

AZ AJÁNDÉKOZÁS INTERKULTURÁLIS VONATKOZÁSAI

INTERCULTURAL ASPECTS OF GIFT GIVING

SIMIGNÉ FENYŐ SAROLTA¹

Jelen tanulmány az ajándékozást kulturális szignálként és üzenetközvetítő tevékenységként értelmezi. Megkísérel párhuzamot kimutatni a verbális kommunikáció és az ajándékozás mint interakció és mint kultúrába ágyazott tevékenység között. Az elméleti keret bemutatja a kommunikáció és az ajándékozás sikeréhez nélkülözhetetlen tényezőket, továbbá a verbális kommunikáció és az ajándékozás közötti párhuzamokat. A dolgozat gyakorlati része kitér arra, hogy milyen virágokat, illetve tárgyakat nem illik ajándékozni a világ különböző országaiban. Ezt követően Ausztria, Franciaország, Finnország, Lengyelország, Nagy-Britannia, Oroszország és Törökország ajándékozási szokásait részletezi, majd egy, a témakörhöz kapcsolódó kérdőíves felmérés eredményeit ismerteti. Kiemeli, hogy interkulturális találkozások során a megfelelő ajándék kiválasztása és átadása különösen nagy körültekintést igényel.

Kulcsszavak: interkulturális kommunikáció, verbális kommunikáció, ajándékozás, interakció, üzenetközvetítés

The present study interprets gift giving as a cultural signal, and as an interaction with the aim of conveying a message. The author assumes that there is a parallel between verbal communication and gift giving, which can be considered as an interaction and a culturally embedded activity. The theoretical framework of the study presents the factors necessary for successful communication as well as appropriate gift giving. At the same time, it draws parallels between verbal communication and gift-giving. The empirical part specifies suitable gifts and unsuitable ones, which might cause harm and insult in different countries of the world. Then the study goes into details of gift giving customs in Austria, France, Finland, Poland, Great Britain, Russia and Turkey, and presents the results of a survey. As a conclusion, it points out that choosing a suitable present is especially difficult in intercultural settings. Therefore, it requires great circumspection.

Keywords: intercultural communication, verbal communication, gift giving, interaction, conveying a message

BEVEZETÉS

Az ajándékozással mint kulturális szignállal, mint interakcióval és üzenetközvetítő tevékenységgel már két korábbi tanulmányban is foglalkoztunk. Az egyik 2015-ben jelent meg a *Világ és nyelv szenvedéllyel* című, Gecső Tamás 60. születésnapjára összeállított köszöntő kötetben, a Tinta Kiadó gondozásában (SIMIGNÉ 2015/a: 99–105). A másik tanulmányt, amely az ajándékozást a kulturális identitás kifejezése egyik eszközének tartja, 2015 májusában fogadta el publikálásra a beszercebányai Bél Mátyás Egyetem Bölcsészettudományi

¹ SIMIGNÉ FENYŐ Sarolta
habilitált egyetemi docens, alapító főszerkesztő
Nyíregyházi Egyetem
Nyelv- és Irodalomtudományi Intézet
Angol Nyelv és Kultúra Tanszék
4400 Nyíregyháza, Sóstói út 31/B.

Karának Hungarisztika Tanszéke (SIMIGNÉ 2015/b). Mindkét dolgozat a kommunikációelmélet, illetve az interkulturális kommunikáció tárgykörébe tartozó releváns szakirodalomra támaszkodva szándékozott bemutatni ezt az ősrégi szokást és tevékenységet, amelynek a különböző kultúrák képviselői különböző jelentéseket tulajdonítanak. Tudnunk kell, hogy az a tárgy, amely az egyik kultúrában tetszést vált ki, mások számára sértő lehet. Interkulturális kontextusban nemcsak a megfelelő ajándék kiválasztására kell különösen odafigyelni, hanem annak csomagolására, átadására és átvételére is, különben könnyen félreértés áldozataivá válunk. Jelen tanulmány egyik célja, hogy ismertesse azt a feltételezést, amely értelmében a verbális kommunikáció és az ajándékozás mint interakció között párhuzamok mutathatók ki. Másik célja, hogy az interneten elérhető ismeretanyag és kérdőíves felmérés alapján főleg olyan országok ajándékozási szokásaival ismertessen meg, amelyek a korábbi írásokban nem szerepeltek.

1. A VERBÁLIS KOMMUNIKÁCIÓ ÉS AZ AJÁNDÉKOZÁS KÖZÖTTI KAPCSOLAT

Dell Hymes amerikai antropológus és alkalmazott nyelvész 1974-ben megjelent, a beszélés néprajzával foglalkozó könyvében azokat a tényezőket foglalta össze, amelyek a sikeres kommunikációhoz nélkülözhetetlenek. Ezeket a tényezőket a SPEAKING emlékeztető betűszóba sűrítette, amelyen belül minden betű a kommunikáció egy-egy összetevőjét jelöli. Hymes kiemelte: ahhoz, hogy a kommunikációs aktus elérje a kitűzött célt, a beszélőknek az alábbi tényezők ismeretére van szükségük: az interakció helyszíne (S – Setting and Scene), a résztvevők (P – Participants), a megvalósítandó célok (E – Ends), az események sorrendje (A – Act Sequence), az üzenet megfejtésének kulcsa (K – Key), eszközhasználat (I – Instrumentalities), interakciós és interpretációs normák (N – Norms of Interaction and Interpretation) és a társalgás műfaja (G – Genre) (HYMES 1974). Úgy véljük, a SPEAKING betűszó által megjelenített tényezők jelenléte és ismerete nemcsak a sikeres verbális kommunikációhoz szükséges, hanem az ajándékozás mint interakció lebonyolításához és sikeréhez is. Az ajándékozás szempontjából is fontos a kommunikációs színtér (S), fontos az, hogy kik a résztvevők (P) és milyen célból (E) adják az ajándékot. Nem elhanyagolható az események sorrendje (A) és az üzenet kulcsa (K), továbbá az eszközhasználat (I) sem. Ajándékozáskor is érvényesülnek bizonyos interpretációs normák (N) és meghatározott körülmények között megvalósuló „műfajok” (G) is (SIMIGNÉ 2015/a: 100–101).

