2022). *Japanese Flower Culture – An Introduction*. London: Routledge.
- Connell, J. (2004). The purest of human pleasures: The characteristics and motivations of garden visitors in Great Britain. *Tourism Management*, 25(2), 229–247.
- Donelli, D., Antonelli, M., Bellinazzi, C., Gensini, G. F., & Firenzuoli, F. (2019). Effects of lavender on anxiety: A systematic review and meta-analysis. *Phytomedicine*, 65, 153099.
- Goody, J. (1993). *The Culture of Flowers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gottfried, J. A., & Dolan, R. J. (2003). The Nose Smells What the Eye Sees: Crossmodal Visual Facilitation of Human Olfactory Perception. *Neuron*, 39(2), 375–386.
- Guéguen, N. (2012). “Say it...near the flower shop”: further evidence of the effect of flowers on mating. *The Journal of Social Psychology*, 152(5), 529-32.
- Haviland-Jones, J., Rosario, H.H., Wilson, P., & McGuire, T.R. (2005). An environmental approach to positive emotion: Flowers. *Evolutionary Psychology*, 3(1).
- Huss, E., Yosef, K.B., & Zaccai, M. (2017). The Meaning of Flowers: A Cultural and Perceptual Exploration of Ornamental Flowers. *The Open Psychology Journal*, 10, 140-153.
- Kubo, K. (2013). *Keiko's Ikebana: A Contemporary Approach to the Traditional Japanese Art of Flower Arranging*. North Clarendon: Tuttle Publishing.
- Lyon-Whaley, S. (Ed.). (2024). *Floral culture at Tudor and Stuart courts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Market Reports World. (2022). Floriculture Market 2022 Size, Share, Growth | Trends, Recent Developments, Company Profiles, Key Suppliers, Production Capacity, Revenue & Gross Margin, Market Drivers, Opportunities, Challenges and Forecast 2028. Retrieved from <https://www.globenewswire.com/news-release/2022/04/04/2415627/0/en/Floriculture-Market-2022-Size-Share-Growth-Trends-Recent-Developments-Company-Profiles-Key-Suppliers-Production-Capacity-Revenue-Gross-Margin-Market-Drivers-Opportunities-Challenge.html>
- Mathews, M. O., Thomas, E., & Yeung, A. (2009). Rebuttal paper to ‘Sunflower Therapy for children with specific learning difficulties (dyslexia): Arandomised, controlled trial.’ *Complementary Therapies in Clinical Practice*, 15(1), 44–46.
- Orlean, S. (1998). *The Orchid Thief*. New York: Random House.
- Palliser, C. B. (2024). *Lilies in Bloom: An Investigation into the Iconography of Lilies in Aegean Wall Paintings*. Thesis. John Cabot University.



- Sindhu, P. & Rathi, V. P. (2021). The Flowers and its Impacts in Indian Culture, History and Literature. *Journal of Natural Remedies*, 21(2), 57-60.
- Sommer, J. D. (1999). The Shanidar IV 'Flower Burial': a Re-evaluation of Neanderthal Burial Ritual. *Cambridge Archaeological Journal*, 9, 127-129.
- van der Ploeg, R. (2022). World Floriculture Map shows global trends in production and trade. Retrieved from <https://aiph.org/floraculture/news/world-floriculture-map-shows-global-trends-in-production-and-trade/>
- yagyu, T. (1993). Neurophysiological findings of two different kinds of fragrance: Lavender and jasmine. *Electroencephalography and Clinical Neurophysiology*, 87(2), S117-S118.
- Zhang, L., Dempsey, N. & Cameron, R. (2023). Flowers – Sunshine for the soul! How does floral colour influence preference, feelings of relaxation and positive up-lift? *Urban Forestry & Urban Greening*, 79, 127795.
- Ziegler, C. (2007). *Favored Flowers: Culture and Economy in a Global System*. London: Duke University Press.