

PSYCHOLOGICKÁ MANIPULACE V MULTILEVEL MARKETINGU



*Mgr. Daniel Štrobl (1974)
od roku 1994 studuje
Psychosociální vědy na
Husitské teologické fakultě
UK v Praze.*

V poslední době se hodně hovoří o tzv. psychologické manipulaci v sektách. Jen někdo však tyto praktiky vztahuje na multilevel marketing (dále jen MLM). Je to pochopitelné, neboť tato forma podnikání je u nás v podstatě mladá a tudíž daleko méně známá než řekněme Svědci Jehovovi, kteří zde mají delší tradici, a tak jsou pro psychology snáze definovatelní. Tuto mezeru bych se rád pokusil alespoň stručně vyplnit na základě poznatků, kterých se mi o tomto fenoménu dostalo.

Začněme tím, jak probíhá získávání nových členů. V případě sekt máme speciální termín - lovebombing - který znamená, že jedinec je konfrontován se skupinou lidí, projevujících mu naprosto nekritické přátelství, lásku, náklonnost atd. Účel je jasný. Získat sympatie potenciálního člena a tím jej dostat. Následuje cosi, co lze nazvat vize - ujištění, že pokud se člověk stane členem té či oné náboženské skupiny, čeká jej věčný život, vykoupení, spása atd. U MLM to vypadá velmi podobně. Adept je kontaktován (svým známým po telefonu, pomocí lístečků rozdáváných v metru apod.) a pozván na schůzku. Ta obvykle probíhá tak, že je mu vysvětlen tzv. marketingový plán. Ten je vypracován tím způsobem, že se nejdříve hovoří o obecných věcech týkajících se vydělávání peněz. Pomocí často velmi demagogických metod se dojde k tomu, že ať uděláme cokoli, je to špatné a nepřinese nám to ani peníze, ani štěstí. Dále jsme dotazováni na to, co bychom si přáli a pořídili, kdybychom na to měli. Poté nám náborář vysvětlí, že toho nemůžeme nikdy dosáhnout, a proto bychom si měli najít alternativní zdroj financí. Nato je předložen systém určité MLM firmy. Vždy je to jakási pyramida prodejců či spotřebitelů, která svými nákupy vytváří kapitál, jehož část je později zpětně rozdělována členům přímo úměrně k jejich obrátu. Částky, které tak vznikají, narůstají do astronomických výšek a potenciální člen se chtěl nechtěl dostane do zajetí svých vlastních pudů, které prahnou po osobním vlastnictví. Tvzení, že vstup je ryze dobrovolný, tedy kulhá, neboť člověk ovládaný svými pudy jedná v podstatě nevědomě a tedy nesvobodně. Tolik tedy o vizi u MLM. Co se týká metody lovebombing, ta je zde zastoupena též. Vysvětlování marketingového plánu totiž probíhá obvykle veřejně a s aktivní účastí členů. Ti vytvářejí záměrně atmosféru hlubokého přátelství a pohody. Navíc je zde neustále omílán fakt, že se v podstatě jedná takřka o charitativní činnost. "Ty pomůžeš řekněme šesti kamarádům stát se milionáři a staneš se jím sám". Jedinec je vystaven tlaku lidí, tvrdících, že jen oni jsou jeho přátelé, chtějí jeho dobro (na

rozdíl od zlého šéfa), že mu pomohou stát se bohatým a šťastným. Na této úrovni se peníze kladou na místo jen jakéhosi vedlejšího produktu. Potenciálnímu zájemci se dostane ujištění, že je nesmírně milý a inteligentní, že o něj bude postaráno a veselejší zítřek je tedy nevyhnutelný.

V okamžiku, kdy člověk neodolá a stane se členem, psychologické metody manipulace pokračují. Vzhledem k tomu, že některé firmy dávají svým dealerům různě dlouhou dobu na zrušení licence, spojené s vrácením peněz, je prvořadým úkolem distributorského systému napojeného na mateřský podnik, nového člena udržet. K tomu slouží především tzv. semináře. Konají se obvykle jedenkrát za měsíc a praktiky, kterých se zde užívá, jsou skutečně na velmi vysoké psychologické úrovni. Nováček je nejdříve několik týdnů dopředu ujišťován o jedinečnosti, dokonalosti a neopakovatelnosti takové akce. Ta probíhá většinou v nějakém velkém sále či sportovní hale, kam se sjedou dealeři z celé republiky a čeká je přednáška člověka (často cizince), který už "to dokázal". Vlastní výstup je formován tak, aby vznikl dojem, že se to může podařit skutečně každému, a hlavně, že peníze jsou jediné a skutečné štěstí, které může člověka potkat. Po pódiu defilují úspěšní snobi, předhánějící se v počtu aut, domů, váze zlata, které mají na sobě apod. Současně je však apelováno na mravní dokonalost takového počínání. Vše bylo přeci vykonáno a vyplynulo jen z pomoci jiným. Divák je ujišťován o nepřátelství, hlouposti a špatném charakteru okolí, které jeho myšlenku nepřijalo. Úvod, průběh i závěr je navíc doprovázen různým druhem skandování až po frenetický řev. Jak se to celé odrazí na osobnosti jedince je myslím zřejmé. Kromě seminářů existuje další element posilující pevnost sítě. Jsou jím knihy a audio či video kazety, ideologicky zaměřené ke změně osobnosti. Knihy samy o sobě nejsou nijak závadné, neboť se jedná především o