De megközelíthetjük a verbális kommunikáció és az ajándékozás kapcsolatát a kommunikációs folyamat felől is. A kommunikációs folyamatban részt vevő adónak és a befogadónak vagy vevőnek az ajándékozó és a megajándékozott, a továbbított üzenetnek pedig az ajándék felel meg. A kommunikációs ciklus lezárásához szükség van visszacsatolásra, amely ajándékozáskor az ajándék megtekintésekor és megköszönésekor valósul meg. A verbális kommunikáció során felmerülnek bizonyos tabutémák. Ezekről nem illik vagy nem szabad beszélni. Ugyanakkor minden kultúrában léteznek bizonyos „tabu” ajándékok (pl. kés, olló, tű), amelyekhez negatív konnotációk társulnak, ezért ilyen tárgyakat nem tanácsos ajándékozni. Nem vet jó fényt a kommunikátorra, ha a hallott, esetleg bizalmas információt másoknak (eltorzítva) továbbadja. Az effajta információtovábbításnak az ajándékozási interakcióban az ajándék továbbadása felel meg, amelynek megítélése szintén a kultúra függvénye. Mint ahogy az interkulturális kommunikációban, ugyanúgy a különböző kultúrák találkozásakor lezajló ajándékozási interakció során is felmerülhetnek problémák, félreértések, amelyeket a résztvevők interkulturális kudarcként élhetnek meg. Hogy ezeket a kudarcokat elkerüljük, törekednünk kell arra, hogy minél jobban megismerjük a partnerkul-

túra hagyományait és szokásait, az emberek gondolkodásmódját. A továbbiakban a tanulmány ezekhez kíván néhány hasznos adalékkal szolgálni.

2. MIKOR ÉS HOGYAN ADJUK ÁT AZ AJÁNDÉKOT? MIT NE AJÁNDÉKOZZUNK?

Az ajándékozással kapcsolatban megkülönböztetünk virágot és tárgyi ajándékot. Sokan úgy vélik, hogy a virággal mindig kedvességet és figyelmességet fejezünk ki, és ha valakinek virágot adunk, akkor nagyot nem tévedhetünk. Sajnos, ez nem minden esetben igaz. Mivel a különböző nyelv- és kulturális közösségek egy és ugyanazon virágnak különböző jelentéseket tulajdonítanak, már a megfelelő csokor kiválasztása is felelősségteljes feladat. Nem illik például vendégségbe fehér liliomot vinni Angliában, krizantémféléket Belgiumban (és Magyarországon sem), mandulavirágot Indiában, rózsát és krizantémet Franciaországban és Lengyelországban, fehér színű virágot Japánban, kálát és liliomot Németországban, krizantémet és dália-t Spanyolországban stb. A felsorolt virágok az említett országokban vagy temetési kellékek, vagy az elmúlásra emlékeztetnek. Hollandiában bármilyen virággal kedveskedhetünk, a fontos az, hogy átadás előtt vegyük le a csokorról a csomagolópapírt (MORRISON–CONAWAY–BORDEN 1994; SIMIGNÉ 2015/a). A virág szára köré hajtogatott krepp vagy más díszes papír viszont megengedett. Általában elvárás, hogy a csokrok 11-ig páratlan számú virágot tartsanak. Páros számú virágból álló csokrot temetésre szoktak vinni. Több országban tartják azt, hogy a 13 százból álló csokor balszerencsét hoz. Tudnunk kell, hogy a legtöbb országban a cserepes virág tárgyi ajándéknak minősül, tehát nem a virág szerepét tölti be (GÖRÖG 2006).

A tárgyi ajándékkal kapcsolatban arra fontos odafigyelni, hogy az ne sértse a megajándékozott személyiségét, vallási és ideológiai meggyőződését. Először is azt kell tisztáznunk, hogy a partnerkultúrában milyen tabuk léteznek, és hogy az egyes tárgyakhoz milyen konnotációk, esetleg milyen negatív asszociációk társulnak. A már említett virágokon kívül nem illik ajándékba adni az alábbi tárgyakat: Argentínában, Brazíliában és Magyarországon pl. kést, mert ezzel elvágjuk a barátságot; ne adjunk Indiában mohamedán vendéglátónknak játék kutyát vagy marhabőröből készült ajándéktárgyat, Kínában ne ajándékozzunk szalmapapucsot és szandált, törülközőt, zsebkendőt, órát, darut és gólyát. Hollandiában a vendégségbe vitt bort sértésnek veszik, mert úgy értelmezik, hogy nem tartjuk elég jónak a házigazda választását, azt az italt, amellyel a házigazda akarja megkínálni a vendégeket. Fontos az ajándékba adott tárgy és a csomagolópapír színének kiválasztása is. Brazíliába ne vigyünk piros és fekete színű tárgyat, Kínába olyan tárgyat, amelyiknek meghatározó színe a fehér, a fekete és a kék. Kínaiak számára tanácsos az ajándékot piros, rózsaszín vagy sárga, míg indiaiak számára zöld, piros vagy sárga papírba csomagolni, mert úgy vélik, ezek a színek szerencsét hoznak. Csomagolásra a japánok szívesen használnak piros vagy rózsaszín alapon virágmintás papírt. Ugyanakkor vannak országok, ahol a csomagolópapír színe egyáltalán nem számít (SIMIGNÉ 2015/b). Míg barátoknak, családtagoknak bármit ajándékozhatunk, amivel a megajándékozottnak örömet szerzünk, hölgyeknek – hivatalos ajándékként – tilos bármi olyan tárgyat adni, amely a testtel érintkezhet, pl. ruhaneműt, parfümöt, arckrémeket vagy egyéb kozmetikai cikkeket. Jogosan merül tehát fel a kérdés: vajon mi számít jó ajándéknak? A protokoll tárgykörébe tartozó szakirodalom erre vonatkozóan népművészeti vagy porcelán tárgyakat, könyveket, Magyarországot bemutató albumokat, reprodukciókat, az MNB által kibocsátott érméket, márkás borokat, jó minőségű pálinkát és téliszalámit nevez meg. Természetesen mindezt „megfelelően csomagolva”, vagyis italt pohárral együtt díszdobozban, téliszalámit fadobozban, édességet szintén díszdobozban (GÖRÖG 2006).

