

สารบัญ

บทนำ 9

บทที่หนึ่ง

สามองค์ประกอบ
ของการแพร่ระบาด 21

บทที่สอง

กฎว่าด้วยคนส่วนน้อย

ผู้เชื่อมโยง ผู้รู้ และนักขาย 37

บทที่สาม

ปัจจัยติดหนึบ

เซซามีสตริท บลูส์คลุส และเชื้อไวรัสการศึกษา 95

บทที่สี่

พลังของบริบทแวดล้อม (ตอนที่หนึ่ง)

เบิร์ตฮาร์ด เกิตซ์ และอัคราการเกิด
อาชญากรรมในนครนิวยอร์ก 139

บทที่ห้า

พลังของบริบทแวดล้อม (ตอนที่สอง)

150 : ตัวเลขมหัศจรรย์ 175

บทที่หก

กรณีศึกษา

ข่าวลือ รองเท้ากีฬา
และพลังของการแปลความหมาย 199

บทที่เจ็ด

กรณีศึกษา

การฆ่าตัวตาย การสูบบุหรี่
และการตามหาบุหรีที่ไม่ติดหนึบ 221

บทที่แปด

บทสรุป

จดจ่อ ทดสอบ แล้วค่อยเชื่อ 257

บทส่งท้าย

บทเรียนจากโลกความจริง 265

ประวัติผู้เขียน 285

บทนำ

ฮัทพ์ฟฟีส์เป็นรองเท้าหนังกลับยี่ห้อคลาสสิกของอเมริกา ซึ่งมีเอกลักษณ์ตรงที่พื้นรองเท้าทำจากยางน้ำหนักเบา จุดพลิกผันของรองเท้ายี่ห้อนี้เกิดขึ้นในช่วงรอยต่อระหว่างปี 1994 กับปี 1995

ก่อนหน้านั้นยอดขายของฮัทพ์ฟฟีส์เรียกได้ว่านิ่งสนิท โดยอยู่ที่ปีละแค่ 30,000 คู่เท่านั้น ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นร้านค้าในย่านไกลปีนเพียง บริษัท วูล์ฟเวอรีน ผู้ผลิตรองเท้าฮัทพ์ฟฟีส์ จึงพิจารณาอยู่ว่าจะเลิกผลิตรองเท้าที่เคยสร้างชื่อให้กับบริษัทหรือไม่ แต่แล้วก็เกิดเรื่องประหลาดขึ้น โดยในการถ่ายแบบครั้งหนึ่ง สไตลิสต์จากนครนิวยอร์กเล่าให้โอเวน แบ็กซ์เตอร์ และ เจฟฟรีย์ ลูวิส ผู้บริหารของฮัทพ์ฟฟีส์ ฟังว่าจู่ๆ รองเท้าฮัทพ์ฟีส์ก็ได้รับความนิยมอย่างมากในเซตแมนฮัตตัน แบ็กซ์เตอร์เล่าว่า “เขาบอกว่าร้านขายของมือสองในย่านอีสต์วิลเลจและโซโหต่างวางขายรองเท้าฮัทพ์ฟีส์กันทั้งนั้น บางคนก็ตระเวนไปซื้อจากร้านค้าเล็กๆ ที่ยังมีรองเท้ายี่ห้อนี้วางขายอยู่” ตอนแรกแบ็กซ์เตอร์และลูวิสงงกับสิ่งที่ได้ยิน เป็นไปได้อย่างไรที่รองเท้าที่เขยสนิทจะกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง “มีคนบอกเราว่า ไอแซค มิซราฮี* ก็สวมฮัทพ์ฟีส์เหมือนกัน” ลูวิสบอก “แต่จะว่าไปแล้ว ตอนนั้นเราไม่รู้ด้วยซ้ำว่าไอแซค มิซราฮี เป็นใคร”

พอถึงฤดูใบไม้ร่วงปี 1995 ความนิยมก็แผ่ขยายออกไปอย่างรวดเร็วราวกับไฟลามทุ่ง โดยเริ่มจากนักออกแบบเสื้อผ้าชื่อจอห์น บาร์ตเลตต์

