

CSALA ALEXANDRA EMMA

AZ AJÁNDÉKOZÁS PSZICHOLÓGIÁJA

Ahogy más ágazatokban, a marketingben is fontos részt játszik a pszichológia. De az ajándékozás nem csak ezt az ágazatot érinti, mert ajándékozni nem csak tárgyakkal lehet. Fontos ismernünk a személyt, annak szenvedélyeit, vágyait, beállítottságát, világnézetét, személyiségét és még sok más tényezőt, mely rendkívül fontos szerepet játszik abban, hogy mit is ajándékozzunk. Az ajándékot félvállról venni néha akár veszélyes is, mivel az ajándéknak üzenete van. Visszatükrözi a szándékunkat és azt, hogy mennyire gondosan figyelünk oda a másikra. Írásom első részében az ajándékozás személyiségre szabott lehetőségét tárom fel, a másik felében pedig az ajándékozás fontos szabályaira deríték fényt.

A személyiségtípusokat többfajta módon csoportosíthatjuk. A legrégebb és egyben a leghíresebb típus-tani próbálkozások sorába a *vérmérsékleti tipológia* tartozik, amely kiállta eddig az idő próbáját, és ma is használatos. A vérmérséklet köztudottan az ember általános jellemzésére hagyományosan használt ókori görög pszichológiai fogalom, melynek jelentősége éppen abból fakad, hogy erőteljesen rányomja bélyegét a személyiségre, illetve annak egész működésére a sajátságos élethelyzetekben. A temperamentum-közpon-tú személyiségtipológia kialakulása Hippokratész, ókori görög orvos nevéhez köthető. Ennek a filozófiáját azonban Galenosz, görög orvos és filozófus véglegesítette, aki 600 évvel Hippokratész után élt. Ő volt az, aki négy fő csoportra osztotta a személyiségtípusokat: melankolikus, kolerikus, szangvinikus és flegmatikus típusra.

Az új tanulmányok alapján és ezen besorolás segítségével a következő ötletek vélhetőek megfelelőek ajándékozás során:

1. A melankolikus típus kicsit lehangolt, befelé forduló, feladatközpontú, igényli a rendet és a tervezhetőséget. Szeret egyedül lenni a saját kis világában, ezért neki minden könyv megfelelő, ami az érdeklődési körében fellelhető. Ezenkívül a játékkonzolok vagy az egészségmegőrzéssel foglalkozó biotermékek is érdekesek a számára, mert aggodó típus is, és ezzel némileg megnyugszik.

2. A kolerikus típus ingerlékenyebb fajta, kifelé forduló és feladatközpontú, határozott, magabiztos, szeret versengeni, ezért testre szabott lehet számára az összes sportszer, fitneszbérlet, sportruházat, sportcipők. Neki való a klasszikus hármas: az óra, ékszer, parfüm, mivel ő az, aki tényleg értékeli, ha ilyesmit kap. Illetve minden olyan ajándékot szívesen fogad, aminek a presztízsértéke kiemelkedő. Lehetnek ezek akár nagyon látványos dizájn-darabok, például bármilyen íróeszköz.

3. A szangvinikus típus derűlátó, kifelé forduló, társaságcentrikus, emberközpontú, élmény alapú ember, akinek éppen ezért megfelelőek az élmény alapú ajándékok is: legyen az kirándulás vagy új hobbi megismerése.

4. A flegmatikus szintén befelé forduló, de emberközpontú, tehát nagyon jól érzi magát akár a saját otthonában. Ha valakire, akkor óráig igaz, hogy az otthonom a váram vagy a házam. Tehát minden lakberendezési cikk vagy az otthon kényelmére szolgáló szép párna, dekoráció, virág vagy hasonló tárgyak értékelendők számára. Ezenkívül bármi, ami a családdal

kapcsolatos, szóba jövő ajándék, mivel a családba tartozás érzése fontos neki.

A megfelelő módon történő ajándékozás érdekében fontos néhány szabályt betartanunk:

1. Bármennyire is egyszerű, ne ajándékozzunk pénzt, mert személytelen és sokszor bántó is lehet a másik fél számára. Ahogy már említettük, nem mindegy, hogy az ajándéknak milyen üzenete van.

2. Nem a pénzbeli érték a fontos. Sokszor egy kézzel megírt vers vagy egy családi recept papírra vetett formája boldogabbá teheti barátunkat. Éppen a 21. századi versengés, ami személytelenné teszi az ajándékozás formáját.

3. Amikor igazán odafigyelsz a másikra, mikor elszólja magát, esetleg meglát valamit és te megjegyzed – ez a gondoskodás része az ajándékozásnak. Újfont kiemelhetjük, hogy nem az összeg a fontos, hanem a törődés.

4. Ha úgy érzed, egyszerű az ajándékod, akkor helyezz mellé egy személyes üzenetet. Mesélj el egy kedves rövid történetet, amit a barátoddal együtt megéltél, vagy csak köszönd meg neki az együtt töltött időt, ez személyesebbé teszi az ajándékot.

5. Ajándékozz olyat, amit együtt élhettek meg: egy koncert, egy kiállítás, egy kirándulás élménye bizonyára felejthetetlen marad mindkettőtök számára.

Az ajándékozásnál a pozitív pszichológia egy fontos aspektust fogalmazott meg: a másik megajándékozására való pénzköltés magasabb boldogságfaktor, mintha ugyanezt az összeget önmagunkra költenénk.

FELHASZNÁLT IRODALOM:

- Allport, G. W. (1997): *A személyiség alakulása*. Budapest, Kairosz.
- Gino, F., and Flynn, F. (2011). *Give them what they want: The benefits of explicitness in gift exchange*. In: *Journal of Experimental Social Psychology*, 47 (5), 915–922.
- Lopez, S.J., Snyder, C.R. (Eds.) 2006. *Positive Psychological Assessment: A Handbook of Models and Measures*. Washington D.C.: American Psychological Association.

<https://www.psychologytoday.com/us/blog/hidden-and-see/201711/the-psychology-gift-giving>