A világ különböző országaiban magával az ajándékozás tényével kapcsolatban is eltérő álláspontok léteznek. A protokoll szerint mindig a vendég az, aki ajándékot visz, a házigazda legfeljebb viszonyozhatja azt. Az Európai Unió országaiban azonban az is előfordulhat, hogy amikor a vendég egy hivatalos találkozóra vagy megbeszélésre ajándékkal érkezik, a házigazda meglepődik, kellemetlenül érzi magát, nem tudja mire vélni a dolgot. Ha állófogadásra kapunk meghívást, nem kell sem virágot, sem ajándékot vinni vagy küldeni. Ha ültetési alkalomra, vacsorára szól a meghívónk, inkább szokás a virágot a megbeszélte időpontnál korábban elküldeni, mint vinni. Érkezésünkkor a háziasszony ugyanis a vendégek fogadásával, az ételek és az italok felszolgálásával van elfoglalva. Hivatalos alkalmakor ajándékot nem illik tárgyalások előtt vagy étkezések alatt átadni. Míg a magánajándékot mindig illik megnézni az ajándékozó jelenlétében, és akkor is örülni kell neki, ha nem tetszik az ajándéktárgy, a hivatalos ajándékot nem illik kibontani. Ne adjunk át ajándékot elutazáskor a reptéren sem, hiszen ilyenkor a vendég nem tudja, mit kezdjen vele, hová tegye (GÖRÖG 2006). A továbbiakban olyan országok ajándékozási szokásait mutatjuk be, amelyeket az említett két korábbi tanulmányban (SIMIGNÉ 2015/a; 2015/b) nem részleteztünk.

3. Különböző országok ajándékozási szokásai

3.1. Ausztria

Ausztriában ritka eseménynek számít, hogy valaki „kívülállót” hív meg az otthonába. Ha mégis előfordul, ajándékkal tanácsos érkezni, és a házigazdán kívül illik annak házastársát és gyermekeit is megajándékozni. Megfelelő ajándéknak számít, ha a házigazdának valamilyen borkülönlegességgel, márkás pezsgővel vagy brandyvel kedveskedünk, a ház asszonyának pedig jó minőségű bonbonnal vagy virággal. Az utóbbi kiválasztásánál ügyelni kell arra, hogy se krizantém, se fehér liliom, se vörös rózsza ne legyen. A gyerekek életkoruknak megfelelő ajándékot kapjanak, pl. édességet, valamilyen elektronikus jellegű cikket vagy bármit, ami „külföldi”, és ezért különlegesnek számít. Az üzleti életben kevésbé jellemző az ajándékozás. Ha azonban az osztrák partner valamivel mégis megajándékozta vendégét, azt azonnal viszonyozni illik. Ezért tanácsos valami apró ajándékot magunknál tartani. Az osztrákok az ajándékot azonnal megnézik, és a megajándékozottnak ugyanezt kell tennie. Fontos, hogy szerény ajándékot adjunk, pl. hazánkról, városunkról szóló könyvet vagy valamilyen, helyben gyártott terméket vagy műalkotást. Az üzleti életben – talán a keleti kultúra hatásaként – helyénvaló az ajándékozás ünnepek alkalmával vagy egy-egy sikeres projekt lezárását követően. Az üzleti életben történő ajándékozás során is örülnek a megajándékozott ízlésének megfelelő, jó minőségű italoknak és az olyan termékeknek, amelyek Ausztriában nem kaphatók (W1).

3.2. Franciaország

Franciaországban is ritka alkalomnak számít, hogy valaki otthonába külföldi vendéget hív. Ha mégis részesei lehetünk egy ilyen eseménynek, vigyünk virágot, jó minőségű csokoládét vagy likört, és még a vacsora megkezdése előtt adjuk át. A virágot tanácsos hamarabb elküldeni, hogy a háziasszony elrendezhesse a csokrokat, mire a vendégek megérkeznek. Vagy ha mégis visszük a virágot, csomagoljuk ki átadás előtt. A csokor mindig páratlan számú virágból álljon, de ne legyen benne 7 vagy 13 szál.

Május 1-jén a franciák gyöngyvirágot ajándékoznak. Vörös rózsát viszont kaphatnak ismerősök is. A szegfűhöz a szerencsétlenség és a rosszindulat képzele társul, a krizantém

pedig itt is temetési kellék. A tárgyi ajándékot érkezéskor adjuk át, számítsunk arra, hogy nem fogják kicsomagolni és megnézni. Bort ne ajándékozzunk, a vendéglátó saját maga szereti kiválasztani, melyik bor illik leginkább a felszolgálándó ételekhez. Kivételt képez, ha francia desszertbort, jó minőségű likört vagy hazai bort, esetleg pezsgőt viszünk. A vacsorameghívást illik másnap postán feladott, kézzel írt levélben megköszönni, esetleg virágot, illetve gyümölcskosarat küldeni.