* นักออกแบบเครื่องแต่งกายชื่อดังชาวอเมริกัน

ซึ่งติดต่อนำเข้ามาเพราะต้องการนำรองเท้าฮัซพัฟฟีส์ไปประกอบคอลเลกชันสำหรับฤดูใบไม้ผลิ จากนั้นแอนนา ซุย นักออกแบบเสื้อผ้าอีกคนก็ขอนำรองเท้าไปใช้ในการแสดงแฟชั่นโชว์ของตัวเอง ส่วนโจเอล พิตซ์เจอร์ลด์ นักออกแบบเสื้อผ้าจากนครลอสแอนเจลิสก็นำตุ๊กตาเปาลมรูปสุนัขพันธุ์บาสเซตฮาวด์ (ซึ่งเป็นโลโก้ของฮัซพัฟฟีส์) ขนาดสูงกว่า 7 เมตรไปติดไว้บนหลังคาร้านของเขาในย่านฮอลลีวูด ทั้งยังจัดการรื้อถอนห้องจัดแสดงงานศิลปะที่อยู่ติดกันเพื่อทำเป็นร้านขายรองเท้าฮัซพัฟฟีส์ ตอนที่ร้านของเขาอยู่ในระหว่างการตกแต่งนั้น นักแสดงตลกชื่อพอล รูเบนส์ ก็เดินเข้ามาเพื่อขอซื้อรองเท้า “เขารู้ข่าวจากการบอกเล่าแบบปากต่อปากอย่างเดียวเลยครับ” พิตซ์เจอร์ลด์เล่า

ในปี 1995 บริษัทขายรองเท้าได้ถึง 430,000 คู่ ส่วนยอดขายในปีถัดมาเพิ่มขึ้นกว่าสี่เท่า และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปีต่อๆ มา ส่งผลให้ฮัซพัฟฟีส์กลับมาเป็นรองเท้าที่ขายหนุ่อมอเมริกันทุกคนต้องมียึดเอาไว้อีกครั้ง ในปี 1996 ฮัซพัฟฟีส์ได้รับรางวัลเครื่องแต่งกายยอดเยี่ยมจากสมาคมนักออกแบบแฟชั่น ในงานเลี้ยงประกาศรางวัลที่อาคารลินคอล์นเซ็นเตอร์ ประธานบริษัทได้ขึ้นไปยืนบนเวทีกระแทกไหล่กับคาลวิน ไคลน์ และดอนนา คาราน อย่างไรก็ตาม เขาเป็นคนแรกที่ยอมรับว่า ความสำเร็จของฮัซพัฟฟีส์ไม่ใช่ผลงานของบริษัทเลยสักนิดเดียว เขาพูดถูกแล้วครับ เพราะว่ารองเท้าที่ยี่ห้อนี้ได้รับความนิยมถล่มทลายขึ้นมาแบบไม่มีปีมีขลุ่ยด้วยความช่วยเหลือของวัยรุ่นกลุ่มหนึ่งที่อาศัยอยู่ในย่านฮิสตริคัลเลจและไซโหต์ต่างหาก

แล้วมันเกิดขึ้นได้อย่างไรละ ไม่ว่าวัยรุ่นกลุ่มนั้นจะเป็นใครก็ตาม พวกเขาไม่ได้มีเจตนาจะโฆษณาให้กับฮัซพัฟฟีส์แต่อย่างใด พวกเขาสวมรองเท้ายี่ห้อนี้เพียงเพราะมันไม่เหมือนใครเท่านั้น แต่แล้วนักออกแบบสองคนก็สะดุดตากับมันเข้า จึงนำมาใช้ประกอบเครื่องแต่งกายสำหรับตลาดบน ฮัซพัฟฟีส์กลับมาดังเปรี้ยงปร้างเพราะเหตุบังเอิญแท้ๆ ไม่ใช่

เพราะการวางแผนของใครเลย มันได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนแตะจุดพลิกผันและเกิดเป็นปรากฏการณ์ลูกกลมไปในวงกว้าง รองเท้าคู่ละ 30 ดอลลาร์ซึ่งเคยเป็นที่นิยมเฉพาะในหมู่วัยรุ่นและนักออกแบบกลุ่มเล็กๆ ในเขตแมนฮัตตัน กลายเป็นรองเท้ายอดนิยมที่มีวางขายตามร้านค้าทั่วประเทศภายในเวลาแค่ 2 ปีได้อย่างไรกัน

1.

ครั้งหนึ่งถนนหนทางในย่านคนจนอย่างบราวน์สวิลล์และอีสต์นิวยอร์กของนครนิวยอร์กจะไร้เงาผู้คนในช่วงพลบค่ำ ไม่มีคนเดินบนทางเท้า ไม่มีเด็กขี่จักรยานบนถนน ไม่มีคนเฒ่าคนแก่นั่งตามเฉลียงและม้านั่งในสวนสาธารณะ เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวมียาเสพติดแพร่ระบาดและสงครามระหว่างแก๊งอาชญากรรมได้ทุกเมื่อ ผู้คนจึงหลบอยู่แต่ในห้องพักของตัวเองเพื่อความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ตำรวจซึ่งประจำการอยู่ในย่านบราวน์สวิลล์ในช่วงทศวรรษ 1980 ถึงต้นทศวรรษ 1990 เล่าว่า ในสมัยนั้นพื้นที่ที่ดวงอาทิตย์ตกดิน วิญญาณของพวกเขามีแต่เสียงรายงานอาชญากรรมร้ายแรงสารพัดรูปแบบเข้าไปยังศูนย์ ในปี 1992 มีเหตุฆาตกรรมเกิดขึ้น 2,154 ครั้งในนครนิวยอร์ก และเกิดเหตุอาชญากรรมร้ายแรงขึ้น 626,182 ครั้ง โดยส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในย่านคนจนอย่างบราวน์สวิลล์และอีสต์นิวยอร์ก

