



Dlaczego mózg lubi prezenty?

tekst: DARIUSZ ZATOŃSKI

Obdarowywanie ma wielką siłę i wpływa pozytywnie nie tylko na osobę, którą obdarowujemy. Uskrzydla również nas samych i nastawia optymistycznie. Uświadamia nam, że mamy moc i zasoby potrzebne do uszczęśliwiania ludzi. Bo żeby coś ofiarować, trzeba najpierw to coś mieć.

Dla większości z nas grudzień to pora świąt i magiczny okres nie tylko ze względu na przeżycia duchowe, ale też z powodu spotkań z rodziną i dawania sobie prezentów. To czas, w którym pokazujemy najbliższym i tym trochę mniej bliskim, że o nich myślimy. Dawanie prezentów to jeden ze sposobów na podziękowanie za to, że są z nami.

Przy wyborze prezentu warto spróbować wczuć się w drugiego człowieka. W przeciwnym wypadku trafimy z podarunkiem jak w dowcipie, kiedy filozof zagaduje do Iksińskiego: „Wiesz, nie istnieją dwie osoby myślące tak samo!”. Na co dostaje odpowiedź: „Radykalnie zmienisz zdanie, gdy Ci pokażę prezenty, jakie dostałem!”.

Historia dawania prezentów

Wręczanie sobie prezentów jest zwyczajem starym jak świat i towarzyszy człowiekowi niemal od początku istnienia na ziemi. Już kultura plemienna była oparta na wymianie dóbr. Współplemieńcy obdarowywali się na wiele sposobów. Prezentem mógł być wisiorek z zęba groźnego zwierzęcia lub kamień o niebywałym kolorze. Czasem najlepszym podarunkiem było zaproszenie, aby usiąść i ogrzać się przy ognisku.

W późniejszych czasach tradycja dawania upominków została powiązana z określonymi etapami życia, np. narodzinami dziecka lub ślubem. Współcześnie mamy

wiele okazji do obdarowywania się i sprawiania sobie miłych niespodzianek.

Mózg lubi dawać

Czasem obdarowanie kogoś jest ważniejsze niż otrzymanie od niego daru. Psycholodzy behawioralni nazywają to efektem błęgiego ciepła – „warm-glow”. Nie da się ukryć, że gdy bezinteresownie zrobimy coś dla innych, czujemy ciepło w sercu.

Akty dawania nie pozostają obojętne również dla naszego mózgu, o czym świadczą badania Philippe’a Toblera i Ernsta Fehra, pracujących na wydziale ekonomii uniwersytetu w Zurychu. Okaza-



DF-A1

Otocz się czystym powietrzem i stwórz relaksującą atmosferę w tym magicznym czasie.

O Twój komfort zadbają inteligentne oczyszczacze powietrza i efektywne aromatyzery z szerokiej gamy produktów Sharp.

dowiedz się więcej
na sharpconsumer.pl

SHARP
Be Original.

Każdy z nas lubi dostawać prezenty. Świadczą one o zainteresowaniu darczyńców, o tym, że jesteśmy dla nich ważni.

ło się, że obdarowując innych, uruchamiamy specyficzną komunikację różnych obszarów mózgu, która wzmacnia produkcję neuroprzekazników odpowiedzialnych za odczuwanie szczęścia. W swoim eksperymencie Tobler i Fehr wręczyli wszystkim uczestnikom określoną kwotę, po czym podzielili ich na dwie grupy. Badani z grupy pierwszej mogli je zachować dla siebie, zaś w drugiej grupie mieli się nimi podzielić. Od nich jednak zależało, ile pieniędzy komuś ofiarują. Okazało się, że badani z drugiej grupy mieli zdecydowanie wyższe poczucie szczęścia niż ci z grupy pierwszej. Co ważne, poziom poczucia szczęścia nie zależał od wysokości kwoty przeznaczonej dla innych. Jaki ważny wniosek płynie z badania Toblera i Fehra? Już sam zamiar obdarowania kogoś wyzwała uczucie szczęścia.

Lubimy i dawać, i dostawać

Za pomocą prezentów chcemy przekazać, iż na kimś nam zależy. Co więcej, obdarowywanie ma wielką siłę i wpływa pozytywnie nie tylko na osobę, którą obdarowujemy. Uskrzydla to również nas samych i nastawia optymistycznie. Gdy damy prezent, czujemy przyływ szczęścia. Wokół serca pojawia się owo niepowtarzalne ciepło, z którym jest nam naprawdę dobrze. Dawanie

uświadamia nam, że mamy moc i zasoby potrzebne do uszczęśliwiania ludzi. Bo żeby coś ofiarować, trzeba najpierw to mieć. Kiedy komuś pomagamy, poświęcamy swój czas, ale też czujemy się w czymś kompetentni. Kiedy dajemy pieniądze, uzmysławiamy sobie, że mamy ich na tyle dużo, aby się nimi podzielić.

Obdarowywanie innych pomaga zorientować się we własnych zasobach – zarówno materialnych, jak i w zakresie cech, kompetencji i umiejętności. Tym samym podbudowujemy poczucie własnej wartości. Myśląc o tym, co posiadamy, odczuwamy wdzięczność wobec losu. Zdajemy sobie sprawę, że pod wieloma względami poszczęściło się nam w życiu.

Według amerykańskiej antropolog Elizabeth Dunn wydawanie pieniędzy na innych promuje szczęście. Jej zdaniem to, jak ludzie decydują się wydawać swoje pieniądze, jest tak samo ważne, jak to, ile zarabiają.

Istnieje kilka powodów, dla których obdarowywanie innych wpływa pozytywnie na nasze samopoczucie. Badania mózgu metodą rezonansu magnetycznego wykazują, że kiedy wydajemy pieniądze na innych, w mózgu aktywują się miejsca związane z otrzymaniem nagród.

Dawanie pozwala budować pozytywny wizerunek własnej osoby. Zarazem wpływa bardzo dobrze na jakość relacji, a to przekłada się na budowanie poczucia szczęścia.

Czasem dajemy prezenty osobom, które odniosły jakiś sukces albo przyczyniły się do jakiegoś wspólnego sukcesu. Może być to prezent dla szefa, kierownika zespołu, osoby wybranej na pracownika miesiąca albo nauczyciela, dzięki któremu uczniowie osiągnęli wysokie wyniki w nauce. Prezent dla osoby, która odniosła sukces, jest wyrazem szacunku dla niej, a także wdzięczności za jej trud i starania. Często chcemy też okazać, że czujemy dumę z jej powodzenia.

Pozytywna informacja

Nie można zaprzeczyć, że każdy z nas lubi również dostawać prezenty. Świadczą one o zainteresowaniu darczyńców, o tym, że jesteśmy dla nich ważni. Sami czujemy się uszczęśliwieni, sprawia nam to radość. Uśmiechamy się i towarzyszy nam cały wachlarz pozytywnych emocji. Przykładowo, prezenty dawane kobietom przez mężczyzn są wyrazem zabiegania o względy lub dowodem uczuć. Upominki od osób najbliższych sprawiają, że czujemy się dla nich ważni i przez nich kochani. ●

DARIUSZ ZATOŃSKI

Certyfikowany coach ICC, konsultant Extended DISC. Mediator. Trener rozwoju w obszarze psychologii pozytywnej. Autor bloga o optymizmie: blogooptymisty.pl