Az üzleti életben az ajándékozás megengedett, de nem általános gyakorlat. A francia üzleti partnerek nagyra értékelik, ha inkább vacsorára hívjuk meg őket. Ha mégis ajándékot adunk, azt nagy körültekintéssel, és ne az első találkozás alkalmával tesszük. Társasági események vagy vacsorameghívás után, köszönetképpen pl. adhatunk ajándékot: édességet, süteményeket, virágot. Fontos szempont a szép csomagolás és a „jót vagy semmit”. Ha hazánkat bemutató könyvet vagy zeneszámokat tartalmazó CD-t adunk, fontos, hogy azok megfeleljenek a megajándékozott érdeklődésének. Törekedjünk a francia üzleti etikett szabályainak betartására. Soha ne adjunk a cég logóját tartalmazó ajándékot, az ajándékhoz ne mellékeljünk névkártyát. Ne küldjünk ajándékot francia kolléga lakására, kivéve, ha társas eseményre vagyunk hivatalosak. Azt viszont nagyra értékelik, ha ünnepek alkalmával üdvözlőkártyát küldünk. Üzleti partnereink örömeire szolgál, ha január folyamán megköszönjük az előző évi együttműködést és az elkövetkezendő évre további sikereket kívánunk (W2).

3.3. *Finnország*

Az év legnagyobb ünnepe Finnországban is a karácsony. Az emberek már hetekkel az ünnep előtt járják a boltokat és keresik a szeretteiknek leginkább megfelelő ajándékot, ami lehet üveg- és porcelánáru, váza, edény, de szívesen fogadják a szaunázáshoz szükséges eszközöket és kellékeket is. A jó gyerekeknek vagy személyesen viszi el a Téliapó az ajándékot, vagy a karácsonyfa alatt hagyja. Megtekintésére vagy az ünnepi vacsora előtt, vagy a vacsorát követően van lehetőség. A gyermekek megajándékozására vonatkozó másik szokás a húsvéthoz kapcsolódik. Virágvasárnap a gyerekek barkaágakkal járnak házról házra, szerencsét és jó egészséget kívánnak a ház lakóinak és szomszédoknak. Általában verset is mondanak, és ezért cserébe pénzt, cukorkát és csokit is kapnak. Az udvariasság jeléül vacsorameghívás alkalmával is illik szerény ajándékot vinni, ami jó minőségű csokoládé, bor és virág lehet. Fontos tudnivaló, hogy cserepes virágot és páros számú, illetve fehér és sárga színű virágot vinni nem ajánlott (W3). Nagyon örülnek minden Magyarországon vásárolt tárgynak, pl. könyveknek és különböző szuveníreknek. Számítsunk arra, hogy azonnal felbontják és megnézik az ajándékot. Sok európai ország hagyományaival ellentétben nemcsak a születésnapokat, hanem a névnapokat is megünneplik kávé és sütemény kíséretében. Üzleti megbeszélések és tárgyalások alkalmával nem divat az ajándékozás, azonban sikeres tárgyalás után előfordulhat. Ha úgy döntünk, hogy viszünk ajándékot, akkor szem előtt kell tartani, hogy az ne legyen túlzott mértékű, ne súrolja a megvesztegetés határait (W4; W5).

3.4. *Lengyelország*

A vendégszeretetükről híres lengyeleknek vacsorameghívás esetén szokás kisebb ajándékot vinni, pl. édességet, süteményt vagy egy üveg bort, illatos gyertyát, virágot vagy egyéb növényt, esetleg saját készítésű ajándéktárgyat. Vásárláskor figyeljünk arra, hogy az ajándék értéke ne haladja meg a 25 dollárt, egyébként zavarba hozzuk vele a megajándékozottat. Természetesen többnapos ott tartózkodás után adhatunk nagyobb ajándékot is. Ami a

virágot illeti: kerülendő a páros számú virágból álló csokor, a sárga krizantém, általában a piros és a fehér színű virág, különös tekintettel a szegfűre és a liliomra. Itt is fontos, hogy átadás előtt a csokorról vegyük le a csomagolópapírt. Az ajándékot szokás azonnal megnézni. Az első üzleti találkozó és a szerződés aláírása alkalmából szokás ajándékot adni, amely lehet valamilyen, az ajándékozó hazájából származó szuvenír a cég logója nélkül. Adhatunk kávét, parfümöt vagy cigarettát, ezek közül is hazai terméket. Jó választás lehet egy üveg márkás bor vagy likőr, de vodka nem. Olyan termékkel szerezhetünk örömet, amely Lengyelországban nem kapható (W6).

3.5. Nagy-Britannia

Nagy-Britanniában karácsonykor és születésnapok alkalmával szokás családtagokat és barátokat megajándékozni. Itt sem az ajándék pénzre váltható értéke a fontos, hanem az, hogy az a megajándékozott érdeklődésének megfelelő legyen. Vendégségbe bonbont, jó minőségű bort és virágot illik vinni, a vörös rózsza és a fehér liliom azonban kerülendő. Az ajándékot a britek azonnal megnézik, amikor megkapják.