แต่แล้วก็เกิดเรื่องประหลาดขึ้น สถานการณ์มาถึงจุดพลิกผันอันเป็นปริศนา ฐาฏ อัตราการเกิดอาชญากรรมกลับลดลงฮวบฮาบ โดยภายในเวลาห้าปี เหตุฆาตกรรมลดลง 64.3 เปอร์เซ็นต์ เหลือเพียง 770 ครั้งต่อปี ส่วน

อาชญากรรมก็ลดลงเกือบครึ่งเหลือเพียง 355,893 ครั้งต่อปี ถนนหนทางในย่านบราวน์สวิลล์และอีสต์นิวยอร์กกลับมามีคนล่อลวงด้วยผู้คนอีกครั้ง เด็กๆ ออกมาซื้อจักรยาน และคนเฒ่าคนแก่ก็กลับมานั่งที่เฉลียงได้เหมือนอย่างเคย “ช่วงหนึ่งมีเสียงกราดยิงบ่อยเสียจนเป็นเรื่องธรรมดาว่ากับอยู่ในป่าของประเทศเวียดนาม” สารวัตรเอ็ดเวิร์ด เมสซาตรี แห่งสถานีตำรวจบราวน์สวิลล์กล่าว “แต่ตอนนี้ผมไม่ได้ยินเสียงปืนอีกแล้ว”

ตำรวจนิวยอร์กอธิบายว่า นี่เป็นผลจากการยกเครื่องมาตรการรักษาความสงบเรียบร้อยครั้งใหญ่ ด้านนักอาชญาวิทยาบอกว่า เป็นเพราะการค้าโคเคนลดลงและประชากรมีอายุมากขึ้น ในขณะที่นักเศรษฐศาสตร์ก็บอกว่า เศรษฐกิจที่กระเตื้องขึ้นตลอดช่วงทศวรรษ 1990 ทำให้คนมีงานทำจึงไม่ต้องไปเป็นโจร ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสาเหตุเดิมๆ ที่ถูกหยิบขึ้นมาอธิบายปัญหาสังคมทุกรูปแบบ แต่สุดท้ายแล้วก็ไม่มีข้อไหนให้คำตอบได้อย่างแท้จริงเลย เพราะความเปลี่ยนแปลงทางด้านยาเสพติด ประชากร และเศรษฐกิจเป็นแนวโน้มระยะยาวที่เกิดขึ้นทั่วประเทศ จึงไม่สามารถอธิบายได้ว่าทำไมอัตราการเกิดอาชญากรรมในนิวยอร์กถึงได้ลดลงมากกว่าเมืองอื่นๆ แบบเทียบกันไม่ติดภายในระยะเวลาสั้นๆ ถึงแม้มาตรการรักษาความสงบเรียบร้อยของตำรวจจะมีบทบาทไม่น้อย แต่มันก็ยังไม่ได้สัดส่วนกับผลกระทบที่เกิดขึ้นกับย่านบราวน์สวิลล์และอีสต์นิวยอร์กอยู่ดี เพราะอัตราการเกิดอาชญากรรมในนิวยอร์กไม่ได้ลดลงแบบค่อยเป็นค่อยไปตามปัจจัยต่างๆ ที่ค่อยๆ ดีขึ้น แต่มันลดลงแบบฮวบฮาบต่างหาก การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมเพียงไม่กี่อย่างทำให้อัตราการเกิดอาชญากรรมลดลงถึง 2 ใน 3 ภายในเวลาห้าปีได้อย่างไรกัน

2.