publikace zaměřené na jednání s lidmi (Dale Carnegie) a myšlení podnikatelů. Většina z nich je k dostání v knihkupectvích. Jejich nesprávný výklad a naprosto nekritické pojetí však může napáchat velké škody. Kazety už jsou jednoznačnější. Jsou namluveny lidmi, kteří jinak hovoří na seminářích, a tak člověk, který by jinak týden či dva po takové akci vystřízlivěl, je nadále bombardován těmi samými informacemi ve dne v noci. Návrat k normálu je tedy o to těžší.

Společně s řečnickými mediálními manipulacemi je zde ještě jedna metoda, kterou však známe i ze sekt, totiž dvojná vazba (double bind). U MLM je dvojná vazba uplatňována tak, že člen je na jednu stranu neustále ujišťován o přátelství, dobrých úmyslech atd. a na stranu druhou je vystaven aroganci a často i bezohlednosti člověka, který je na pyramidě výše. Vzhledem k tomu, že každý dealer má pocit, že nutně potřebuje pomoc shora a že bez ní by byl ztracen, dostává se tak do stavu naprosté nekritičnosti a odevzdanosti. To vše je ještě umocňováno požadavkem pozitivního myšlení, které zakazuje jakékoli negativní vztahy a názory vůči komukoli. Tím se do pavučiny zaplétá stále víc a víc a případný odchod je tak ještě těžší. Přispívá k tomu i skutečnost, že své přátele buď dostal do sítě a nebo je jako pitomce, nepřátele a bezcharakterní opustil. Od double bind je jen krůček ke klasickému brain-washing - výplachu mozku jak je znám z korejské války, ale i odjinud. Člověk déle vystavený tomuto tlaku začne velmi rychle přijímat názory, postoje, ale i chování svého výše postaveného kolegy. Vytváří obdobný tlak na jedince, kteří jsou v hierarchii pod ním, a vše se opakuje.

Oproti sektám tu však je jeden velký rozdíl. Na jednu stranu nebezpečí snižuje, na stranu druhou je však paradoxně zvyšuje. Mám na mysli možnost ověřitelnosti. Pokud je nám v sektě slíbeno, že budeme spaseni, těžko můžeme zjistit, zda je to pravda či ne. To však u MLM neplatí. Každý má možnost na seminářích, ale i jinde potkat lidi, kteří už dokázali zbohatnout. To je pádný důkaz pro všechny, kteří si myslí, že toho mohou dosáhnout také. Vzato kolem a kolem mají v podstatě pravdu. Málokoho však napadne za jakou cenu. Pokud si vezmeme papír a tužku, zjistíme například, že pokud na počátku fungování firmy stačilo k dosažení určité finanční úrovně několik dnů či týdnů, za rok, za dva se už jedná o měsíce neli roky. To je však to nejmenší. Pokud kladu otázku "za jakou cenu?", mám na mysli především osobnost, která se díky neustálým atakům mění. Z lidí po určitém čase mizí jejich individualita, stávají se jakýmiś produkty systému, který následují. Nejsou schopni vnímat jakékoli duchovní hodnoty, umění, vzdělání atd. Vše předesílají otázkou "a kolik mi to vydělá?". Jediné, co má v jejich očích skutečnou cenu, jsou peníze, moc a hmotné statky z toho plynoucí. V tom vidím vůbec největší nebezpečí, které z toho jednotlivci, ale hlavně společnosti hrozí.

V České republice existuje Ústav pro výzkum sekt a nových náboženství. Zabývá se i organizacemi MLM. Je jasné, že v zájmu demokracie a ekonomie není možné tento fenomén zakázat. Účinná osvěta by však byla jistě na místě, neboť riziko je skutečně vysoké.