

AGATA MIĘTEK
(Instytut Socjologii UMK)

DOLAR, WIARA, ZNIEWOLENIE

Problem, który chciałabym tu poruszyć nie musi się na pierwszy rzut oka wydawać sensowny. Amway jest firmą w Polsce dość znaną, ale nie jako organizacja *quasi*-religijna, lecz jako producent i sprzedawca środków czystości. Nie jest więc oczywiste nazywanie tej firmy sektą. Postaram się udowodnić tu, że struktura organizacji (świadomie używam tego pojęcia obok „firma”) odpowiada definicji sekty. Jest to „grupa społeczna silnie izolująca się od reszty społeczeństw, mająca własną hierarchię wartości, zespół norm zachowania się”¹. Amway jest zjawiskiem religijnym z czymś na kształt bóstwa, kapłana i charakterystycznych obrzędów.

Zacznijmy jednak od historii firmy. Powstała ona na zbiegu trzech dróg. Pierwsza z nich to firma Nutrilite, druga Richard DeVos i Jay Van Andel, założyciele Amwaya, trzecią jest sieć sprzedaży dystrybutorskich. Właśnie Nutrilite była przedsiębiorstwem, w którym rozpoczęli pracę Van Andel i DeVos. Nutrilite sprzedawała suplementy odżywcze (np. zestawy witamin) w systemie *multi-level marketing*.

W 1958 roku wspólnicy założyli swą własną firmę Amway Corporation. Sprzedaje ona do dziś środki czystości i kosmetyki osobiste. Przez te lata przedsiębiorstwo dorobiło się filii w 50 krajach, z których obsługuje klientów w 80 państwach. Dziś Amway zatrudnia 14 tys. pracowników etatowych i ma w swojej ofercie 10 000 produktów. Firma współpracuje z takimi przedsiębiorstwami jak Nike, Braun, Coca-Cola, Sony i wieloma innymi markami.²

¹ Celowo nie powołuję się tu na specjalistyczne słowniki, bo najbardziej przydatną do tej pracy znalazłam w: *Słownik języka polskiego*, PWN, Warszawa 1981.

² Oficjalne strony Amwaya: www.amway.com.pl.

Amway, pomimo niewątpliwego sukcesu ekonomicznego, od samego początku swej działalności nie miał dobrej prasy. Złożyły się na to dwa spektakularne wydarzenia.

Na początku lat siedemdziesiątych Amway rozpoczął ekspansję poza granicę Stanów Zjednoczonych. Początkowo w ramach eksperymentu, który potem okazał się strzałem w dziesiątkę. Kanadyjski Urząd Skarbowy (kanadyjski, bo tam firma prowadziła swoją działalność) zaczął mieć wątpliwości dotyczące cła, jakie Amway płacił w Kanadzie za dystrybucję swoich produktów. Po kilkuletnich obradach tamtejszy fiskus, postanowił ukarać korporację 25 milionami dolarów grzywny. Sprawa trafiła na pierwsze strony gazet. Ta sprawa oczywiście przyniosła dwa skutki: finansowy dla samej firmy, ale też (jak to w takich przypadkach bywa) marketingowy, firma zaczęła być kojarzona przez ludzi („nieważne co się pisze, ważne, że w ogóle”).

To jednak nie jedyny spektakularny spór wokół Amwaya. Druga sprawa to oskarżenia Federalnej Komisji Handlu USA o działalność piramidalną. Aby uznać, że firma stosuje w swej strategii piramidę, musi być spełnionych kilka warunków. „Dwoma głównymi cechami są zaś: obciążenia inwentarza, czyli koncepcja, według której nowo zwербowani członkowie muszą bezzwrotnie nabyć pokaźną ilość produktów, by wejść do interesu (za owo nabycie inwentarza wynagradza się ich sponsora); oraz ‘opłata za złowienie głowy’, a więc warunek, że nowo zwербowany członek systemu musi wpłacić dużą kwotę w charakterze opłaty wpisowej, której część otrzymuje osoba wprowadzająca”. I choć 83% przepływu gotówki odbywało się wewnątrz firmy, to Amway sprawę w 1978 roku wygrał.

