

# 13. Sindrom Baader–Meinhof ili iluzija frekventnosti

<https://doi.org/10.31212/kogn.prist.2024.hadz.13>

## Koliko često vidimo ono što (u stvari) ne vidimo?

Nina Hadžiahmetović<sup>1</sup> 

### SAŽETAK

Tekst u nastavku ima za cilj da predstavi fenomen Baader–Meinhof u domenu kognitivnih pristrasnosti i usmjeren je na prikazivanje njegovog porijekla, njegovo definisanje, empirijsko-metodološku elaboraciju, te objašnjenje unutar socio-kognitivno-ličnosne perspektive. Fenomen Baader–Meinhof se definiše kao učestalo primjećivanje određene (vrlo često i neobične) pojave nakon što je opažena prvi put, zbog čega se naziva i iluzijom frekventnosti. Fenomen je dobio ime prema njemačkoj ljevičarskoj terorističkoj grupi koja je bila aktivna u 70-im godinama prošlog vijeka, a naslove u medijima o njenim aktivnostima su češće primjećivali čitaoci koji su se prvi put susreli sa terminom. Sindrom Baader–Meinhof je složena kognitivna pristrasnost koju je moguće razložiti na pristrasnost selekcije i pristrasnost potvrđivanja. Iako je fenomen postao poznat u popularnoj kulturi, čini se da ne postoje empirijska istraživanja koja su se bavila posebnim ispitivanjem iluzije frekventnosti. U tekstu su dati prijedlozi za ispitivanje fenomena korištenjem opažanja, korelacije ili eksperimenta. Pored toga, fenomen je objašnjen iz perspektive jungovskih sinhroniciteta, samoispunjavajućeg proročanstva, fokusa pažnje, heuristika dostupnosti i reprezentativnosti i socijalne zaraze. Takođe je kontrastiran sa fenomenom mungosa ili događaja skrivenih na vidiku.

**Ključne riječi:** Baader–Meinhof, iluzija frekventnosti, selektivna pažnja, pristrasnost potvrđivanja, fenomen mungosa

## Šta je sindrom Baader–Meinhof ili iluzija frekventnosti?

Fenomen Baader–Meinhof, efekat ili iluzija frekventnosti (engl. *frequency illusion*) je kognitivna pristrasnost koja nastaje tako što prvo pojavljivanje nekog stimulusa stvara iluziju da se taj feno-

men naknadno susreće mnogo češće, nego što je to realno slučaj (Pietrangelo, 2019). Na primjer, trebamo da putujemo u mjesto koje za nas ima značaj i zatim primjećujemo ponovljene natpise sa

<sup>1</sup> Odsjek za psihologiju, Univerzitet u Sarajevu – Filozofski fakultet; email: [nina.hadziahmetovic@ff.unsa.ba](mailto:nina.hadziahmetovic@ff.unsa.ba)

imenom datog mjesta.<sup>2</sup> Ili, čujemo novu pjesmu po prvi put i zatim repetitivno primjećujemo istu pjesmu u različitim situacijama, dok druge pjesme uopšte ne primjećujemo istim intenzitetom.

Iluzija frekventnosti može da bude ispoljena kako u svakodnevnom životu, tako i u specifičnim oblastima. U medicini, ponovljeno prepoznavanje obrazaca može da olakša radiološku dijagnostiku; u marketingu se ponavljanje određenih reklama može strateški iskoristiti, kako bi kod potrošača izazvalo selektivnu pažnju na dati proizvod; ali ni nauka nije otporna na ovaj fenomen – poznavanje hipoteze može izazvati lakše primjećivanje obrazaca u skladu sa njom, a izostavljanje izuzetaka, što se prevenira uvođenjem dvostruko slijepih istraživanja ([Pietrangelo, 2019](#)). U popularnoj kulturi, poklapanje kazaljki na satu (npr., 11:11, 02:02 i sl.) i koincidentno susretanje brojčanih obrazaca, prema određenim interpretacijama označava takozvane anđeoske brojeve kao oblik komunikacije ovostranog i onostranog ili kao najavu spiritualnog buđenja ([Waits, 2022](#); [What Is a Mirror Hour and It's Meaning?, 2021](#)).<sup>3</sup> Ili bi to, s druge strane, mogao da bude još jedan u nizu primjera iluzije frekventnosti? S

tim u vezi, zanimljivo pitanje je da li se fenomen počinje ponavljati nakon prvog izlaganja, ili je fenomen konstantno bio prisutan, ali opažać prethodno nije bio dovoljno udešen (primovan) da ga primijeti ([Rodriguez, 2021](#)).

### Odakle potiče naziv Baader–Meinhof efekat?

Grupa Baader–Meinhof bila je revolucionarna ljevičarska grupa koja je djelovala na području Zapadne Njemačke. Bila je poznata i pod nazivom Frakcija Crvene Armije (njem. *Rote Armee Fraktion*, RAF). Iza ove grupe krije se zanimljiv, ali i neslavan istorijat. Osnivač grupe bio je Horst Mahler, a njeni istaknuti članovi Andreas Baader, Gudrun Ensslin, Jan-Karl Raspe, Ulrike Meinhof, Thorwald Proll i Irmgard Möller. Formirana je krajem 60-ih godina prošlog vijeka kao protestna grupa na tzv. „generaciju Auschwitz“ (C. Wilson & D. Wilson, 2005, str. 55). RAF je doživljavala Zapadnu Njemačku kao nacističku sukcesiju eksploatorskog društva namjerenog na slabije, što je dovelo do osjećaja prijeteće i radikaliziranja stavova grupe ([Walther, 2014](#)). U opusu djelovanja grupe bili su protesti, ali i teroristički bombaški napadi u svrhu izražavanja pobune pro-

<sup>2</sup> Autorica teksta je doživjela upravo opisano iskustvo, nakon što je počela da piše o temi iluzije frekventnosti, primijetivši po prvi put naziv grada u koji je uskoro trebala da putuje, uklesan na jednoj građevini (iako je isti natpis oduvijek bio tu, ali ga autorica nikada ranije nije primijetila).