Bár az üzleti életnek nem képezi részét az ajándékozás, ha mégis sor kerül rá, illik viszonozni. A vállalatok általában nem támogatják az ajándékozás gyakorlatát, sőt, az is előfordul, hogy jogi alapokon megakadályozzák. Ajándék felajánlása esetén meg kell győződni arról, hogy az nem olyan drága, hogy a megvesztegetés határait súrolja, ugyanakkor nem is annyira értéktelen, hogy sértőnek tekintsék. A megfelelő ajándékoknak széles skálája létezik: üdvözlőkártyák, tollak, könyvek, határidőnaplók, szeszes italok, virág, a látogató hazájából származó szuvenírek, meghívók valamilyen kulturális rendezvényre stb. Ha nagy nyilvánosság előtt történik az ajándékozás, akkor is tanácsos azt azonnal megnézni és az ajándékozó iránti hálát kifejezni. Üzleti tárgyalások sikeres lezárása ideális alkalom lehet az ajándékozásra. Ilyenkor azonban értékeesebb ajándékokkal ismerik el az alkalom jelentőségét, ezért arany, ezüst vagy porcelán tárgyakat ajándékoznak. Fontos előre tájékozódni a megajándékozandó személy ízléséről. A britek karácsonykor nem adnak üzleti ajándékot, azonban köszönetet és jó kívánságokat tartalmazó üdvözlőkártyákat szoktak küldeni üzleti partnereiknek (W7).

3.6. Oroszország

Oroszországban számos olyan hivatalos és nem hivatalos ünnep van, amelyeknek az ajándékozás is részét képezi. Az év első hivatalos ünnepe az újév, amelyet január 1. és 10. között tartanak. Ilyenkor a boltok jelentős része és a hivatalok is zárva vannak. A szilveszter az oroszok legnagyobb és legkedveltebb ünnepe, ezzel foglalkozik legtöbbet a média, és ekkor jut különös szerephez a kereskedelem is. Orosz szokás szerint a december 31-ét megelőző héten a kollégák és a szomszédok ajándékokat adnak egymásnak figyelemességük és nagyrabecsülésük jeléül. A barátok és családtagok újév napján ajándékozzák meg egymást ugyanúgy, mint ahogy mi tesszük karácsonykor. A karácsonyt a keleti ortodox hitűek nap-tára alapján január 7-én tartják, de ez az ünnep már nem jár ajándékozással. Viszont ajándékozáshoz kapcsolódik február 23-a, amely korábban a Vörös Hadsereg napja volt, napjainkban pedig a Honvédség ünnepe, amikor elsősorban a haza védőit, a katonai szolgálatot teljesítőket és a veteránokat ünneplik. Ugyanakkor minden férfit (életkorra és munkakörre való tekintet nélkül) a haza védelmezőjének tartanak, ezért ezen a napon minden férfi valamilyen elismerésben részesül. A hagyomány szerint ekkor a férfiak otthon is és a munkahelyükön, sőt, még az utcán is ajándékot kapnak. Aki ezen a napon külföldi vendégként tartózkodik Oroszországban, jó, ha visz valami apró ajándékot férfi kollégáinak. Bár márci-

us 8-án más országokban is megünneplik a nemzetközi nőnapot, talán ennek sehol nem tulajdonítanak olyan fontos szerepet, mint Oroszországban. Ajándékozás vonatkozásában a nőnap a nyugati országokban megtartott Valentin-napi szokásokhoz hasonlítható. A nők otthon és munkahelyükön is elismerésben részesülnek, főleg virágot és csokoládét kapnak férfi hozzátartozóiktól és kollégáiktól. Az Oroszországban tartózkodó külföldi vendégeknek vagy üzleti partnereknek szintén illik ilyenkor ajándékról gondoskodniuk annak jeléül, hogy elismerik ennek a napnak a fontosságát.

Az ajándék jellege jelentős mértékben függ attól, hogy a megajándékozottal milyen viszonyban vagyunk. Üzleti partnerek általában csokoládét, cukorkát, gyümölcsöt, irodai eszközöket, jó minőségű teát vagy kávé és virágot ajándékoznak. A virágot általában nőknek adják. A közeli barátok viszont ajándékozhatnak egymásnak személyes használati tárgyakat vagy ruhaneműt is. Számunkra érdekes, hogy becsomagolni csak a viszonylag drága ajándékot szokták, és a csomagoláshoz ajándékkártya is dukál.

Általános gyakorlat, hogy az oroszok külföldi üzleti partnereiket otthonukba hívják meg vacsorára. Udvariasságnak számít, ha valaki üres kézzel érkezik. Jó ajándéknak számít a bor, a jó minőségű whisky, a bonbon, a déligyümölcs és egyéb édesség. Azonban vodkát ne vigyünk ajándékba, mert azt sértőnek tartják. A család valamennyi nőtagjának illik virággal kedveskedni, de legyünk körültekintőek. Kerüljük a sárga virágot, mert az náluk a kapcsolat megszakadását jelenti. Páros számú virág se legyen a csokorban, mert azt halottaknak viszik a temetőbe. Szívesen veszik, ha a gyerekeknek is visznek a vendégek valami apró ajándékot, pl. édességet vagy játékot. Fontos tudnivaló, hogy mivel kezét fogni sem szoktunk kesztyűben, ajándékot átadni sem illik, ha kesztyű van rajtunk. Aki kesztyűt visel, az ajándék átadása előtt feltétlenül vegye le. Az is előfordulhat, hogy az ajándék ellen többször is tiltakozni fognak, mielőtt elfogadják. Udvariasságnak tartják, ha azonnal elfogadjuk az ételt és az italt, amivel megkínálnak, és ez érvényes részükről az ajándék elfogadására is. Az orosz kultúrában az ital elfogyasztása a barátság kezdetét vagy annak megszilárdítását jelenti. Ha itallal kínálnak, illik tósztot mondani a házigazda egészségére, családjára, az üzleti sikerekre, új kapcsolatokra. Bár nem tartozik kimondottan az ajándékozáshoz, érdemes megjegyezni, hogy ha valakit otthonában meglátogatunk, vegyük le a cipőnket, mert tartanak otthon vendégpapucsot. Illik minden ételt megköszölni, ha nem tesszük, azt sértés-ként értelmezik (W8).