หนังสือเล่มนี้พูดถึงแนวคิดที่เรียบง่ายมากๆ นั่นคือ หนทางที่ดีที่สุดในการทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงอันน่าพิศวงที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นกระแสแฟชั่น อัตราการเกิดอาชญากรรมที่ตึงเครียด หนังสือฆ่ามดที่ดังถล่มทลาย กระแสการสูบบุหรี่ของวัยรุ่น หรือปรากฏการณ์แบบปากต่อปากนั้น คือการมองปรากฏการณ์เหล่านี้ในฐานะโรคระบาด เพราะแนวคิด ผลิตภัณฑ์ ข้อความ และพฤติกรรมต่างๆ ล้วนแพร่ระบาดได้แบบเดียวกับเชื้อไวรัส

ความเฟื่องฟูของฮັชแท็กฟิฟตี้และอัตราการเกิดอาชญากรรมที่ลดลงในนครนิวยอร์กถือเป็นตัวอย่างอันยอดเยี่ยมของการแพร่ระบาดเลยทีเดียว ได้ถึงแม้ทั้งสองกรณีจะดูเหมือนไม่มีอะไรคล้ายกันเลย แต่แท้จริงแล้วกลับมีคุณลักษณะพื้นฐานที่เหมือนกัน ประการแรก พวกมันแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมที่สามารถติดต่อกันได้ ไม่มีใครผลิตโฆษณาออกมาบอกว่ารอกเท้าฮັชแท็กฟิฟตี้รุ่นดั้งเดิมเป็นรอกเท้าสุดเท่ที่ทุกคนควรใส่ วัยรุ่นพวกนั้นแค่สวมมันตอนไปเที่ยวคลับ นั่งในร้านกาแฟ หรือเดินบนท้องถนนในย่านใจกลางเมืองของนิวยอร์ก ซึ่งกลายเป็นการเผยแพร่สนิยมทางแฟชั่นของพวกเขาออกไปจนคนอื่น ๆ ติด “เชื้อไวรัส” ฮັชแท็กฟิฟตี้เข้าไปด้วย

อัตราการเกิดอาชญากรรมที่ลดลงของนครนิวยอร์กก็เช่นกัน มันไม่ได้เกิดขึ้นเพราะรู้ๆ ว่าที่อาชญากรทั้งหลายถูกคิดขึ้นมาได้ว่าควรเลิกก่อกรรมทำชั่ว และก็ไม่ได้เป็นเพราะตำรวจเข้าป้องกันเหตุการณ์ที่อาจบานปลายเอาไว้มากผิดปกติด้วย แท้จริงแล้วสิ่งที่เกิดขึ้นคือ มีคนจำนวนหนึ่งได้รับผลกระทบบางอย่างจากตำรวจหรือแรงผลักดันทางสังคมใหม่ๆ และเริ่มมีพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิงในบางสถานการณ์ ต่อมาพฤติกรรมดังกล่าวก็แพร่ระบาดไปสู่ที่ว่าที่อาชญากรคนอื่นๆ ใน

สถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน เพียงไม่นานคนจำนวนมากในนครนิวยอร์กก็ “ติดเชื้อ” ไวรัสต่อต้านอาชญากรรมในที่สุด

คุณลักษณะประการที่สองก็คือ การเปลี่ยนแปลงเล็กๆ น้อยๆ ส่งผลกระทบอย่างใหญ่หลวง โดยต้นตอแท้จริงที่ทำให้อัตราการเกิดอาชญากรรมในนครนิวยอร์กลดลงเป็นเพียงความเปลี่ยนแปลงเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้น ทั้งการค้าโคเคนที่ค่อยๆ ซาลง ประชากรที่มีอายุมากขึ้นนิดหน่อย และตำรวจที่ทำงานดีขึ้นแบบพอหอมปากหอมคอ แต่ผลกระทบที่เกิดขึ้นตามมานั้นใหญ่หลวงนัก กรณีของฮัซพัฟฟี่ส์ก็เช่นกัน เริ่มแรกอาจมีวัยรุ่นที่สวมรองเท้ายี่ห้อนี้ในแมนฮัตตันแค่ 20 คน 50 คน หรืออย่างมากก็ 100 คน เท่านั้น แต่พฤติกรรมของพวกเขากลับจุดชนวนให้เกิดปรากฏการณ์ลูกกลมที่ระเบิดไปทั่วโลกขึ้นมา

คุณลักษณะประการสุดท้ายคือ การเปลี่ยนแปลงในทั้งสองกรณีไม่ได้เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอและค่อยเป็นค่อยไป แต่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน แผนภูมิที่แสดงอัตราการเกิดอาชญากรรมในนครนิวยอร์กในช่วงกลางทศวรรษ 1960 ถึงปลายทศวรรษ 1990 จะช่วยให้เราเห็นภาพได้เป็นอย่างดี เพราะมันดูเหมือนเส้นโค้งขนาดยักษ์ไม่มีผิด โดยในปี 1965 มีคดีอาชญากรรมเกิดขึ้นในนิวยอร์ก 200,000 ครั้ง และนับตั้งแต่นั้นมา ตัวเลขก็ไต่ระดับสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยเพิ่มขึ้นสองเท่าภายในสองปีและพุ่งทะยานแบบแรงดีไม่มีตกจนแตะระดับ 650,000 ครั้งต่อปีในช่วงกลางทศวรรษ 1970 และทรงตัวอยู่ในระดับนั้นตลอดยี่สิบปีถัดมา จนกระทั่งเข้าสู่ปี 1992 มันก็ลดลงอย่างรวดเร็วพอๆ กับตอนที่ทะยานขึ้นเมื่อ 30 ปีก่อน โปรดสังเกตว่าอาชญากรรมไม่ได้ลดลงทีละนิด แต่หดหายไปราวกับมีใครเหยียบเบรกเลยทีเดียว