<sup>3</sup> Na sličan način, raspravljajući prije mnogo godina sa poznanikom o Jungovim sinhronicitetima, gdje je sagovornik za primjer sinhroniciteta koristio koincidentne brojeve, autorica je nakon rasprave učestalo počela da primjećuje poklapanja kazaljki na satu. Sinhroniciteti će u kontekstu sindroma Baader–Meinhof biti objašnjeni naknadno.

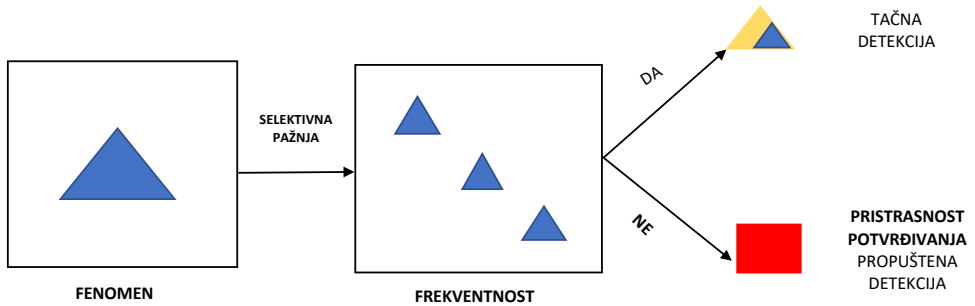
tiv rata u Vijetnamu, atomske bombe i generalno kapitalizma. Članovi grupe su u više navrata hapšeni i puštani na slobodu, da bi tokom 1972. bili smješteni u strogo čuvani zatvor Stammheim u Stuttgartu. Od tada je zabilježeno nekoliko terorističkih manevara sa ciljem oslobađanja pripadnika grupe. Zadnji pokušaj otmice Lufthansinog aviona na relaciji Mallorca–Frankfurt 18. 10. 1977. u Mogadišu završio je kobno po otmičare. Ujedno je to bio i tragičan kraj svih pripadnika grupe Baader–Meinhof koji su sutradan pronađeni mrtvi u svojim zatvorskim ćelijama, pri čemu se spekulisalo o samoubistvu insceniranom kao ubistvo, u zadnjem pokušaju pružanja otpora (C. Wilson & D. Wilson, 2005). Događaj je inspirisao Stefana Austa da napiše roman *Kompleks Baader–Meinhof* (*Der Baader Meinhof Komplex*, 1985), a 2008. godine je Uli Edel režirao istoimeni film.

Kako je teroristička grupa Baader–Meinhof uopšte povezana sa kognitivnom pristrasnošću iluzije frekventnosti? Čini se, sasvim slučajno. Terry Mullen, čitalac časopisa *St. Paul Pioneer Press*, opisao je redakciji ovaj fenomen 1994, navodeći da je, saznajući za grupu, počeo ponovo da susreće taj termin nedugo potom, što su potvrdili i ostali čitaoci (Rich, 2020). Štaviše, Mullen je ispričao prijatelju o tome i odmah sutradan prijatelj mu je pokazao članak objavljen tog dana u kojem je spomenuta teroristička grupa, iako naizgled nije bilo osnova da bude aktualizovana decenijama poslije (Rich,

2020). Tek kasnije je Arnold Zwicky, lingvist sa Univerziteta Stanford, fenomenu dao i stručni termin – iluzija frekventnosti (Zwicky, 2005). Pored toga, u upotrebi je i termin iluzija recentnosti, što sugeriše povećano primjećivanje fenomena sa kojima smo tek nedavno upoznati (Rodriguez, 2021). Ali, zašto je baš Baader–Meinhof toliko odjeknuo u zapažanju čitalaca? Nastavlja li grupa da vrši neobjašnjivi posthumni efekat na kolektivnu svijest pojedinaca ili je u pitanju jednostavnije kognitivno objašnjenje? Ili, možda, ne toliko jednostavno.

### Šta čini fenomen Baader–Meinhof?

S obzirom na sam naziv „fenomen, efekat, sindrom, kompleks“, indikativno je da je pojava iluzije frekventnosti složena, odnosno sastavljena od bar dvije zasebne kognitivne pristrasnosti koje, povezane, ovaj sindrom čine manifestnim. Dominantna pristrasnost unutar iluzije frekventnosti je *pristrasnost odabira* (engl. *selection bias*), koju prati *pristrasnost potvrđivanja* (engl. *confirmation bias*). Elementi fenomena Baader–Meinhof prikazani su na Slici 13.1. Ljudski mozak svakodnevno prima veliki broj informacija, ali se pažnja može fokusirati samo na neke informacije (Monsoon, 2023). Podražaji koji su važni dobijaju na većem značaju, te se na njih usmjerava veća pažnja, što može dovesti do toga da se podražaj češće primjećuje, iako se proporcionalno s tim



SLIKA 13.1. Hipotetski model nastanka iluzije frekventnosti. (Autorka ilustracije: Nina Hadži-ahmetović)

ne povećava njegova učestalost (Rodriguez, 2021). Prema većem broju autora, u osnovi iluzije frekventnosti su selektivna pažnja i pristrasnost potvrđivanja (Gray, 2016; Monsoon, 2023; Rich, 2020; Zimmerman, 2020).