3.7. Törökország

Mielőtt akár nyaralási, akár üzleti céllal a történelmi és kulturális hagyományokban gazdag Törökországba látogatnánk, feltétlenül ismerkedjünk meg szokásaikkal. Ha vendégségbe vagyunk hivatalosak, elvárják, hogy ajándékot vigyünk a házigazdának és feleségének annak jeléül, hogy hálásak vagyunk a meghívásért, azért, hogy ajtót nyitottak számunkra, továbbá mindazért az erőfeszítésért, amit a háziak a vacsora sikere érdekében tettek. Leggyakoribb ajándék az édesség, ezen belül az immár nálunk is jól ismert rétestészta alapú, dióval és pisztáciával töltött, cukorral vagy mézzel ízesített baklava, amelyet a törökökön kívül az arabok, a bolgárok, a görögök, az örmények és a szerbek is saját hagyományos édességüknek tekintenek (W9). Ezen kívül vihetünk bort, virágot, egyéb növényt, illatos gyertyát, vázát, poharakat és különböző dísz tárgyakat, pl. nippeteket. A gyerekeknek is illik édességet vagy valami apró ajándékot vinni. Ügyelni kell arra, hogy az ajándék ne legyen túlságosan drága, értéke ne haladja meg a 25 dollárt. Gyakori alkalom az ajándékozásra a születésnap. Ilyenkor bármi jó ajándéknak számít, ami a megajándékozott örömeire szolgál, ami érdeklődési körének megfelel. Mivel Törökország muzulmán ország, a karácsonyt nem

ünneplik, ugyanakkor kialakulóban van az újévi ajándékozási szokás. Ajándékot, néha aranyérmét kapnak azok a fiatalok, akik katonai szolgálatra vonulnak be, illetve akik tanulmányaikat befejezik. Hagyományos nászajándék a menyasszonynak vagy az ifjú párnak az arany ékszer, pl. karkötő vagy aranyérme. Az aranyérme értéke attól függ, mennyire szoros a kapcsolat az ajándékozó és az ifjú pár között. Minél szorosabb a kapcsolat, annál nagyobb az érme. Kollégák csoportosan is adhatnak egy érmét. Gyakran ezeket a menyasszony kitűzi a ruhájára. Esküvő alkalmából a vendégek gyakran ajándékoznak pénzt, amit a menyasszony kosarába vagy pénztárcájába csúsztatnak be. A virág ajándékozására vonatkozóan megoszlanak a vélemények. Egyes források szerint virág ajándékozása egyáltalán nem jellemző, mások szerint szegfűt és rózsát lehet ajándékozni. Az ajándékot mindig érkezéskor kell átadni, amelyet a megajándékozott általában azonnal felbont. Kivételt képeznek a születésnapi partik, amikor az ajándék felbontása a torta felvágása után következik. Ez annak a jele, hogy a vendégekkel való foglalkozás élvez elsőbbséget. Vagyis az egyik álláspont szerint azonnal fel kell bontani az ajándékot, meg kell köszönni és kinyilvánítani, mennyire tetszik. Egy másik álláspont szerint az ajándék megtekintését későbbre kell halasztani, vagy miután elfogadta a megajándékozott, köszönje meg, és ne nyilvánítsa ki, hogy meg szeretné tekinteni. Nem tanácsos túlságosan személyes jellegű vagy nagyon értékes ajándékot adni. Muzulmán országban nem tanácsos szeszes italt ajándékozni, erre csak akkor vállalkozunk, ha meggyőződünk róla, hogy a megajándékozott elfogyasztaná. Ilyenkor likőrt vagy jó minőségű bort illik adni. Ha huzamosabb ideig tartózkodunk török vendéglátóknál, illik plusz ajándékot is adni, valamit, ami hazánkra emlékeztet, pl. könyveket.

Az üzleti életben általában nem szokás az ajándékozás. Az üzleti kapcsolatépítésnek egyéb eszközei vannak, pl. közös városnéző túrák vagy közös vacsorák. Ha mégis az ajándék mellett döntünk, nem fogják sértésnek venni, el fogják fogadni, ugyanakkor tartózkodni kell a túlzott mértékű ajándékoktól. Ha pedig valaki olyan cégnél dolgozik, ahol a vállalat üzletpolitikája tiltja az ajándék elfogadását, udvariasan kell elutasítani az ajándékot, pl. ezekkel a szavakkal: Nagyra értékelem az ajándékot, és szeretném elfogadni, de nem tehetem. Ezt követően illik megmagyarázni a vállalati üzletpolitika előírásait (W10).

4. KÉRDŐÍVES FELMÉRÉSRE ADOTT VÁLASZOK

2014-ben az interkulturális kommunikáció iránt érdeklődő kollégákat, elsősorban egyetemi oktatókat kértünk meg ajándékozással kapcsolatos kérdőív kitöltésére. A vélemények sokszínűsége miatt a kérdésekre adott válaszok alapján kvantitatív elemzést nem tudtunk végezni. Ugyanakkor mindazt az információt, amely alkalmas arra, hogy a rendelkezésünkre álló hivatalos források anyagát kiegészítse, lentebb közöljük.