คุณลักษณะทั้งสามประการดังกล่าว (หนึ่ง การติดต่อกันได้ง่าย สอง การเปลี่ยนแปลงเล็กๆ น้อยๆ ก่อให้เกิดผลกระทบอันใหญ่หลวง

และสาม การเกิดขึ้นแบบฉับพลันทันใด) นั้นเป็นหลักการเดียวกับที่นักระบาดวิทยาใช้ทำความเข้าใจการแพร่ระบาดของโรคหัดในหมู่เด็กนักเรียนชั้นประถมหรือใช้หัดใหญ่ในช่วงฤดูหนาวของทุกปี ทั้งนี้คุณลักษณะประการที่สาม (การแพร่ระบาดอาจเพิ่มขึ้นและลดลงได้ในเวลาอันสั้น) ถือเป็นข้อที่สำคัญที่สุด เพราะมันช่วยให้เราเข้าใจคุณลักษณะสองประการแรกได้ดีขึ้น ทั้งยังเข้าใจความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบันได้อย่างทะลุปรุโปร่งอีกด้วย โดยเราจะเรียกช่วงเวลาสำคัญที่เกิดปรากฏการณ์ลูกลามจนทุกสิ่งทุกอย่างเปลี่ยนแปลงไปแบบพลิกหน้ามือเป็นหลังมือว่า “จุดพลิกผัน (tipping point)”

3.

โลกที่ดำเนินไปตามกฎของการแพร่ระบาดแตกต่างจากโลกที่เราใช้ชีวิตอยู่ในปัจจุบันมากนัก ลองดูอย่างคุณลักษณะประการแรกเรื่องการติดต่อถึงกันได้ง่ายสิครับ เมื่อพูดถึงคำนี้ คุณคงนึกถึงโรคหัดและไข้หัดใหญ่ หรืออาจนึกไปถึงอะไรที่อันตรายมากๆ อย่างเชื้อเอชไอวีและอีโบลา เพราะในความคิดของเรา สิ่ง que ติดต่อกันได้มักเป็นเชื้อโรค แต่ในเมื่ออาชญากรรมและแฟชั่นก็สามารถแพร่ระบาดได้ ดังนั้นทุกสิ่งทุกอย่างก็น่าจะติดต่อกันได้เหมือนเชื้อไวรัส อย่างเช่นการหาใจครับ การหาใจเป็นพฤติกรรมที่ทรงพลังอย่างไม่น่าเชื่อ แต่คุณอ่านเจอคำว่า “หาใจ” ในสองประโยคที่ผ่านมา (และในประโยคนี้) คุณผู้อ่านจำนวนไม่น้อยก็กำลังจะหาใจออกมาแล้ว ผมเองก็หาใจไปสองครั้งตอนที่เขียนย่อหน้านี้ ถ้าคุณอ่านหนังสือเล่มนี้ในที่สาธารณะแล้วหาใจออกมา คนที่เห็นคุณหาใจก็น่าจะหาใจตามไปด้วย ซึ่งจะไปกระตุ้น

คนที่เห็นพวกเขาให้หาวออกมาอีกทอดหนึ่ง เป็นเช่นนี้ต่อไปเรื่อยๆ จนเกิดเป็นเครือข่ายการหาวที่ขยายตัวออกไปไม่รู้จบ