Selektivna pažnja se manifestuje kroz percepciju povećane frekventnosti podražaja (Rich, 2020). Takva pažnja usmjerena je na informacije povezane sa temom od interesovanja (McIntyre & Graziano, 2016). S druge strane, pristrasnost potvrđivanja je traganje za informacijama i dokazima koji potvrđuju vlastita početna očekivanja (Nickerson, 1998). U okviru iluzije frekventnosti, ispoljava se kao uvjerenje da se pojava nije dešavala toliko često, iako zapravo jeste, samo je pažnja posmatrača bila usmjerena na druge podražaje (Rich, 2020). Manifestuje se i kroz uvjerenje da se prilikom svakog kontakta sa relevantnim stimulusom dobija dokaz o njegovoj povećanoj učestalosti (Frequency Illusion, n.d.).

Primijenjeno na hipotetski shematski prikaz, ako zamislimo plavi trougao kao

relevantan stimulus, svjesna pažnja je usmjerena na njegovo procesiranje, te će posmatrač biti udešen da u novim i narednim situacijama učestalo primjećuje frekventnost plavih trouglova. Aktivacija selektivne pažnje će dovesti do povećane percepcije učestalosti stimulusa. Takva udešenost može biti facilitujuća prilikom prepoznavanja navođenih signala (npr. zadatak je detektovati što više plavih trouglova na određenom predlošku) i u tom slučaju, ako stimulus odgovara zadatku, moguća je facilitacija njegove tačne detekcije. Međutim, selektivna pažnja ima i svoju drugu stranu koja se ogleda u pristrasnosti potvrđivanja, na način da se povećana percepcija stimulusa koristi kao dokaz povećanja njegove frekventnosti, ali isto tako zanemaruju se stimulusi na koje pažnja nije usmjerena. Tako, na primjer, učestalo primjećivanje plavog trougla, uz istovremeno zanemarivanje jednake frekventnosti crvenog kvadrata, moglo bi dovesti do iluzije o povećanoj frekventnosti plavog trougla.

## Kako ispitivati iluziju frekventnosti?

Interesantno, iako je fenomen Baader–Meinhof zvučan u popularnoj literaturi, učestalost njegove zvučnosti prati disproporcionalno mali broj empirijskih istraživanja. Iluzija frekventnosti kao oblik kognitivne pristrasnosti u manjoj mjeri je empirijski istraživana kao izolovani fenomen. U naučnoj literaturi opisana je zajedno sa ostalim pristrasnostima u članku „Frequency illusions and other fallacies“ (Sloman et al., 2003). Ovo implicira da se iluzija frekventnosti vrlo često izučava u kontekstu drugih kognitivnih pristrasnosti i to često i kao uokviravanje zasnovano na učestalosti prije nego na vjerovatnoći (Cosmides & Tooby, 1996; Gigerenzer, 1994). Drugim riječima, uočeno je da druge kognitivne pristrasnosti (npr. zanemarivanje osnovne stope i iluzija konjunkcije) nestaju kada se problem postavi kao prosuđivanje zasnovano na frekvencijama umjesto prosuđivanje zasnovano na vjerovatnoćama izvedenim iz pojedinačnih događaja (Sloman et al., 2003). Ali, da li sklonost procjenama u terminima frekvencija može istovremeno biti i pristrasno ograničavajuća?

U nastavku slijede preporuke i smjernice za empirijsko istraživanje iluzije frekventnosti. U odsustvu ili vrlo slabom bilježenju konkretnih studija o iluziji frekventnosti, treba uzeti u obzir da su sljedeće smjernice zasnovane više na

idejama kako konkretno ispitivati fenomen, nego na utemeljenim empirijskim podacima, iako će slične studije biti prikazane u nastavku. Iako su empirijski radovi o izolovanom fenomenu iluzije frekventnosti oskudni, bitno je napomenuti da su njegove komponente – selektivna pažnja i pristrasnost potvrđivanja – empirijski dobro potkrijepljene. Ovaj podatak ukazuje na to da bi svako empirijsko ispitivanje iluzije frekventnosti trebalo da omogući detektovanje ove dvije vrste pristrasnosti na zadati stimulus.

Dalje će biti prikazana tri hipotetska scenarija empirijskog ispitivanja fenomena Baader–Meinhof korištenjem tri različita metodološka pristupa problemu – opažanja, korelacije i eksperimenta.

Opažanje kao metod ispitivanja ima najmanju mogućnost kontrole konfundirajućih pojava i irelevantnih varijabli, ali uzimajući u obzir da je sam fenomen nastao upravo na osnovu hipoteza temeljenih na vlastitim opažanjima ljudi, ovaj metod se najprije može koristiti za ispitivanje bilježenja povećane frekventnosti neuobičajenih naspram svakodnevnih pojava. U ovom zamišljenom empirijskom scenariju, moguće bi bilo sprovesti terenski eksperiment u kojem će opažanje biti korišteno kao metod bilježenja pojave. Pri tome se, jednako kao i u laboratorijskom eksperimentu, može izvršiti randomizacija ispitanika u eksperimentalnu