Te dwie głośne batalie zwróciły oczy publiczności w stronę korporacji. W Polsce zaś Amway działa od 18 listopada 1992 roku. Jego siedziba mieści się w Warszawie, dyrektorem naczelnym na Polskę jest Marek Florczuk. W początkowym okresie zarejestrowano aż 60 tys. dystrybutorów. Obecnie jest ich około 100 tysięcy.³ Należy tu wspomnieć, że w naszym kraju Amway też miał swoje pięć minut w mediach. Głośno zrobiło się po *grand prix* na festiwalu „Człowiek w zagrożeniu”, dla filmu Henryka Dederki „Witamy w życiu”. Niestety ów dokument nie został udostępniony szerszej publiczności, gdyż wyrokiem sądu zabroniono dalszego rozpowszechniania obrazu. Jednak wyrok i jego uzasadnienie pozwala na udostępnienie i publikowanie ścieżki dźwiękowej filmu, którą niemalże w całości wydrukowała „Gazeta Wyborcza”.

³ Tamże.

Tak naprawdę Amway co rusz wygrywa jakieś sprawy sądowe, stąd uznaje się, że dla firmy rachunki za adwokatów są tym, czym dla innych przedsiębiorstw rachunki za prąd. Przejdźmy jednak do tego, co w Amwayu jest najbardziej zastanawiające, czyli co sprawia, że ludzie, którzy zostają dystrybutorami firmy sprawiają wrażenie osób, które zatraciły racjonalny ogląd rzeczywistości.

Oprócz wszystkich książek i stron internetowych poświęconych firmie jest jeszcze inna przyczyna, która spowodowała moje zainteresowanie Amwayem. Ten powód jest prywatny. Jakiś czas temu bezpowrotnie (jak dotychczas) straciłam kontakt ze swoją dobrą znajomą. Pani X (nazwijmy ją tu w ten sposób) jest absolwentką socjologii, a więc osobą, o której można by sądzić, iż jest mało podatna na ewidentną manipulację. Po studiach założyła rodzinę, rozpoczęła pracę w Urzędzie Celnym, jej życie towarzyskie kwitło aż do czasu, gdy ona i jej mąż zostali dystrybutorami firmy Amway. Początkowo byli zafascynowani nowymi możliwościami finansowymi jakie dawała praca, z czasem nie można było rozmawiać z nimi o niczym innym niż pieniądze. Później rozpoczęły się wyjazdy na szkolenia, spotkania z innymi dystrybutorami. Aż w końcu ich krąg znajomych zawęził się tak, że pozostali w nim jedynie pracownicy firmy Amway. To sprawiło, że zaczęłam się zastanawiać jaka organizacja może aż tak zaabsorbować swoich pracowników. Co musi się dziać w tej firmie, że ludzie zachowują się, jakby odnaleźli nową wiarę. Dlaczego nie dzieje się tak z dystrybutorami Oriflame czy Avon?

Amway ma tak naprawdę kilka wymiarów. Z jednej strony można uważać, że jest to po prostu sposób na dorobienie kilku groszy do pensji, z drugiej jednak motywacja, jaką dostaje dystrybutor jest co najmniej dziwna i dotyczy nie tylko sfery zawodowej, ale przenika całe życie prywatne pracowników.

W firmie co najmniej dwie osoby zasługują na szczególną uwagę w kontekście tych dwóch aspektów Amwaya, są to: jeden ze współzałożycieli Richard M. DeVos oraz Dexter Yager, czołowy sprzedawca i osoba, której być może Amway zawdzięcza swój sekciarski wizerunek. Można powiedzieć, że DeVos jest jakby obliczem boga, jakim jest pieniądz, a Yager tego boga wykreował.

Amway to firma, która buduje swój wizerunek instytucji złożonej wyłącznie z ludzi sukcesu. Wchodząc do niej inwestuje się grosze, by w bardzo krótkim czasie zarobić olbrzymią ilość pieniędzy. Publikacje firmy zwracają uwagę tym, iż niezwykle dużą presję kładą na konstrukcję psychiczną sprzedawcy, a zupełnie nie zajmują się klientem, któremu produkt ma być sprzedany. To daje zaburzony obraz świata, w którym

efekt nie zależy od żadnych, mniej lub bardziej, obiektywnych okoliczności, a tylko od intencji.