การหาวสามารถติดต่อถึงกันได้ง่ายอย่างที่คุณคาดไม่ถึงเลยทีเดียว แค่เขียนคำว่า “หาว” ผมก็ทำให้คุณผู้อ่านบางคนหาวออกมาได้แล้ว ส่วนคนที่เห็นคุณหาวก็ติดเชื้อเข้าไปและหาวตามไปด้วย ซึ่งถือเป็นรูปแบบที่สองของการติดต่อ นอกจากนี้ยังมีคนที่หาวออกมาเพียงเพราะได้ยินเสียงคุณหาว ซึ่งนับเป็นการติดต่อรูปแบบที่สาม ด้วยความสามารถติดต่อถึงกันได้ทางการฟังเช่นนี้ ถ้าคุณเปิดเทปบันทึกเสียงคนหาวให้คนตาบอดฟัง พวกเขาก็จะหาวออกมาเช่นกัน และหากคุณหาวขณะที่กำลังอ่านเนื้อหาช่วงนี้อยู่ คุณอาจเกิดความคิดแวบขึ้นมาว่าตัวเองกำลังล่าผมเชื่อว่าต้องมีบางคนคิดแบบนี้แน่ๆ นี่หมายความว่า การหาวสามารถติดต่อถึงกันในระดับอารมณ์ความรู้สึกได้ด้วย เพียงแค่ผมเขียนคำคำหนึ่งก็สามารถกระตุ้นให้คุณเกิดความรู้สึกอะไรบางอย่างได้แล้ว เพื่อไวรัสไข้หวัดใหญ่จะทำได้ขนาดนี้หรือเปล่า คุณคงพอเห็นภาพแล้วว่า ทุกสิ่งทุกอย่างสามารถติดต่อถึงกันได้ ในแบบที่เราไม่เคยคาดคิด นี่เป็นหลักการที่จะช่วยให้เราสังเกตเห็นและวิเคราะห์การแพร่ระบาดได้

ส่วนคุณลักษณะประการที่สองที่ว่า การเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยๆ ก่อให้เกิดผลกระทบใหญ่หลวงนั้น ก็ถือเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างสุดโต่งไม่แพ้กัน มนุษย์เราถูกสอนมาให้ใช้ชีวิตด้วยการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุและผลลัพธ์ ถ้าเราต้องการสื่อสารอารมณ์ความรู้สึกที่จริงจัง อย่างการโน้มน้าวให้ใครสักคนเชื่อว่าเรารักเขา เราก็รู้ว่าจะต้องพูดให้กินใจ และตรงไปตรงมา ถ้าเราต้องการบอกข่าวร้ายกับใครบางคน เราก็จะพูดด้วยเสียงทุ้มต่ำและเลือกใช้ถ้อยคำอย่างระมัดระวัง เราถูกสอนให้คิดว่าการติดต่อสื่อสาร ความสัมพันธ์ หรือระบบต่างๆ สิ่งใดก็ตามที่เราใส่ลงไปจะต้องได้สัดส่วนกับผลลัพธ์ที่ออกมา (ทั้งในแง่ของปริมาณและคุณภาพ)

ลองดูตัวอย่างจากปริศนาต่อไปนี้ก็ได้ครับ ถ้าผมแจกกระดาษแผ่นใหญ่ให้คุณหนึ่งแผ่น แล้วขอให้คุณพับกระดาษหนึ่งทบ จากนั้นก็พับแบบนี้ไปเรื่อย ๆ ซ้ำแล้วซ้ำเล่าจนกว่าจะครบ 50 ทบ คุณคิดว่ากระดาษที่พับเสร็จแล้วจะหนาแค่ไหนครับ เวลาตอบคำถามนี้ คนส่วนใหญ่จะจินตนาการว่าตัวเองกำลังพับกระดาษแผ่นนั้นอยู่ และเดาว่ากระดาษที่พับเสร็จแล้วน่าจะหนาพอๆ กับสมุดหน้าเหลือง หรืออย่างมากที่สุดก็อาจทายว่ามันจะหนาพอๆ กับความสูงของผู้เฒ่า แต่คำตอบที่แท้จริงก็คือความหนาของกระดาษจะเท่ากับระยะทางจากโลกถึงดวงอาทิตย์! และถ้าพับเพิ่มอีกทบเดียว ความหนาจะเท่ากับระยะทางไปกลับระหว่างดวงอาทิตย์กับโลกเลยทีเดียว นี่คือตัวอย่างของสิ่งที่เรียกกันในทางคณิตศาสตร์ว่า อนุกรมเรขาคณิต การแพร่ระบาดก็เป็นไปตามลักษณะของอนุกรมเรขาคณิตเช่นกัน โดยเมื่อเชื้อไวรัสแพร่ระบาดในหมู่ประชากรจำนวนผู้ติดเชื้อก็จะเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวไม่ต่างจากการพับกระดาษแผ่นเดียว จนหนาเท่ากับระยะทางจากโลกไปยังดวงอาทิตย์เลย ปรากฏการณ์เช่นนี้ทำให้เราต้องสับสนอยู่ตลอดเวลา เพราะผลลัพธ์สุดท้ายดูจะใหญ่โตกว่าต้นกำเนิดแบบผิดสัดส่วนสุดๆ ดังนั้นเพื่อทำความเข้าใจพลังของการแพร่ระบาดอย่างถ่องแท้ เราต้องสลัดความเชื่อดังกล่าวทิ้งไปก่อน และเตรียมใจยอมรับความเป็นไปได้ที่ว่า บางครั้งการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ก็เกิดขึ้นจากจุดเล็กๆ แถมยังเปลี่ยนแปลงแบบฉับพลันอีกด้วย