i kontrolnu grupu. Da se poslužimo konkretnim fenomenom Baader–Meinhof grupe za opažanje, eksperimentalna grupa bi bila izložena semantičkom primingu fenomenom Baader–Meinhof, gdje bi ispitanici čitali scenarij u kojem su dati osnovni podaci o grupi, dok kontrolna grupa ne bi dobila nikakvu instrukciju. Eksperimentalna grupa bi dodatno trebala biti izložena i obmani, koja bi mogla da glasi da se istraživanje bavi ispitivanjem kako pamćenje pojedinačnih događaja (u ovom slučaju o grupi Baader–Meinhof) djeluje na zapažanje svakodnevnih pojava. Ispitanici eksperimentalne grupe bi zatim odgovarali na pitanja da li su odranije upoznati sa pojmom, te da li su čuli za pojavu, kako bi se osiguralo da budu udešeni na zapamćivanje neobične pojave. Uz to se može uvesti i spontana reprodukcija događaja, gdje bi bio zabilježen stepen pamćenja detalja scenarija. U zavisnoj varijabli i eksperimentalne i kontrolne grupe, korištenjem opažanja i self-monitoringa, zadatak ispitanika bi

mogao da bude vođenje dnevnika u trajanju od mjesec dana, pri čemu bi ispitanici u tekstu dužine jedne stranice svakog dana bilježili pojave ili događaje sa kojima su se susreli, a koje smatraju relevantnim. Prethodno bi bilo potrebno da nezavisna grupa procjenjivača u pretestu sprovede analizu sadržaja semantičkog priminga kako bi se izdvojile ključne riječi ili sa njima asocirane riječi (npr. stimulusne riječi bi mogle da budu napad, terorizam, banda, rat, pucnjava, protest, zatvor i sl.) koje bi bile korištene prilikom strukturiranog opažanja. Nakon vođenja dnevnika, druga nezavisna grupa procjenjivača (profesionalnih opažaća) bi trebala koristiti unaprijed pripremljene protokole, te uporediti kolika je frekvencija ključnih riječi u dnevnom izvještaju svakog ispitanika eksperimentalne i kontrolne grupe naspram neutralnih riječi (fillera), kao i promjena frekvencije datih riječi u funkciji vremena.

Na Slici 13.2 dat je shematski prikaz hipotetskog nacrtu u kojem bi opažanje

Eksperimentalna grupa NV	Kontrolna grupa NV
Obmana	
Indukcija novog pojma putem semantičkog priminga (čitanje priče o grupi Baader–Meinhof)	BEZ INTERVENCIJE
Provjera manipulacije: test pamćenja slobodne reprodukcije priče	
ZV	ZV
Procjena učestalosti kritičnih i nekritičnih događaja u funkciji vremena	

SLIKA 13.2. Shematski prikaz hipotetskog terenskog eksperimenta iluzije frekventnosti zasnovanog na opažanju. (Autorka ilustracije: Nina Hadžiahmetović.)

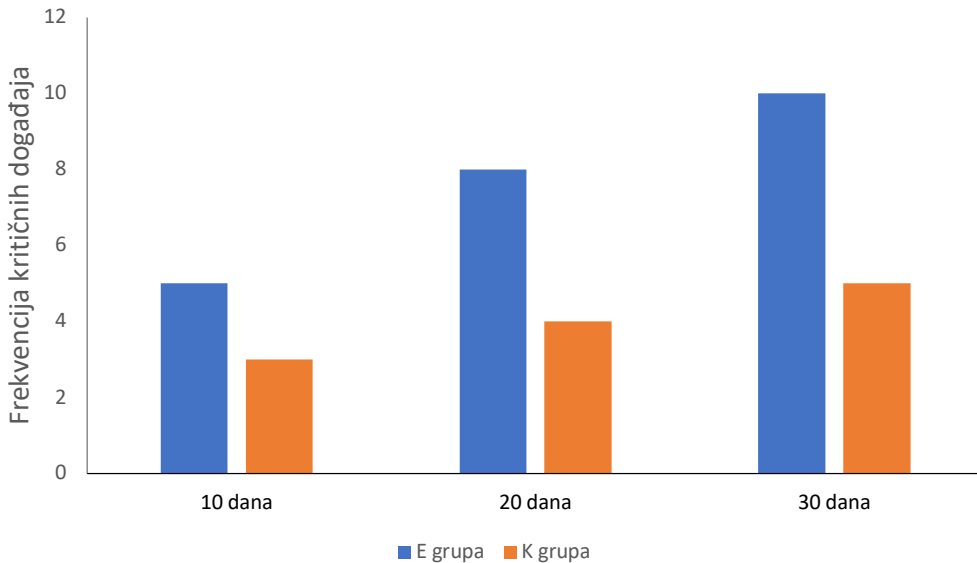
bilo korišteno kao glavni metod prikupljanja podataka.

U nastavku je prikazan i hipotetski dijagram rezultata prema očekivanoj hipotezi iluzije frekventnosti. Prema hipotetskom Dijagramu 13.1, ako je hipoteza iluzije frekventnosti tačna, u svakoj pojedinačnoj vremenskoj tački bi trebala biti zabilježena statistički značajna razlika između eksperimentalne grupe (primovane Baader–Meinhof stimulusima) i kontrolne grupe koja nije bila izložena manipulaciji, što bi indiciralo da ispitanici eksperimentalne grupe zaista bilježe više ključnih događaja povezanih sa temom u odvojenim vremenskim tačkama. Pored toga, trebalo bi biti moguće detektovati i kumulativni efekat u eksperimentalnoj grupi, s obzirom da je Baader–Meinhof fenomen kojeg karakteriše

percepcija da se učestalost novonastale pojave povećava.

Prednosti ovog pristupa ogledaju se u bilježenju pojava u prirodnom okruženju uz dovoljnu količinu informacija koja bi mogla biti podvrgnuta sekundarnoj analizi i poređenju sa ključnim riječima među nezavisnim procjenjivačima.