Książka Wilbura Crossa „Strzał w dziesiątkę”⁴, dokładnie wskazuje drogę jaką powinno się podążać, by osiągnąć w życiu sukces. Jest jednak coś, co odróżnia tą pozycję od innych pseudopsychologicznych podręczników o tym co też *positive mind attitude* zmienia w życiu człowieka. Z książki wynika, iż sukces i szczęście można osiągnąć jedynie w Amwayu. „Dzieło” pokazuje jak postrzegać świat, by osiągnąć zamierzone cele. Co kilka podrozdziałów pojawia się starter, czyli polecenie rachunku sumienia pod określonym kątem, np. „Wymień trzy zalety, którymi Amerykanie górują nad obywatelami innych państw. Czy możesz wymienić ich wady, które stawiają ich niżej?”⁵ Po rzetelnym wykonaniu poleceń czytelnik ma wypełnionych około 50 stron pełnych odpowiedzi na startery. Należy też zwrócić uwagę na to, że Amway pomimo swego wielonarodowego charakteru promuje kulturę amerykańską, uciekając się też do chwytów niskich, czego przykładem może być cytowany starter. Książka ta, choć napisana po to, by ułatwić dystrybutorom kontakty z klientami, tak naprawdę na temat tych drugich nie mówi nic. Tak, jakby osoba kupująca była jedynie marionetką. Ponadto nie daje też wskazówek dotyczących samych produktów, o tym jak je zachwalać, by się lepiej sprzedawały.

Takich jak ta książek, ma Amway na swoim koncie więcej. Istnieje też, oficjalnie zaprzeczany przez firmę pogląd, że większa część jej dochodów pochodzi nie ze sprzedaży artykułów chemicznych, a z dystrybucji tzw. materiałów treningowych, co znaczy, że zyski czerpane są nie z zewnątrz, a z samych pracowników. Wśród materiałów treningowych są, oprócz książek, kasety video z nagraniami *meetingów*, broszury, kasety audio, pełne wzmocnień pozytywnych, mających podwyższyć motywację.

Jednak prawda jest taka, że wg oficjalnych amerykańskich danych aż połowa nowoprzybyłych osób opuszcza firmę w ciągu pierwszego roku. Dane rozprowadzane przez Amway mówią o dość przyjacielskich stosunkach z firmą, dane nieoficjalne mówią o opuszczaniu firmy z przyczyn ideologicznych. Także sprawa zrywania kontaktów z otoczeniem (tak jak w przypadku pani X) i porzucania pracy nie jest jasna. Nieoficjalnie przypuszcza się, że duża część pracowników zmienia swój krąg towarzyski i zaczyna przebywać jedynie z innymi wtajemniczonymi. Jednak i temu Amway zaprzecza. To wszystko w żaden sposób nie

⁴ W. Cross, *Strzał w dziesiątkę*, Medium, Warszawa 1996.

⁵ Tamże.

przypomina działania innych organizacji sprzedaży bezpośredniej. Należy zwrócić uwagę na niemalże zupełną izolację członków od reszty społeczeństw, co przekłada się na wytworzenie sobie tylko znanego (bo opartego na ideologii firmy) języka.

I tak Charles Paul Conn (wraz z W. Crossem, niejako etatowy pisarz firmy, obydwaj mają za sobą szereg publikacji związanych z Amwayem i na jego zamówienie) w książce „Spełnione obietnice”⁶ pisze: „Amway w swym namyśle ma być z początku niepełnoetatowym przedsięwzięciem, mającym wszelkie dane, by rozrosnąć się w interes pełnoetatowy”. Wskazuje to na to, że jednak istnieje gros osób, które poprzednie prace porzucają.⁷

Najważniejszą pozycją na półkach Amwaya jest książka współzałożyciela firmy Richarda DeVos pt. „Uwierz w siebie”.⁸ Napisana w zastanawiający sposób. Współautorem jest wspomniany wyżej Ch. P. Conn, ale z treści wynika, że on jest jedynym ojcem dzieła, gdyż Richard DeVos jest tam opisywany z punktu widzenia osoby trzeciej, narratora. Gdyby nie rzut oka na okładkę, można by pomyśleć, że książka ta nie jest jego autorstwa.⁹