ส่วนคุณลักษณะที่สามเรื่องการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันนั้นถือเป็นหัวใจสำคัญของจุดพลิกผันเลยล่ะครับ และน่าจะเป็นคุณลักษณะที่เราทำใจยอมรับได้ยากที่สุดด้วย คำว่า “จุดพลิกผัน” เริ่มเป็นที่นิยมครั้งแรกในช่วงทศวรรษ 1970 เพื่อใช้เรียกสถานการณ์ที่คนผิวขาวในเมืองเก่าแก่ทางตะวันออกเฉียงเหนือของอเมริกาพากันย้ายไปอยู่ตามแถบชานเมือง นักสังคมวิทยาพบว่า เมื่อย่านใดมีชาวอเมริกันผิวดำย้ายเข้ามาอยู่มาก

จนถึงระดับหนึ่ง เช่น 20 เปอร์เซนต์ ย่านนั้นจะเกิดการ “พลิกผัน” โดยคนผิวขาวที่ยังอาศัยอยู่ในบริเวณนั้นจะพากันอพยพออกไปทันที ดังนั้นจุดพลิกผันก็คือช่วงเวลาที่สถานการณ์มาถึงจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญนั่นเอง เช่น อัตราการเกิดอาชญากรรมในนครนิวยอร์กมีจุดพลิกผันในช่วงต้นทศวรรษ 1990 ส่วนฮัซพัฟฟ์ส์ก็มีจุดพลิกผันที่ทำให้พื้นที่กลับขึ้นมาจนได้ นอกจากนี้ เทคโนโลยีใหม่ๆ ทุกรูปแบบก็มีจุดพลิกผันเช่นกัน ตัวอย่างเช่นบริษัทฮาร์ปเปิดตัวเครื่องโทรสารราคาถูกรุ่นแรกในปี 1984 และทำยอดขายในอเมริกาได้ประมาณ 80,000 เครื่องในปีแรก ตลอดช่วง 3 ปีต่อมา บริษัทห้างร้านต่างๆ ก็ทยอยซื้อเครื่องโทรสารมาใช้งานมากขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งในปี 1987 เครื่องโทรสารได้กลายเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ทุกคนควรมีไว้ ดังนั้นปี 1987 จึงถือเป็นจุดพลิกผันของเครื่องโทรสาร เพราะแค่ปีนั้นปีเดียว ยอดขายก็พุ่งสูงถึงหนึ่งล้านเครื่อง และเพิ่มขึ้นอีกสองล้านเครื่องก่อนถึงปี 1989 เรื่องราวของโทรศัพท์มือถือก็เป็นไปในทำนองเดียวกัน โดยตลอดช่วงทศวรรษ 1990 โทรศัพท์มือถือมีขนาดเล็กลงและราคาถูกลงอย่างต่อเนื่อง ส่วนการให้บริการของเครือข่ายก็ดีขึ้นเรื่อยๆ จนมาถึงจุดพลิกผันในปี 1998 เมื่อจู่ๆ ทุกคนก็มีโทรศัพท์มือถือใช้กันถ้วนหน้า

การแพร่ระบาดของชนิดล้วนมีจุดพลิกผันทั้งนั้น โจนาธาน เครน นักสังคมวิทยาจากมหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ ได้ทำการวิจัยว่าจำนวนของบุคคลต้นแบบในชุมชนมีอิทธิพลต่อชีวิตของวัยรุ่นในชุมชนนั้นๆ อย่างไรบ้าง (บุคคลต้นแบบในที่นี้หมายถึงผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ผู้บริหาร และครู ซึ่งสำนักงานลัมมะโนประชากรสหรัฐระบุว่าเป็นอาชีพที่ “มีเกียรติ”) เขาพบว่า อัตราการตั้งครรรค์และอัตราการลาออกจากโรงเรียนกลางคันของวัยรุ่นในชุมชนที่มีบุคคลต้นแบบอยู่ 40 เปอร์เซนต์กับชุมชนที่มีบุคคลต้นแบบอยู่ 5 เปอร์เซนต์นั้นแทบไม่แตกต่างกันเลย แต่พื้นที่ที่ตัวเลขดังกล่าวลดลงต่ำกว่า 5 เปอร์เซนต์ สารพัดปัญหา ก็จะปะทุขึ้น ตัวอย่างเช่น เมื่อจำนวน