Međutim, mnogo je više nedostataka ovakvog pristupa. Prvo, pristup nije vremenski ekonomičan jer zahtijeva sadržajnu analizu semantičkog priminga u pretestu od nezavisnih procjenjivača, na osnovu čega bi mogle biti ekstrahovane ključne riječi, kao i ponovnu nezavisnu sadržajnu analizu dnevnika koja bi trebala da obuhvati drugu grupu nezavisnih procjenjivača utreniranih za kodiranje kritičnih riječi. Uz to, bilježenje ispitanika može biti pod uticajem efekta hipoteze



DIJAGRAM 13.1. Razlike u procjeni frekventnosti kritičnih događaja u funkciji vremena.

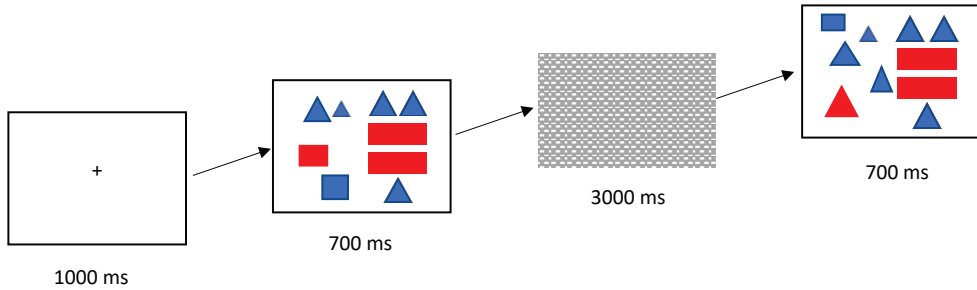
istraživača i podložno pristrasnostima, tako da, čak i ako bi razlika između eksperimentalne i kontrolne grupe bila detektovana, ne bi nužno mogla biti pripisana semantičkom primingu, niti uvjerenju u povećanu učestalost percepcije novih informacija. Problem je i to što neke od ključnih riječi mogu biti standardne i nespecifične za kontekst priminga (npr. teror, rat, pucanje, bombaški napad i sl.), što može doprinijeti tome da i kontrolna grupa, uz izostanak intervencije, jednako zapaža ovakve svakodnevno salijentne događaje. Bitno je napomenuti i ovo: takvim pristupom nije moguće razlikovati nužno pristrasnost selekcije (odnosno selektivnu pažnju) u odnosu na pristrasnost potvrđivanja (tj. uvjerenje da se događaj nije dešavao jednakim intenzitetom prije njegovog osvješćivanja).

Eksperiment bi u ovom slučaju mogao biti alternativni metod izbora, posebno ukoliko bi u njemu bili korišteni perceptivni stimulusi, nezavisni od aktivnog uticaja svijesti opažača, što je mogla biti konfundirajuća varijabla u prethodnom primjeru. Ako je tačno da se iluzija frekventnosti odnosi na percepciju povećavanja učestalosti novih događaja na koje je aktivno usmjerena pažnja, i ako je tačno da se tzv. *fenomen mungosa* odnosi na zamjećivanje stimulusa koji su oduvijek bili prisutni, samo ne i u aktivnom pretraživanju, onda bi ovakve pojave vjerovatno mogle da budu detektovane u eksperimentu zasnovanom

na percepciji vođenih stimulusa. Da se poslužimo paradigmom predstavljenom na Slici 13.1, zadatak bi mogao biti postavljen na sličan način uz diskriminaciju kritičnih stimulusa (plavi trouglovi) od nekritičnih stimulusa (crveni pravougaonici). Takođe, osnovna eksperimentalna postavka bi mogla biti približna onoj prikazanoj na Slici 13.2, kada je u pitanju randomizacija. Međutim, umjesto korištenja konkretnog Baader–Meinhof stimulusa ili stimulusa iz svakodnevne okoline, po uzoru na eksperimente ispitivanja fokusa pažnje nezavisne od prethodnog iskustva (na primjer, [Muller et al., 2004](#); [Muller & Butera, 2007](#)), mogli bi biti korišteni perceptivni stimulusi koje je neophodno detektovati pretraživanjem, uz jasniju operacionalizaciju zavisne varijable. Slijedi jedan takav primjer zadatka (Slika 13.3).

Zadatak ispitanika je da u što kraćem vremenu ekspozicije detektuju što više plavih trouglova naspram crvenih pravougaonika. Ovakva instrukcija, koja bi usmjerila selektivnu pažnju, bila bi data ispitanicima eksperimentalne grupe, dok bi ispitanici u kontrolnoj grupi dobili neutralno uputstvo da posmatraju svaki predložak i odgovore na nekoliko pitanja. Pitanja koja bi bila postavljena i grupi E i grupi K u mjerenju zavisne varijable glase: koliko su na svakom predlošku vidjeli plavih trouglova, a koliko crvenih pravougaonika. Svaki predložak bi sadržavao i inverzne distraktore (crveni





SLIKA 13.3. Hipotetski prikaz eksperimentalnog testiranja iluzije frekventnosti. (Autorka ilustracije: Nina Hadžiahmetović)

trougao i plavi pravougaonik koje bi trebalo zanemariti). Jedina razlika bi bila u tome da bi grupa E dobila instrukciju da aktivno prati plave trouglove, dok bi grupa K dobila uopštenu instrukciju da posmatra predložak bez usmjeravanja pažnje. U oba slučaja, ekspozicija stimulusa bi bila kratka i nedovoljna da ispitanik može prebrojati sve stimulse. U nastavku je dat hipotetski primjer zadatka.

