

Boldogabbak azok, akik ajándékoznak?

Lassan jön az év vége, ez pedig azt jelenti: közelednek az ünnepek. Ha a karácsonyra gondolunk, rögtön eszünkbe jut nagymamánk mézeskalácsa, a fenyőillat, a diós bejgli, az adventi koszorú és az ünnepi vacsora. De ezzel egyidőben akarva-akaratlanul is aggódni kezdünk, vajon megtaláljuk-e minden szerettünknek a tökéletes ajándékot? Miért tölt be kiemelt szerepet az ajándékozás karácsonykor? Mik állhatnak a háttérben? Milyen pszichológiai tényezők játszanak szerepet?

A karácsony a nyugati világ legismertebb ünnepe és a fogyasztói társadalom leginkább kiemelt időszaka. A vásárlási ráták az év utolsó hónapjában az egekbe szöknek, hiszen nemcsak az ünnepi ebédre és vacsorára, de az ajándékok beszerzésére is ekkor kerül sor. Az előrejelzések alapján ez idén sem lesz másképp. A Cofidis Magyarország legfrissebb Hitel Monitor kutatása szerint – hasonlóan az elmúlt évekhez – a magyar társadalom többsége, körülbelül 78 százaléka tervezi, hogy megajándékozza szeretteit karácsonykor. Vizsgáljuk meg, mit is jelent ez pontosan!

Miért ajándékozunk karácsonykor?

Társadalmunk az évszázadok során folytonos változásokon ment keresztül, melyek ünnepeinkben és szokásainkban mutatkoznak meg leginkább. A régen főleg vallásos tartalommal bíró karácsonyt manapság leginkább az ajándékozással kötjük össze. Miért alakulhatott ez így? Egyrésztől napjainkban a hit és az egyház szerepe egyre inkább háttérbe szorul. Ugyanakkor a megnövekedett termelés és a könnyű szállítmányozás miatt egyre inkább a fogyasztás és a materializálódás irányába mozdult el a világ. Egyes hétköznapi tárgyak és a mindennapi eszközök különböző fajtái már eredeti rendeltetésüket meghaladva presztízzsel is bírnak az emberek szemében. Gondoljunk csak egy ügyvéd vagy üzletember megjelenésére: sokat ad az első benyomásunkhoz, ha drága autóval, szép karórával a kezén, jó minőségű öltönyben érkezik a megbeszélésre, bőr táskájában pedig a legújabb laptop lapul. Két márka között sokszor nem is igazán a minőségben, hanem pusztán a márkanevben van eltérés: míg az egyik funkcionális haszonnal bír, a másik emellett megjelenésünkre, hírnevünkre vagy pozíciónkra is befolyással lehet. Ha ez utóbbit magunknak vásároljuk, akkor egy általunk kívánatosnak vélt képet szeretnénk közvetíteni és megerősíteni a külvilág felé. Ugyanakkor annak is üzenete van, ha ajándékba adjuk őket! Egy márkás karóra, egy drága parfüm vagy egy neves elektronikai termék ajándékozása törődést sugall. Habár kézenfekvő volna azt állítani, hogy az ajándék ára és szeretetünk mértéke között egyenes összefüggés van, az emberek többsége (84%) igyekszik odafigyelni arra, hogy ne vásárolja túl magát és az ajándék minősége, mennyisége és értéke ne legyen túlzó (83%).

Mit adunk karácsonykor?

Az érték mellett nagyon fontos tényező a személyesség is. Szeretetünket ugyanis azzal is kimutathatjuk, hogy időt szánunk a kézzel készített ajándékok elkészítésére vagy arra, hogy utánajárunk a leginkább személyre szóló meglepetésnek. A Cofidis Magyarország legfrissebb Hitel Monitor kutatása is bizonyítja, hogy habár pénzt adni praktikus és könnyű, mégsem szeretjük ezt az egyszerű megoldást választani. A lakosság 18 százaléka ugyanis kizárólag a saját készítésű ajándékokra esküszik. Ennek pedig több oka is van. Pénzt adni szeretteinknek olyan, mintha nem tisztelnék meg őket a meglepetés örömeivel. Milyen egyszerű lenne karácsonykor írni egy csekket vagy átnyújtani egy borítékot! Ehhez nem kell ismernünk a másik vágyait, álmait, de még az ízlését sem. A karácsony tehát remek alkalom, hogy megtudjuk, családunk, barátaink vagy párunk mennyire figyelt ránk az elmúlt évben!