บุคคลต้นแบบลดลงจาก 5.6 เปอร์เซนต์เหลือ 3.4 เปอร์เซนต์ อัตราการลาออกจากโรงเรียนกลางคันของนักเรียนอเมริกันผิวดำก็เพิ่มขึ้นกว่าสองเท่า ส่วนอัตราการตั้งครรภ์ของเด็กสาววัยรุ่นก็ไปในทิศทางเดียวกัน คนเรามักทึกทักเอาเองว่า ปัญหาชุมชนและปัญหาสังคมจะลดลงด้วยอัตราที่คงที่ แต่ความจริงแล้ว ในบางกรณีมันจะลดลงแบบฮวบฮาบ เมื่อสถานการณ์มาถึงจุดพลิกผัน โรงเรียนต่างๆ ก็ไม่สามารถควบคุมความประพฤติของนักเรียนได้อีกต่อไป และครอบครัวก็อาจแตกแยกได้ในพริบตา

สมัยยังเด็ก ผมได้เป็นสักขีพยานตอนที่ลูกสุนัขของที่บ้านเห็นหิมะเป็นครั้งแรก มันทั้งตกใจ เริงรำ และทำอะไรไม่ถูก ได้แต่กระดิกหางอย่างบ้าคลั่ง คมวัตถุปลูกปุ๋ยอันแปลกประหลาด และร้องครางหงิๆ ด้วยความสงสัย ความจริงอากาศในเช้าวันนั้นไม่ได้หนาวกว่าคืนก่อนหน้ามากนัก โดยอุณหภูมิของคืนก่อนน่าจะอยู่ที่ 1 องศาเซลเซียส ส่วนอุณหภูมิของวันที่หิมะตกน่าจะอยู่ที่ 0 องศาเซลเซียส เรียกได้ว่าแทบไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงเลย แต่ทุกอย่างกลับไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป สิ่งที่เราควรจะกลายเป็นผกผันตกลงมาเป็นหิมะ! มนุษย์เราชอบความเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป จึงมักคาดการณ์สิ่งต่างๆ โดยผูกกับเวลาที่ผันผ่าน แต่โลกแห่งจุดพลิกผันคือโลกที่เรื่องไม่คาดคิดจะกลับกลายเป็นจริงขึ้นมา การเปลี่ยนแปลงจากหน้ามือเป็นหลังมือไม่เพียงแค่มีโอกาสจะเกิดขึ้นเท่านั้น แต่มันจะเกิดขึ้นอย่างแน่นอน

ในการเดินทางสำรวจแนวคิดสุดโต่งดังกล่าว ผมจะพาคุณไปยังเมืองบัลติมอร์เพื่อทำความเข้าใจเรื่องการแพร่ระบาดของโรคซิฟิลิส คุณจะรู้จักกับบุคคลผู้นำทั้งสามประเภทที่เรียกว่า ผู้รู้ (Maven) ผู้เชื่อมโยง (Connector) และนักขาย (Salesman) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในปรากฏการณ์ปากต่อปากที่เป็นตัวกำหนดรสนิยม กระแส และแฟชั่น ผมจะพาคุณไปเจาะลึกเบื้องหลังฉากของรายการเด็กอย่าง*เซซามีสต리트*และ*บลูส์คลุส*

และกระโจนเข้าสู่โลกอันน่าตื่นตาตื่นใจของชายที่มีส่วนทำให้บริษัท
โคลัมเบีย เรคคอร์ด คลับ กลายเป็นผู้นำในตลาด เพื่อดูว่าเขาออกแบบ
ข้อความอย่างไรให้มันส่งผลกระทบต่อผู้รับสารทั้งหมดได้มากที่สุด จากนั้น
ผมจะพาคุณแวะไปยังบริษัทผลิตสินค้าไฮเทคแห่งหนึ่งในรัฐเดลาแวร์เพื่อ
พูดคุยถึงจุดพลิกผันที่สำคัญอย่างมากต่อการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม แล้ว
ต่อด้วยการสำรวจระบบรถไฟใต้ดินของนครนิวยอร์กเพื่อทำความเข้าใจ
ว่าการแพร่ระบาดของอาชญากรรมยุติลงได้อย่างไร ทั้งนี้เพื่อตอบคำถาม
อันเรียบง่ายสองข้อที่คนเป็นครู พ่อแม่ นักการตลาด นักธุรกิจ หรือ
ผู้กำหนดนโยบายล้วนต้องการคำตอบ นั่นคือ ทำไมแนวคิด พฤติกรรม หรือ
ผลิตภัณฑ์บางอย่างถึงสามารถแพร่ระบาดออกไปได้ แล้วเราจะจุดชนวน
และควบคุมการแพร่ระบาดของเราเองได้อย่างไร