U ovom primjeru, zadatak detekcije stimulusa bi se sastojao iz nekoliko etapa. Prvo bi bila prikazana fiksaciona tačka koja bi fokusirala pažnju ispitanika u trajanju od 1s, zatim bi uslijedio stimulus koji sadrži metu koju treba detektovati (plavi trougao) i diskriminisati naspram opozitne mete (crveni pravougaonik) izbjegavajući distraktore (crveni trougao i plavi pravougaonik). Broj stimulusa po predlošku bi varirao, a ekspozicija bi bila dovoljno kratka da onemogući brojanje stimulusa, kao i davanje tačnog odgovora. U zavisnoj varijabli bi bila bilježena dva parametra: indeks selektivnosti

i indeks potvrđivanja. Indeks selektivnosti bi predstavljao proporciju izvještenih plavih trouglova naspram crvenih pravougaonika

$$I_s = \frac{n(\text{plavi trougao})}{n(\text{crveni pravougaonik})}$$

ili, u opštem obliku, formula za indeks selektivnosti bi se mogla prikazati i na sljedeći način:

$$I_s = \frac{\Sigma(\text{meta detekcije})}{\Sigma(\text{kontrastna meta})}$$

Ukoliko bi vrijednost indeksa selektivnosti bila  $> 1$ , to bi išlo u prilog preferiranju vođenog stimulusa, naspram kontrastnog (diskonfirmacijskog) stimulusa. Takođe bi bilo očekivano da ovaj indeks bude statistički značajno veći u eksperimentalnoj nego u kontrolnoj grupi.

Pored toga, pošto se pristrasnost potvrđivanja (potvrđivanja) odnosi na traganje za dokazima koji potvrđuju hipotezu

i zanemarivanje dokaza koji je ne potvrđuju, očekivano bi bilo da u funkciji vremena razlika između svake n-te i n-1 ekspozicije u vremenu bude pozitivna za frekvenciju mete, što bi indiciralo sukcesivnu pristrasnost spram mete (plavog trougla) naspram kontrastne mete (crvenog pravougaonika). To se u opštem obliku može predstaviti kao:

$$I_k = \Sigma[(n-1), (n-2), (n-3), \dots, (n-n_i)],$$

pri čemu je n razlika između frekvencije detekcijskog/konfirmacijskog stimulusa (plavi trougao) i diskonfirmacijskog stimulusa (crveni pravougaonik) u svakoj pojedinačnoj ekspoziciji. Ukoliko je ovaj indeks pozitivan za metu detekcije u eksperimentalnoj grupi naspram kontrolne grupe (bez obzira na stvarni omjer konfirmacijskih i diskonfirmacijskih stimulusa), to bi išlo u prilog pristrasnosti konfirmacije prema stimulusu detekcije, a čime bi se ujedno mogao izmjeriti i rast procjene frekvencije konfirmacijske mete kroz n-ekspozicije.

Uz dodatnu razradu, ova paradigma bi mogla biti pogodna i za testiranje opozitnog fenomena mungosa (objašnjenog u nastavku), odnosno detektovanja stimulusa koji su skriveni na vidiku, kao i tvrdnje da neka pojava nije toliko učestala dok se aktivno ne traži. S obzirom da postavkom eksperimenta dolazi do aktivne diskriminacije plavog trougla naspram crvenog pravougaonika, zanemareno je aktivno

traženje distraktora, odnosno crvenog trougla i plavog pravougaonika. Da bi se ispitalo jesu li ispitanici bili svjesni distraktora, moglo bi se postaviti i pitanje da li su primijetili distraktorske stimuluse i koliko distraktorskih stimulusa su primijetili u svim ekspozicijama.

I u ovom slučaju bi se moglo desiti da ispitanici pokušaju koristiti strategije, ali s obzirom da je ekspozicija toliko kratka da nisu mogli detektovati tačan broj, bilo koji dati omjer bi govorio u prilog pristrasnosti određenog stimulusa.

Korelacija kao metod ispitivanja nije najadekvatnija za ovu svrhu, ali kada je riječ o diferencijalnoj psihologiji, odnosno individualnim razlikama, bilo bi neophodno u ovakvim eksperimentima u obzir uzeti i kognitivne i ličnosne individualne razlike koje bi mogle uticati na percepciju. Od kognitivnih varijabli, važni bi bili podaci o kognitivnim sposobnostima i rasuđivanju, kao i o opsegu pažnje i radne memorije, ali isto tako su važne i ličnosne varijable kao što je rigidnost, fleksibilnost, otvorenost za iskustva, translimentacija, shizotipija, dezintegracija. Ove varijable bi mogle biti povezane sa traženjem obrazaca i tendencijom uviđanja nepostojećih trendova, što se u stvari dešava u osnovi iluzije frekventnosti, te bi takve varijable mogle biti korelirane sa zadacima iluzornog prepoznavanja obrazaca. Postoji pretpostavka, na osnovu empirijskih podataka koji će biti izloženi u nastavku, da bi osjetljivije osobe, kao i

osobe koje su sklone apsorpciji i pomjeranju perceptivnih granica, bile sklonije prepoznavati smislene oblike u nestrukturiranim obrascima.

Potrebno je napomenuti da svako od predloženih ispitivanja fenomena

Baader–Meinhof, odnosno iluzije frekventnosti, sadrži samo osnovne smjernice i ideje potencijalnog testiranja, u odsustvu izolovanih empirijskih istraživanja, te bi svaki nacrt bilo potrebno dalje kritički revidirati prije empirijske primjene.