„Uwierz!” jest rodzajem Amwayowskiej Biblii. Sprawy, w które uwierzyć należy, to skodyfikowany dekalog dystrybutora („Uwierz! We własne, nieograniczone możliwości odniesienia życiowego sukcesu, uwierz w Amerykę i amerykański sposób życia”). Zaś DeVos przedstawiany jako przykład osoby, która jest żywym przykładem tego, że *American dream* może stać się prawdą. DeVos jest uosobieniem cech idealnych: niezmordowany, przyjacielski, szlachetny, ze sztywnym kręgosłupem moralnym. Pieniądze, które ma są w zasięgu ręki praktycznie każdego, kto zechce uwierzyć. Pieniądze to cel ostateczny, do którego każdy powinien dążyć. A Richard DeVos jest czczony niczym oblicze tego pieniądza, kapłan. Oto fragment „Uwierz!”, który oddaje atmosferę wokół niego:

„Amway Corporation organizuje seminarium (...) Nadchodzi ów dzień, rośnie napięcie. Ludzie ubrani we wszystkie rodzaje odzieży, przybywają tu z całego stanu Minnesota i z okolic przyległych. Biorą ze sobą przyjaciół. Pozdrawiają się nawzajem, rozpoznają znajome twarze. Przypomina to piknik z okazji 4-go Lipca, albo jakieś wielkie przyjęcie, uroczystości, wspólne śpiewy w sobotni wieczór w wiejskim kościele. Jest tu jakby przekrojowy model całej Ameryki (...)

⁶ C. Paul, C. Conn. *Spełnione obietnice*, Medium, Warszawa 1994.

⁷ Tamże.

⁸ R. DeVos, C. Conn, C. Paul, *Uwierz!*, Studio EMKA, Warszawa 1994.

⁹ Tamże.

Trzy tysiące mężczyzn i kobiet, podekscytowanych i uszczęśliwionych, nie znajdziesz wśród nich twarzy skrzywionej grymasem. Cieszą się tym, że się tu znaleźli. Oczekują tu czegoś lub kogoś. Musi tym kimś być DeVos. DeVos? (...)

Richard DeVos! Rozpętuje się pandemonium. I teraz jest już absolutnie jasne, że to na niego czekano. A on ich nie zawodzi. Kocha ich i oni o tym wiedzą. Czuje się uszczęśliwiony, że z nimi przebywa, ich entuzjazm ich ożywia. (...) Chłoną każde jego słowo, a on poddaje się wspólnemu uniesieniu, ty mu się także poddajesz, nawet jeśli przyszedłeś tu, żeby przypatrzeć się temu wydarzeniu, wciąga cię ono w twój nastrój.”¹⁰

Jest w firmie Amway jeszcze ktoś, kto pełni istotną funkcję w strukturze socjometrycznej – Dexter Yager. Stworzył on niejako firmę w firmie. System zarabiania w Amwayu opiera się na sprzedaży produktów z jednej i wciąganiu nowych z drugiej strony. Yager zaś odkrył możliwość zarobienia. Stał się on autorem niezliczonej ilości broszur i materiałów, oraz największym twórcą technik manipulowania nowymi członkami. Korzysta on tym samym ze swojej pozycji wynikającej z ilości sprzedanych artykułów. Trzeba bowiem nadmienić, że Amway jest organizacją, w której dostęp do informacji jest poważnie utrudniony. Zwykły dystrybutor ma bezwzględny zakaz udzielania informacji na zewnątrz. „Twój poziom rozwoju duchowego jest zbyt niski, żebyś mógł się kontaktować z mediami. Teraz kontakt mógłby ci tylko zaszkodzić”¹¹. Yager więc podaje nowym członkom informacje, których oni nie mogą zdobyć z innych źródeł niż oficjalne, bo takich po prostu nie ma. A te, które próbują specyfikę Amwayowskiej działalności pokazać światu zazwyczaj kończą w sądzie.