4.1. Magyarország

Magyarországon az alkalom és a vendégül látókhöz való viszony írja elő, hogy illik-e ajándékot vinni. Baráti körben személyes jellegű ajándékot adjunk, ami megmutatja, hogy jól ismerjük a megajándékozandó személyt. Hivatalos alkalmakkor pedig semleges, sablonos ajándékot vigyünk, pl. virágot, csokoládét, bort, olyasmit, ami nem túl személyes. Illik becsomagolni az ajándékot, de a csomagolópapír színe Magyarországon nem döntő. A gesztus és az ajándék elkészítésére, kiválasztására fordított idő sokkal fontosabb, mint annak értéke. Hiába méregdrága egy ajándék, ha teljesen távol áll a megajándékozandó személy ízlésétől. A túl drága meglepetés pedig inkább kellemetlen, mert azonnal a viszonzást vagy a megvesztegetést juttathatja a megajándékozott eszébe. És hogy mit nem szabad

ajándékba adni Magyarországon és más országokban? Olyan dolgot, amit a másik fél keletlen célzásnak tekinthet, vagy egyszerűen tapintatlanság és megsértődhetnek miatta. Pl. túlsúlyos embernek mérleget, cukorbetegnek édességet nem illik adni. Olyan ajándékot sem illik adni, ami az ajándékozó vágyát testesíti meg, hiszen nem magunknak vesszük az ajándékot. És olyat sem, amely túl drága, és a megvesztegetés határait súrolja.

4.2. Határainkon túli országok

Szlovákiában (és Magyarországon is) divat az általános és a középiskolai tanárok megajándékozása ballagás vagy pedagógusnap alkalmából. Szlovákiában nem illik vendégségbe üres kézzel menni (Magyarországon sem). Barátoknak bonbont, szeszes italt, kávét, könyvet, kozmetikumokat, gyermekeknek játékot ajándékoznak. A csomagolás különösebben nem fontos, viszont az ajándékot illik megnézni, kivételt képez, ha valaki pénzt kap. Azt nem illik megnézni az ajándékozó jelenlétében. Egyik válaszadó leírta, szereti a praktikus ajándékokat, azokat a tárgyakat, amelyeket mindennapi tevékenysége során használni tud. Kifejtette, hogy férje rokonaitól már kapott olyan ajándékot (férfi és nő által egyaránt viselhető, sportolóknak való sapkát), amelynek nem tudta hasznát venni, mert se kalapot, se sapkát nem hord. Férje rokonait azonban nem akarta megsérteni, ezért úgy tett, mintha nagyon örülne az ajándéknak. Az is előfordult vele, hogy osztálytársaitól 18. születésnapjára kapott viccesnek, „poénosnak” szánt ajándékot. A tízrétegű csomagolást sokáig izgatottan bontogatta, de amikor meglátta, mit rejteget a csomag – egy felfújható úszógumi volt benne – csalódását és döbbenetét nem tudta leplezni. Vagyis a poénosnak szánt ajándék ellentétes reakciót váltott ki.

Kiemelendő továbbá, hogy Szlovákiában ajándéknak, Isten ajándékának tekintik a gyermeket és minden olyan dolgot, amelynek sikerében, megvalósulásában nem bíztak.

Egy másik válaszadó megjegyezte, hogy Romániában és Szlovákiában a gyorsabb ügyintézés reményében a hivatalnokoknak is szokás ajándékot adni, ami lehet márkás bor, cigaretta, csokoládé vagy valamilyen „külföldről származó” tárgy.

4.3. Német nyelvterületek

Németországban, Ausztriában és Svájcban nem ünneplik a névnapot, születésnapra általában virágot és tortát visznek. Fontos, hogy a csokor színes kerti virágokból készüljön, a lilium és a szegfű kerülendő. Születésnapra csak a családtagok adnak ajándékot, és szem előtt tartják, hogy az ajándék ne használati tárgy, hanem valamilyen személyre szabott dolog legyen, pl. ajándékutalvány, könyv, édesség (de ne legyen táblás csoki, azt nem ajándékozzák), gyakori a színház-, mozi-, vagy koncertjegy, illetve a cukrászdában, étteremben, szállodában beváltható utalvány. Komolyabb, család nevében adott ajándék lehet egy utazásra vagy wellness-hétvégére való befizetés. Barátok, fiatalok körében divat az apróság, a vicces ajándék, a saját készítésű tárgy, ezeket nagyra értékelik. Nagyon fontos az elegáns csomagolás, ajándéktasakot viszont nem használnak. Mindig meg kell kérdezni az ajándékozótól, szeretné-e, hogy a megajándékozott megtekintse az ajándékot. Az interakció lezárása az ő válaszával függ.

4.4. India

Indiára vonatkozó ismeretekkel rendelkező adatközlőm szerint az ottani hivatalos ajándékozási szokásokkal kapcsolatban nem lehet általánosítani, mert minden tartományban más és más szokások és elvárások vannak. Elvileg nem az ajándék értéke, hanem a komolyság

és a szertartás fontos, és a tisztelet, amellyel átadják az ajándékot. Érkezéskor szállodákban vagy delegáció fogadása esetén virágkoszorút vagy valamilyen bogyóból készült füzért tesznek a vendég nyakába attól függően, hogy mennyire tisztelik meg társadalmi pozíciója alapján. Fontos az is, hogy milyen kasztban történik az ajándékozás. Nagyon divik a beke-retezett fénykép ajándékozása, amelyen együtt szerepel az ajándékozó és a vendéglátó fél. Csomagolásra a piros és a sárga papír a legalkalmasabb. Fontos mozzanatok még, hogy a megajándékozott nem bontja ki a csomagot az ajándékozó jelenlétében, és hogy az első üzleti megbeszélésre nem szokás semmit vinni.