---

## Teorijsko i empirijsko utemeljenje sindroma Baader–Meinhof

Iako ovaj fenomen ostavlja prostor i za nenaučne ili i pseudonaučne interpretacije, nekoliko teorija i koncepata unutar socijalne psihologije, psihologije individualnih razlika i kognitivne psihologije može da objasni fenomen iz naučne perspektive.

Prije toga, potrebno je osvrnuti se na nekoliko empirijskih istraživanja iz domena iluzije frekventnosti, koja, iako se fenomenom bave tek posredno, daju zanimljive podatke, ne samo u oblasti psihologije, nego i medicine, ekonomije i tehnologije.

U zanimljivoj novijoj studiji objavljenoj u časopisu *Frontiers of Psychology* (Houran & Laythe, 2022) ispitivani su obrasci detektovanja paranormalnih manifestacija kod tzv. sindroma prognojenih ljudi (engl. *Haunted People-Syndrome*; HP-S) na studiji slučaja (*the San Antonio Disturbances*) primarnog recipijenta anomalnih pojava i njegova dva srodnika. Nalazi su pokazali, ne isključujući nezavisne PSI fenomene, da su sa paranormalnom percepcijom u najvećoj

korelaciji translimenacija (osjetljivost) i paranormalna uvjerenja (ideologija), uz prisustvo anksioznosti i percepcije prijetnje, te moguća predbjeđenja (što bi bilo u skladu sa pristrasnošću potvrđivanja, op. a.). Međutim, zanimljiv nalaz studije je nemogućnost isključenja fenomena socijalne zaraze indukovane kod srodnika primarnog recipijenta, što može biti indikacija i kod opažača kolektivnih fenomena kao što je frekvencija termina Baader–Meinhof kod čitalaca časopisa *St. Paul Pioneer Press*.

Slično prethodnom nalazu, u prospektivnoj studiji zasnovanoj na četverogodišnjem ispitivanju registrovanja (ne)traumatskih događaja, frekvencija dosjećanja potencijalno traumatskih naspram netraumatskih događaja bila je značajno veća, ali i posredovana ličnim distresom pri dosjećanju, i negativno povezana sa protektivnom crtom samouzdanja. Dakle, više traumatskih dosjećanja potencijalno traumatskih događaja zabilježili su ispitanici koji su proživljavali veću uznemirenost i manje koristili samouzdanje

(Lalande & Bonanno, 2011). Uzimajući navedeno u obzir, na nivou individualnih razlika, čini se da određene lične dispozicije koje se odnose na pretjeranu osjetljivost i percepciju prijete, mogu disponirati pojedince sa ovim izraženim crtama da precjenjuju učestalost emocionalno istaknutih događaja.

I pored individualnih razlika, na efektu iluzorne istine pokazano je da repetitivno izlaganje određenim tvrdnjama (9 puta u Eksperimentu 1 i 27 puta u Eksperimentu 2), eksponencijalno povećava vjerovanje u njihovu vjerodostojnost, naspram procjene potpuno novih tvrdnji (Hassan & Barber, 2021). Ovakav nezavisan nalaz ide u prilog uvjerenju da se frekventnije pojave mogu činiti bliskijim, odnosno tačnijim, što posebno dolazi do izražaja u prenošenju lažnih vijesti. Primijenjeno na iluziju frekventnosti, percepcija da su novonastala saznanja frekventnija nego što jesu mogla bi da povećaju uvjerenje u njihovu tačnost, a potencijalno i privlačnost za pojedinca, po principu efekta pukog izlaganja (Zajonc, 1968). Ovakvi obrasci bi u psihološkoj ili medicinskoj dijagnostici potencijalno mogli dovesti do pristrasnosti selekcije. S druge strane, dijagnosticiranje rjeđih pojava u medicini, kao što je Dieulafoy lezija (DL), može biti olakšano aktivnim korištenjem principa fenomena Baader–Meinhof, ne samo kroz povećavanje svijesti o postojanju lezija kao mogućeg uzroka skrivenog gastrointestinalnog krvarenja, nego

i kroz aktivno traženje takvih područja tokom endoskopskog pregleda (Kolli et al., 2019).

Zanimljivo je da u marketingu Baader–Meinhof ima drugačiju konotaciju i smatra se uzročnikom negativnih emocionalnih reakcija kod konzumera repetitivno izloženih neželjenim reklamnim sadržajima, posebno u online marketingu koji koristi platforme kao što je YouTube i sl. (Astini & Panigoro, 2020), pri čemu se pokazalo da se, iako se ne smanjuje konzumerska preferencija proizvoda, smanjuje vjerovatnoća njegove preporuke drugim korisnicima.

### Teorijska objašnjenja iluzije frekventnosti

Jedno od najstarijih objašnjenja povezano je sa pojmom *sinhroniciteta* koji je u svojoj analitičkoj teoriji razradio C. G. Jung (1960), podrazumijevajući pod tim nekauzalne koincidencije koje kolokvijalno interpretiramo kao telepatske događaje (npr. pomislimo na osobu koju dugo nismo vidjeli i sretnemo je sljedeći dan). Sam Jung je pridavao veliki značaj vremenskom i prostornom kontigvitetu događaja koji čine nekauzalni trend. U *Sjećanjima, snovima i razmišljanjima* (1961) opisao je vlastito iskustvo blisko smrti nakon što je doživio srčani udar, i u stanju hospitalizacijske kome, ukazao mu se doktor koji ga je liječio u tzv. „primalnom obliku“. Takav primalni prikaz doktora za Junga je značio smrt, odno-