Kult DeVosa, będącego uosobieniem sukcesu, skupienie, wbrew zdrowemu rozsądkowi nie na kliencie, a na samym dystrybutorze to nie koniec cech, które pozwalają uznać Amway za coś na kształt zjawiska religijnego. Momentem, w której podwójne dno organizacji ujawnia się z całą mocą są *meetings* pracowników firmy. Przykład jednego z nich już przytoczyłam, a oto opis drugiego, polskiego.

„Znajoma zaprosiła mnie do wzięcia udziału w ‘ciekawym spotkaniu’. Nie chciała mi jednak zdradzić, jaki będzie miało charakter. Mówiła: *Posłuchasz, a potem powiesz, co o tym myślisz*. Dałem się skusić. Spotkanie miało miejsce w teatrze muzycznym. Poszedłem do przodu, aby lepiej słyszeć. Ludzie byli odświętnie ubrani. Wielu znało się między

¹⁰ Tamże, s. 47-8.

¹¹ Strona Dominikańskiego Ośrodka Informacji o Nowych Ruchach Religijnych i Sektach: www.centrum.k.pl.

sobą. W sumie było tam dwieście do trzystu osób. W pierwszej chwili, kiedy zobaczyłem na scenie wesoło usposobioną parę, pomyślałem – *Jakiś kabaret?* – Zaraz jednak wyprowadzono mnie z błędu.

Na scenie występowali ludzie z *network marketing* herbu Amway, pochłonięci rozprowadzaniem kosmetyków. Najpierw pewna drobna ‘zwykła kobieta’ (tak się określiła) przez ponad godzinę błyskotliwie wtajemniczała widownię w arkana sztuki, którą się para. Dla zachęty przedstawiała ją jako apolityczną i areligijną. Stało się jasne, kim byłaby dla mnie wkrótce moja znajoma, gdybym zdecydował się na ten interes. Byłaby tzw. sponsorem, który dokonałby dalszego wtajemniczenia i pomógł mi rozwinąć działalność. Kończąc ‘zwykła kobieta’ sypnęła datami i nazwiskami, przedstawiając początki korporacji oraz historię jej dotarcia do Polski. Następnie na scenę wkroczył jej mąż, przejmując pałeczkę przewodniczącego zgromadzenia. Okazał się prawdziwym amwayowskim *showmanem*, zdolnym do rozgrzania i wielokrotnego poderwania na nogi wszystkich zabranych (z jednym chyba wyjątkiem). Posługując się tabelką ukazującą możliwe do osiągnięcia coraz wyższe progi dochodów, zaczął on wywoływać z widowni na scenę przodowników biznesu. Ci podawali swoje personalia, a także imiona i nazwiska kilku osób, którym zawdzięczają swój dobrobyt. Ze szczególnym namaszczeniem wymieniali swoich ‘wspaniałych Nauczycieli’ (piszę dużą literą, bo to oddaje sposób wypowiedziania się o nich). Co niektórzy dodawali zawołania typu: *Kochani, róbcie to! Naprawdę warto!*, na co widownia reagowała bardzo entuzjastycznie. W pewnym momencie *showman* przytoczył słowa swojego Nauczyciela mówiąc o tym, że powinno się karać tych, którzy mają okazję tak łatwego zarobienia tak dużych pieniędzy i przez to uszczęśliwienia swoich dzieci – a nie robią tego. Całemu spektaklowi towarzyszyły owacje i podniecenie, swój zenit osiągając podczas prezentacji tych lokalnie najwybitniejszych i najbardziej zasłużonych. W teatrze muzycznym zapanował duch nieomal ekstatycznego uwielbienia dla tych, którzy potrafili zarobić największe pieniądze.”¹²

Opis ten właściwie nie wymaga żadnego komentarza, wszystko jest w nim jasne.

Reasumując, Amway, z jednej strony jest firmą, która oferuje środki chemiczne w sprzedaży bezpośredniej ma też swoje drugie oblicze. Kryje się za nim kult pieniądza, którego uosobieniem jest DeVos. Ale te pieniądze są ogólnie dostępne, każdy może po nie sięgnąć (w domyśle: po to bóstwo), jeśli tylko stanie się innym człowiekiem, jeśli tylko stanie się człowiekiem Amwaya.

¹² Tamże.