

Malcolm Gladwell

The Tipping Point (How Little Things Can Make a Big Difference),
Ed. Back Bay Books ;
Little, Brown and Company,
2002, 301 p.

Având un succes puternic, răsunător chiar, prima carte a lui Malcolm Gladwell, apărută în martie 2000, a devenit în scurt timp un bestseller național în Statele Unite și un model teoretic la care se face referire în lucrările de specialitate din psihologie socială sau sociologie. Așa cum personal o consideră, *The Tipping Point* („Momentul de declanșare”) „este o carte despre schimbare (...) despre examinarea epidemiilor sociale care ne înconjoară” (http://www.gladwell.com/books2.html#q_and_a). Cum apreciază autorul, cartea își propune să prezinte un nou mod de analiză, de înțelegere a motivelor care influențează schimbarea, făcând-o să apară atât de rapid și de neașteptat – în special la nivel social.

Autorul s-a inspirat în construirea acestei *teorii* a momentului de declanșare ca element generator al schimbării sociale din studiul etapelor prin care trece o epidemie dinainte de izbucnirea ei și pâna la stingerea fenomenului. Sintagma *moment de declanșare* provine, de fapt, din epidemiologie, fiind un concept familiar epidemiologilor, și definește acel moment în care virusul atinge o răspândire critică („Este momentul de fierbere” – http://www.gladwell.com/books2.html#q_and_a). Spre exemplu, SIDA a izbucnit în 1982, când a trecut de la o boală foarte rară, ce afectase câțiva bărbați homosexuali, la o epidemie răspândită peste tot în lume.

„Gândiți-vă, pentru un moment, la o epidemie de pojar care apare într-o grădiniță. Un copil introduce în clasă virusul. Acesta se răspândește la toți copiii din clasă doar

în câteva zile. Apoi, în timp de o săptămână sau două, se stinge complet și nici unul dintre copii nu va mai face pojar.” (http://www.gladwell.com/books2.html#q_and_a)

Întrebarea de la care pornește întregul periplu oferit de autor în acest volum este următoarea: „Dacă orice proces/fenomen are un moment de declanșare propriu? Nu ar fi interesant să cauți și să găsești momentele de declanșare ale acestuia în afaceri, în programele sociale ori în advertising sau în orice alt domeniu non-medical?” (www.gladwell.com, Interview with Malcolm Gladwell). Drept rezultat al analizei propuse, teoria pe care o propune Malcolm Gladwell poate fi aplicată, în opinia acestuia, și în psihologie, și în sociologie sau epidemiologie, cartea fiind presărată de numeroase exemple din lumea afacerilor, din marketing, din educație, media și modă. Întregul volum se caracterizează, de fapt, prin faptul că este extrem de condensat din punctul de vedere al informațiilor și studiilor de caz din domenii cât mai diverse (criminologie, *word of mouth*, media – programe de televiziune pentru copii, sinucidere, fumatul la adolescenți etc.).

Malcolm Gladwell pornește de la ideea că sunt mai multe modalități de a „detona” o epidemie socială, astfel că abordează și explică, pe parcursul capitolelor cărții, cele trei elemente considerate a fi definitorii în explozia unui asemenea fenomen: persoanele ce transmit „agentul infecțios”, contagiunea în sine și ambientul, mediul în care respectivul agent operează (18). Numele pe care îl dă autorul acestor trei agenți definitorii sunt următoarele: *Legea celor puțini* (*The Law of the Few*), *Factorul/gradul de „aderență”* (*The Stickiness Factor*), *Puterea Contextului* (*The Power of Context*).

Conform acestui schelet ideatic, structura cărții este dezvoltată după cum urmează:

introducerea și primul capitol (3-29) sunt dedicate explicării schimbării ca și „moment dramatic” al unui proces („*Change happens not gradually but at one dramatic moment*”, 8) și prezentării regulilor epidemiei/contagiunii sociale (enumerate mai sus).

Capitolul doi (31-88) este dedicat regulii „Legea celor puțini” în declanșarea unei epidemii sociale, conform căreia contagiunea socială este realizată în principal din cauza unor „persoane speciale” (adică a celor puțini, care declanșează fenomenele de contagiune în progres exploziv), numite de autor „conectori, experți și vânzători” (*connectors, mavens, and salesmen* – 30). În același timp, este reamintită sintagma „contagiune socială” prin prezentarea unui experiment realizat de Stanley Milgram în anii '60, referitor la identificarea distanței de conectare între oameni (experimentul „scrierii în lanț”).

Capitolul trei (89-132) prezintă factorul de aderență, de imprimare a unei idei/imagini ca element generator al contagiunii. Exemplele sunt subsumate unui studiu de caz extrem de detaliat și de relevant asupra unor emisiuni educaționale pentru copii (*Sesame Street, Blue's Clues*)

Capitolele patru și cinci (133-192) sunt dedicate puterii contextului, ca element ce influențează puternic nu numai acțiunile, ci și comportamentul nonverbal al oamenilor. Între situațiile propuse de autor, cea mai relevantă este aceea a creșterii și descreșterii ratei criminalității în New York. Astfel, la mijlocul anilor '90, a fost un moment de descreștere puternică a ratei infracționalității cu două treimi (în anii '80, media criminalității era de 2 000 de omucideri și de 600 000 de delikte pe an). Acest rezultat surprinzător a fost generat de o abordare specială a departamentului de poliție în influențarea comportamentului oamenilor, abordare specifică puterii contextului (în scopul atenuării comportamentului violent al oamenilor). Astfel, poliția a mărit

numărul de reprezentanți ai legii care puteau fi văzuți, pur și simplu, pe străzi și au început să rețină/aresteze cât mai mulți delincvenți mărunți, cum sunt cei ce merg fără bilet în autobuz sau care afișează un comportament agresiv sau turbulent pe stradă. De asemenea, în colaborare cu primăria, au fost șterse toate desenele graffiti, au fost schimbate autobuzele sau vagoanele de tren pline de desene și cuvinte triviale. Modelul după care s-au ghidat poliștii a fost acela al „ferestrelor sparte” (*The Broken Windows Theory*), „Puterea contextului” (146) ca generator al schimbării, așa cum îl propune Gladwell.

