

An individual filters all of this information, and what emerges from that filtering is the person's subjectivity. Although Gladwell suggests that we have a perceived sense of subjective continuity because «most of us are really good at controlling our environment», that control is tentative at best and vulnerable to alterations that could have unexpected effects on us.

Yet that uncertainty is precisely where rhetoric has an opportunity to intervene in ecological conditions, not to curb an epidemic but to start one. To work with environment in the cultivation of an epidemic, rhetoric is not merely a matter of attending to cues from an auditor's physical context but also necessarily becomes part of the environment that shapes the auditor's subjectivity.

What we learn from these insights into the constitutive power of environment is that any rhetoric-as-contagion will only spread if it becomes part of the environment in which subjects might emerge. To understand how that emergence happens, and what else besides physical environment plays a role in it, we will now turn to the crux of an epidemic ecology: the influence of our social networks.

HOSTS: INFLUENTIAL NETWORKS

By definition, epidemics cannot happen without people. Even biological outbreaks are ultimately social phenomena because they "work on the social bond and circulate via communication channels of everyday nature" (Parikka 293). To understand an epidemic, then, we need to identify the networks of people who make up a community suffering from an outbreak and what made them more susceptible than others.

In cultural epidemics, people and their relationships to one another are even more vital because these epidemics are largely based on the dynamics of what is commonly referred to as "word of mouth." Whether via online communication or face to face conversations, word of mouth epidemics are a primary means of social contagion and thus social influence.

Индивидуальные фильтры, применяемые к информации, и то, что становится результатом фильтрации, образует субъективное восприятие человека. Хотя Гладуэлл говорит о том, что мы обладаем осознанным восприятием субъективной непрерывности, так как «большинство из людей действительно хорошо контролируют ту среду, которая их окружает», однако контроль является в лучшем случае предварительным и уязвимым для изменений, которые могут оказать неожиданные эффекты на нас.

И все же такая неопределенность присутствует именно там, где риторика имеет возможность вмешаться в экологическую обстановку, не для пресечения эпидемии, а для того, чтобы ее развязать. Взаимодействуя с окружающей средой в условиях развития эпидемии, риторика является не только реакцией на сигналы от аудитории в физическом контексте, но также обязательно становится частью окружающей среды, которая формирует восприятие аудитории.

Мы узнали, изучив определяющую силу окружающей среды, что любая идея будет распространяться словно инфекция, только если станет частью окружения, в которой данная тематика может возникнуть. Чтобы понять как это происходит, и что еще влияет на физическую среду за ее пределами, мы обратимся к сути эпидемической экологии: влиянию социальных сетей.

ГОСПОДСТВУЮЩЕЕ ВЛИЯНИЕ СЕТЕЙ

По определению, эпидемии не могут возникнуть без участия людей. Даже биологические вспышки в конечном счете являются социальным феноменом, так как они «действуют на социальном уровне взаимодействий и ежедневно циркулируют в природе через коммуникационные каналы». (Парикка 293). Чтобы понять суть эпидемии, нам необходимо определить группы людей, которые составляют общество страдающих от вспышек эпидемии, и выявить, что делает их более восприимчивыми, нежели остальных.

В культурной пандемии роль людей и их взаимоотношений еще более важна, так как подобное явление основано на динамике, которую обычно называют «из уст в уста». Независимо от того, осуществляется коммуникация через интернет или же вербальным путем – «лицом к лицу», слово является основным средством социального заражения, и, таким образом, социального воздействия.

Moreover, word-of-mouth depends entirely on the structure and dynamics of a social network, which economist Duncan Watts describes as "that ubiquitous web of signals and interactions through which the influence of one person passes to another" (220). Indeed, Watts defies the modern rationalist ideal by stressing that "we rarely, if ever, make decisions completely independently or in isolation" (218). Instead, we rely on our social networks, particularly when we are uncertain about a thought or action.

For networks to help propagate epidemics, according to Gladwell, these networks must contain three types of exceptional people: those who provide the social glue within the network (connectors), those who supply the knowledge the people need (mavens), and those who have the skills to persuade others in the network to change (salespeople). Whereas we might be tempted to see rhetoric's role entirely in the efforts of salespeople (and maybe mavens), the process is not so simple.

Более того, устная передача информации зависит исключительно от структуры и динамики социальной сети, которую экономист Дункан Уоттс описывает как «повсеместную паутину сигналов и взаимодействий, через которые один человек воздействует на другого» (220). Действительно, Уоттс игнорирует современный рационалистический подход, подчеркивая то, что «мы редко, если когда-либо, принимаем решения полностью самостоятельно, в одиночку» (218). Вместо этого мы полагаемся на наши социальные связи, в частности, когда мы не уверены в задумке или действии.

Для распространения эпидемии с помощью сетей, согласно Гладуэллу, необходимо чтобы такие сети содержали в себе три типа исключительных людей: те, кто поставляет «социальный клей» внутри сети (коннекторы), те, кто дают знания, в которых нуждаются люди (знатоки), и те, кто обладает навыками склонять к изменениям других людей в сети (продавцы). В то время как мы могли бы увидеть роль риторики, заключенную исключительно в усилиях продавцов (и, возможно, знатоков), этот процесс не так прост.