4.5. Oroszország

Az anyáknap ajándékozásnak különleges gyakorlata alakult ki Oroszországban az *Össz-oroszországi társadalmi tevékenység* nevű akcióprogram létrejöttével. A november utolsó napján tartandó anyák napját megelőző héten – egyéb intézkedések mellett – a szervezet promóciós kártyákat, képeslapokat juttat el a gyermekekhez, amelyet ők vagy postán küldenek el, vagy egyszerűen csak átadnak édesanyjuknak. Az akcióprogram szimbóluma a legendás híró nefelejcs, amely a hiedelem szerint csodát tesz, visszahozza mindazok emlékezetét, akik elfelejtették szeretteiket. Láthatjuk, hogy ez esetben sem az ajándéktárgy értéke, hanem annak szimbolikus üzenete számít.

A csomagolás jellege Oroszországban sem kiemelkedő fontosságú, a családban kialakult hagyományoktól függ, mit hogyan csomagolnak be. Az ajándék átadását és megtekintését illetően pedig a családi hagyományok a meghatározóak. Érdekes információ, hogy Oroszországban nem szabad kést, órát és kismacsát ajándékozni.

ÖSSZEGZÉS

Az összegyűjtött adatok, továbbá a kérdőív kérdéseire adott válaszok igazolják FALKNÉ BÁNÓ Klára álláspontját, amely szerint „...egy ajándék átadása a kontextustól függően lehet ünnepélyes, hivatalos, humoros, megható, de jelenthet egy megvesztegetési kísérletet is” (2008: 58). A dolgozatban ezekre a jelenségekre is találunk példákat. Ugyanakkor elképzelhető, hogy országon, de még akár családon belül is az évek során változnak az ajándékozással kapcsolatos szokások és az ajándékozási gyakorlat, a változás pedig felülírja mindazt, amit a szakirodalom vagy internetes források alapján megtudhatunk.

A leírtak alapján kiemelhetjük, hogy vendégségbe szinte sehol nem illik üres kézzel érkezni. Illik virágot, édességet és jó minőségű italt vinni. Virág esetében legszerencsésebb választás a színes csokor, és fontos, hogy az édesség, illetve az ital is „minőségi” legyen. Annak érdekében, hogy se a virág, se a tárgyi ajándék ne okozzon sértődést vagy csalódást, tanácsos a partnerkultúra résztvevőinek vagy a protokollt ismerő személyeknek a véleményét kikérni. Hivatalos találkozások, üzleti tárgyalások előtt először arról kell tájékozódni, hogy a partnerkultúrában szokás-e egyáltalán az ajándékozás, és ha igen, mi számít „jó” ajándéknak, továbbá melyek az ajándékozással mint interakcióval kapcsolatos elvárások, szokások. Mindezek ismerete és megvalósítása a két fél közötti bizalom kiépítését, gyümölcsöző kapcsolat kialakítását jelentheti.

A kérdőíves felmérésben való aktív közreműködésért és az értékes válaszokért köszönetet fejezem ki Bodnár Ildikó, Hutkova Anita, Kegyesné Szekeres Erika, Lendvai Endre, Lőrincz Julianna, Schirm Anita és Somos Edit egyetemi oktatóknak, valamint Julia Ustinova közgazdásznak.

IRODALOM

- FALKNÉ BÁNÓ K. 2008. *Kultúraközi kommunikáció. Az interkulturális menedzsment aspektusai*. Budapest: Perfekt Kiadó.
- GÖRÖG I. 2006. *Protokoll az életem*. Budapest: Athenaeum Kiadó.
- HYMES, H. Dell 1974. *Foundations of Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- MORISON, T.–CONAWAY, W. A.–BORDEN, G. A. 1994. *Meghajlás vagy kézfogás? Üzleti etikett a világ ötvennyolc országában*. Pécs: Alexandra Kiadó.
- SIMIGNÉ FENYŐ S. 2015/a. Ajándékozási szokások a különböző kultúrákban. In: FOLMEG–JÓRI (szerk.): *Világ és nyelv szenvedéllyel. Köszöntő kötet Geecső Tamás 60. születésnapjára*. Budapest: Tinta Könyvkiadó, 98–105.
- SIMIGNÉ FENYŐ S. 2015/b. Az ajándékozás mint az identitás kifejezésének eszköze a különböző kultúrákban. In: *Az identitás metamorfózisa irodalomban és nyelvben III*. Besztercebánya: Bél Mátyás Egyetem, Bölcsészettudományi Kar, Hungarisztika Tanszék. Publikálásra elfogadva.

INTERNETES FORRÁSOK

- W1: www.1worldglobalgifts.com/austriagiftgivingetiquette.htm (Letöltve: 2015. 05. 28.)
- W2: <http://businessculture.org/western-europe/business-culture-in-france/business-etiquette-in-france/> (Letöltve: 2015. 05. 28.)
- W3: [businessculture.org/northern.../finland/business-etiquette/](http://businessculture.org/northern-europe/finland/business-etiquette/) (Letöltve: 2015. 05. 29.)
- W4: <http://finland.fi/Public/default.aspx?contentid=308304&nodeid=41800&culture=en-US>
- W5: <http://businessculture.org/northern-europe/finland/business-etiquette/>
- W6: http://www.giftypedia.com/Poland_Gift_Giving_Customs (Letöltve: 2015. 05. 29.)
- W7: <http://businessculture.org/northern-europe/uk-business-culture/business-etiquette/> (Letöltve: 2015. 05. 28.)
- W8: news.telelelangue.com/en/2012/08/gifts-russia. (Letöltve: 2015. 05. 29.)
- W9: <http://hu.wikipedia.org/wiki/Baklava> (Letöltve: 2015. 05. 31.)
- W10: http://www.giftypedia.com/Turkey_Gift_Giving_Customs (Letöltve: 2015. 05. 28.)