

MANIPULACE V MULTI-LEVEL MARKETINGU

MANIPULATION IN MULTI-LEVEL MARKETING

Tereza Staňková¹, Lenka Kollerová¹

¹ Katedra pedagogiky, Pedagogická fakulta, Univerzita Karlova, Praha

Abstrakt

Přestože jsou multi-level marketingové (MLM) společnosti nebezpečné, a to obzvláště pro zranitelné skupiny, jako jsou matky na rodičovské dovolené, studenti a čerství absolventi, počty jejich členů u nás dlouhodobě rostou. Cílem výzkumu bylo proto popsat nábor u MLM společností a identifikovat používané manipulativní techniky. Zúčastněné pozorování náboru u tří MLM společností přineslo užitečné poznatky o průběhu náboru a konkrétních podobách manipulace.

Klíčová slova: multi-level marketing, psychická manipulace, sociální vliv, tematická analýza

Abstract

Although multi-level marketing (MLM) companies pose a danger, especially to vulnerable groups such as mothers on parental leave, students and new graduates, the number of their members has been continuously growing. The aim of the research was to describe the recruitment process of MLM companies and to identify the manipulation techniques they use. Participant observation of three MLM companies' recruitment provided useful insights into the recruitment process and specific forms of manipulation.

Keywords: multi-level marketing, psychological manipulation, social influence, thematic analysis

1 ÚVOD

Téma psychické manipulace v multi-level marketingu je v českém prostředí téměř nedotčené, a chybí tak teoretický základ pro realizaci prevence ve školním prostředí. V příspěvku představujeme přehled procesu náboru v multi-level marketingových společnostech včetně používaných manipulativních technik.

2 TEORIE

Multi-level marketing je obchodní model, který spočívá v distribuci produktů či služeb prostřednictvím sítě distributorů. Ti zároveň rekrutují nové členy, z jejichž členství a výdělku profitují. Podle zahraničních statistik více než 99 % distributorů přichází v MLM společnostech o peníze (FitzPatrick, 2019).

Řada MLM společností cílí na zranitelné skupiny, využívá k náboru a udržení členů neetické praktiky včetně psychické manipulace a způsobuje členům psychickou újmu (Groß a Vriens, 2019). Mnozí autoři je přirovnávají k destruktivním kultům (Brooks, 2019).

3 METODOLOGIE VÝZKUMU

Cílem výzkumu bylo zmapovat průběh náboru v multi-level marketingových společnostech a identifikovat používané manipulativní techniky. Výzkumný vzorek tvořily 3 MLM společnosti, které dlouhodobě působí v České republice. Při výzkumu byla uplatněna metoda skrytého zúčastněného pozorování (Švaříček a Šedlová, 2014) a pozorované jevy byly zaznamenávány písemně. Pozorování bylo doplněno o sběr dokumentů.

Pro účely zmapování průběhu náboru byl použit design mnohopřípadové studie. Získaná data byla rovněž podrobena tematické analýze, pomocí níž byly identifikovány jednotlivé manipulativní techniky.

4 VÝSLEDKY

Výsledkem mapování průběhu náboru byly kazuistiky jednotlivých případů, v nichž je popsána interakce s každou ze zkoumaných MLM společností. Z kazuistik vyplynuly výrazné shody napříč společnostmi.

Ve všech případech bylo identifikováno použití manipulativních technik. Celkem jich bylo zaznamenáno 21, z toho 18 shodně ve všech třech případech. Jednotlivé manipulativní techniky byly popsány včetně konkrétních příkladů jejich použití během náboru a byly seskupeny do větších celků – manipulace zaměřená na chování, na informace, na myšlení a na emoce.

5 ZÁVĚRY A DISKUSE

Průběh náboru vykazoval shodné rysy napříč MLM společnostmi, a to včetně použití manipulativních technik. Kromě technik, které jsou v sociální psychologii dobře popsány, jako např. bombardování láskou, byly identifikovány i techniky specifické pro multi-level marketing, jež v odborné literatuře tolik zachyceny nejsou, např. toxická pozitivita. Výzkum odhalil podobnosti náboru u MLM společností s nábohem v prostředí destruktivních kultů (Hassan, 2018; Singer a Lalich, 1995). Výsledky mohou v pedagogické praxi sloužit jako teoretický základ prevence psychické manipulace v multi-level marketingu.

6 LITERATURA

- Brooks, D. (2019). *Coercive techniques in business opportunity cults* [Příspěvek na konferenci]. ICSA 2019 Annual International Conference, Manchester UK.
- FitzPatrick, R. (2019). *Ponzinomics: The untold story of multi-level marketing*. FitzPatrick Management Inc.
- Groß, C., & Vriens, D. (2019). The role of the distributor network in the persistence of legal and ethical problems of multi-level marketing companies. *Journal of Business Ethics*, 156(2), 333–355. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3556-9>
- Hassan, S. (2018). *Combating cult mind control: The #1 best-selling guide to protection, rescue, and recovery from destructive cults (4th ed.)*. Freedom of Mind Press.
- Singer, M., & Lalich, J. (1995). *Cults in our midst: The hidden menace in our everyday lives*. Jossey-Bass/Wiley.
- Švaříček, R., Šedová, K. et al. (2014). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Portál.