Capitolele șase și șapte (193-252) sunt dedicate prezentării unor studii de caz.

Capitolul opt (153-160) are un caracter conclusiv tuturor ideilor propuse sub ideea contagiunii sociale prin discuții și exemple de anticipare, provocare sau reacții la momentul de declanșare al acesteia („Focus, Test and Believe”)

Fără a pretinde un discurs academic, deși conținutul de informație oferit cititorilor este extrem de bogat și de bine documentat, Malcolm Gladwell reușește să ofere „un nou set de instrumente” pentru înțelegerea fenomenelor sociale subsumate schimbării, la nivel macro. În același timp însă, cartea se dorește (în opinia autorului) un ghid practic, prin care cei ce reușesc să preia acest tip de gândire/analiză pot folosi „epidemii pozitive” pentru beneficiul/interesul propriu sau public. Elementul pozitiv al unui asemenea fenomen este faptul că, plecând de la un simplu detaliu, este suficient să se declanșeze un întreg proces sau sistem ce se poate împrăști cu mare rapiditate. Asemenea idei s-au declanșat deja în Statele Unite, ca rezultat al inspirației provocate de gândirea propusă de Gladwell, fenomenul *tipping point* fiind recunoscut și apreciat ca sursă de inspirație la nivel național – îndemnul folosit de un filantrop din New Jersey adresat unui lanț de 300 de biblioteci

publice din stat cărora le-a trimis câte un exemplar din *The Tipping Point* a fost următorul: „Folosiți gândirea din această carte pentru a crea ceva nou [și veți primi un grant pentru fiecare idee]”. Rezultatul a fost sponsorizarea a 21 de biblioteci în proiectele propuse (262). Alte exemple post-lansare a cărții pot fi găsite între paginile 261 și 280 („Afterword – Tipping Point Lessons from the Real World”, fragment scris de autor pentru ediția a II-a).

Tipul de incursiune pe care îl propune Malcolm Gladwell în analiza reacțiilor sociale la nivel macro și nu numai poate fi asemănat cu un alt tip de analiză a majorității – așa cum o face Elisabeth Noelle-Neumann în teoria spiralei tăcerii. Astfel că, așa cum oamenii au un simț special de „recunoaștere” a opiniei dominante (ceea ce gândesc majoritatea oamenilor) vizavi de un subiect sau despre o situație și de adoptare a unei atitudini corespunzătoare, de exprimare a propriei opinii sau de tăcere, de a deveni „*silent majority*” sau „*loud minority*” (Moscovici, 1991), și în teoria momentului de declanșare, oamenii adoptă simultan, brusc un anumit tip de reacție sau de comportament. Această manifestare macro apare însă ca rezultat al influenței celor care împrăștiu o anumită opinie (*word of mouth*; conectori, experți sau vânzători), în funcție de calitățile subiectului/obiectului sau situației în sine (*stickiness factor*) sau în funcție de context (*the power of context*).

O altă analogie a acestui tip de „aventură intelectuală” (*intellectual adventure story*), cum o numește autorul (www.gladwell.com) este aceea cu cartea lui Daniel Goleman, *Inteligența emoțională*, în sensul că și această propunere preia teorii și idei din științele sociale și le arată relevanța în viața de zi cu zi a oamenilor (de asemenea, ambele lucrări tratează un întreg capitol despre *word of mouth*).

Notă

Malcolm Gladwell scrie pentru *The New Yorker* din 1996 (*staff writer*), în perioada 1987-1996 fiind reporter pentru *The Washington Post*. Malcolm Gladwell s-a născut în 1963 în Anglia, dar a crescut în Canada, fiind absolvent de istorie al Universității din Toronto, în 1984.

Bibliografie

Moscovici, S. (1991). Silent Majorities and loud Minorities. *Communication Yearbook*, 14, 298-308.

Bogdana Baltasiu

Amitai Etzioni

Societatea monocromă, Iași, Editura Polirom, 2002, 368 p.

Născut la Köln (Germania) în 1929, Amitai Etzioni este autorul a 22 de cărți, numeroase articole publicate în *The Washington Post*, *Wall Street Journal*, *New York Times*. Printre lucrările sale se numără: *A Comparative Analysis of Complex Organizations* (1961), *Studies in Social Change* (1966), *The New Golden Rule: Community and Morality in a Democratic Society* (1996), *The Limits of Privacy* (1999). În 1958 își ia doctoratul în sociologie la University of California. În perioada 1994-1995, A. Etzioni este președintele Asociației Americane de Sociologie. În cadrul administrației Clinton, este consilier pe politici sociale, în prezent fiind profesor universitar la The George Washington University.

Cartea, cu o postfață semnată de Sorin Antohi, este structurată în 13 capitole-eseu cu teme foarte variate („Societatea monocromă”, „Este «stigmatizarea» rușinoasă?”, „Societatea postabundenței”, „Pot fi reale comunitățile virtuale?”, „Suferința copiilor”, „Sărbătorile: neglijate paturi germinative ale virtuții”, „Salemul fără vrăjitoare”,