És hogy ténylegesen mi kerül a fa alá? Úgy tűnik, a klasszikus könyv (37%), szépségápolási termék (46%) és ruházati cikk (49%) mellett egyre inkább teret kap a közös élmény, mint meglepetés, hiszen a lakosság 65 százaléka ad valamilyen élményt ajándékba karácsonykor.

Jótekonyság karácsonykor

Habár az év legnagyobb részében a lakosság több mint fele (57%) egyáltalán nem szokott adakozni, karácsonykor sokakból előbújik a jótekonyság szelleme. Az emberek nagy része kötött anyagi lehetőségei révén nem engedheti meg magának, hogy jótekonycodjon, ilyenkor mégis hajlanak arra, hogy segítők szándékkal a zsebükbe nyúljanak. A Cofidis Hitel Monitor felméréseinek adatai alapján karácsony alkalmával minden ötödik ember többet adakozik, mint általában szokott az év során. Ennek hátterében az ünnep hangulata és az általa közvetített értékek állhatnak. Nem véletlen, hogy a karácsonyt más néven a szeretet ünnepének hívjuk. Ezekben a napokban összegyűlik a család, és minden figyelmességgel, meglepetéssel és ajándékkal az összetartozást igyekszünk kifejezni. Ezért is lehet, hogy ebben az időszakban jobban eszünkbe jutnak azok, akik rászorulnak a segítségre, akiknek nincsen családjuk és nehezebb körülmények közt élnek.

A Cofidis Magyarország Hitel Monitor felmérése alapján hajlamosabbak vagyunk egy konkrét – arccal és névvel rendelkező – személynek segíteni, mint csoportoknak vagy szervezeteknek. Minden harmadik válaszadónak aggályai vannak ugyanis, hogy az általa felajánlott összeg végül nem jut el a rászorulóhoz. Éppen ezért az adományozó lakosság legnagyobb része a környezetében élő rászorulóknak segít, nem pedig az ismertebb segélyszervezeteknek. A személyes kapcsolat által, még ha közvetett is, jobban tudunk azonosulni a rászorulókkal, így beleéljük magunkat a helyzetükbe és könnyebben át tudjuk érezni nehézségeiket.

Önzőség adni?

Az adakozásnak és az ajándékozásnak van egy szintén fontos, de ritkán említett aspektusa: az adományozóra gyakorolt hatása. Nem hiába a közmondás: kapni jó, de adni még jobb! Egy 30 000 amerikai háztartást magába foglaló kutatás adatai szerint azok, akik jótekonycodnak, jelentősen elégedettebbek életükkel és boldogabbak, mint nem adakozó társaik. Habár a kutatás arra nem tér ki, hogy inkább a boldog emberek adományoznak, vagy éppen fordítva, az adományozók boldogabbak, a személyes beszámolók és a pszichológiai vizsgálatok eredményei az utóbbira engednek következtetni. A 2010-es „Do good, live well” kérdőív 4500 megkérdezettjeinek válaszaiból tisztán látszik: a jótekonycodás nemcsak másnak, de nekünk is hasznos. A kutatásban résztvevő amerikai felnőttek 41 százaléka évi átlag 100 órát önkénteskedett. Közülük 68 százalék a karitatív tevékenység által fizikailag egészségesebbnek érezte magát, 89 százalékuk szerint hozzájárult a jóllétükhöz és boldogságukhoz, 73 százalékuknál pedig csökkentette a szubjektív stressz szintjét.

Egy 2013-as kutatás szerint pedig az adakozók sokkal boldogabbnak érezték magukat, ha a jótekonyságra szánt összeget rokon, barát vagy egyéb szociális kapcsolat révén adhatták oda egy rászorulóknak, mint azok, akik számukra teljesen ismeretleneket segítettek (Aknin és mtsai, 2013).

Azzal, hogy adakozunk, önmagunkat jobb embernek, érettebb személyiségnek érezzük, így könnyebben tudjuk elfogadni azon tulajdonságainkat, melyekkel nem vagyunk kibékülve. Szeretjük ugyanis magunkat jónak látni, olyannak, akit a helyes cselekedetek vezérelnek. Előfordulhat tehát, hogy az ajándékozással azon túl, hogy örömet okozunk szeretteinknek, magunkat is boldoggá akarjuk tenni? Akárhogy is legyen, ebben az esetben senki nem jár rosszul!