sno povratak u vasseljenu, u esenciju. Pokušao ga je upozoriti, na šta se doktor nije obazirao i nedugo potom je iznenađeno preminuo od sepse. Za Junga je izvor sinhroniciteta ležao u kolektivnom nesvjesnom u kojem dolazi do intersekcije unutrašnjeg psihičkog i vanjskog fizičkog svijeta na višoj ravni. Kako je poznato u analitičkoj teoriji, dinamski proces uravnoteženja nastoji izjednačiti energetska raspodjela između nesvjesnog (npr. san) i svjesnog dijela ličnosti (npr. realizacija sna) u individuacijskom razvoju na putu postizanja Jastva (Hall & Lindzey, 1983). Racionalnije tumačenje sinhroniciteta, a time i ponovljenog dolaženja u kontakt sa istim pojmom, bilo bi u tome da je ljudski mozak udešen na praćenje obrazaca, te stoga koristi selektivnu pažnju, koja je posebno usmjerena na prepoznavanje neobičnih pojmova kakav je Baader–Meinhof. Kada se dogodi koincidencija dva događaja, mozak ih nastoji vidjeti kao niz, pri čemu otkrivanje obrazaca predstavlja naviku i stimulirajuće iskustvo za mozgovno funkcionisanje. Pored toga, ljudi pretjerano vrednuju koincidencije, a izostavljaju događaje koji ne čine obrazac, što čini pristrasnost selektivne pažnje (Bellows, 2006).

Drugo, ljudima takođe blisko objašnjenje, jeste *samoispunjavajuće proročanstvo*, odnosno tendencija da akter vlastitim ponašanjem prouzrokuje pojave

koje opravdavaju njegovu početnu pretpostavku (Aronson et al., 2005). Paradoksalno, ovakva pristrasnost nastaje upravo iz osnovne potrebe ljudi da budu tačni i precizni, što je dobro objašnjeno u domenu socijalne psihologije i neovisno od individualnih razlika. U tom kontekstu je poznat eksperiment Rosenthala i Jacobsona (1968) o samoispunjavajućem proročanstvu, ili efektu Pigmalion, prema mitskom kiparu Pigmalionu čijoj statui žene je boginja Afrodita udahnula život, pa je kipar živio sa idealom žene po vlastitoj mjeri. U eksperimentu Rosenthala i Jacobsona (1968), učenici su prema slučaju raspoređeni u iznadprosječne i ispodprosječne na osnovu navodnog kvocijenta inteligencije o kojem su autori informisali učitelje na početku godine. Saznanje o navodnoj inteligenciji učenika dovelo je do zanemarivanja „ispodprosječnih“, a usmjeravanja posebne pažnje na „iznadprosječne“ kroz pohvale, frekventnije prozivanje i davanje detaljnijih odgovora. Zanimljivo je da je jednaka analogija primjenjiva i na fenomen Baader–Meinhof, o čemu svjedoči i lični eksperiment Stephana, autora web stranice [Let's Get Lucid](#) (Investigating the Baader Meinhof Phenomenon and Manifestation, 2022). Autor je izvijestio da mu eksperiment uspijeva svaki put na različitim stimulusima. Preporuke za izazivanje fenomena Baader–Meinhof sastoje se iz nekoliko etapa: odabira objekta kojeg rijetko

susrećemo (u konkretnom primjeru automobil žuta buba), vizualizovanja objekta iz perspektive prvog lica zatvorenih očiju, razmišljanja o objektu bez aktivnog tražanja za njim, i na kraju, posmatranja. Autor je izvijestio da se obrazac nepogrešivo ponavlja na isti način, kroz povećanu frekvenciju vizualizovanog objekta, *sve dok je pažnja fokusirana na dati objekt*. Isto tako, dalje izvješćuje da fenomen prestaje čim se pažnja *defokusira od datog objekta*. Ovo lično svjedočenje ide u prilog podržanosti teze o selektivnoj pažnji i potencijalnom samoispunjavajućem proročanstvu.

Dalje, u kontekstu prethodno iznesenog i teorija fokusa pažnje mogla bi da igra ulogu u održavanju fenomena Baader–Meinhof i generalne iluzije frekventnosti. Baronova teorija distrakcija–konflikt, koja se u socijalnoj psihologiji koristi u svrhu objašnjenja efekta drugih na facilitacijsko–inhibicijske procese, jeste teorija usmjerena u osnovi na procese pažnje ([Baron, 1986](#)). Prema osnovnom postulatu teorije, kada postoji konflikt u raspodjeli pažnje između zadatka i određenih distraktora (koji su u originalnoj postavci publika ili koaktori u zadatku), takav konflikt dovodi do kognitivnog opterećenja koje izaziva fokusiranje pažnje, a ono se definiše kao sužavanje pažnje na centralne znakove u zadatku, a zanemarivanje perifernih znakova ([Muller et al., 2004](#)). Stoga, ako zadatak zahtijeva samo

procesiranje centralnih znakova, osoba će biti efikasnija u procesiranju stimulusa, nego ako je za uspješno rješavanje zadatka potrebno procesiranje i perifernih znakova. Ova teorija ujedno može da objasni i smanjenje iluzorne konjunkcije u domenu vizuelne percepcije. Za svrhu takve demonstracije koriste se predložci stimulusa slični zadatku iluzorne konjunkcije Anne Treisman ([Treisman & Paterson, 1984](#)), pri čemu je potrebno prepoznati da li znakovi kombinovani na iluzorni način (npr. odvojeno I i odvojeno S) zapravo čine stimulus (znak dolara: \$). Prema pretpostavkama teorije distrakcija–konflikt, prisustvo drugih bi trebalo da izazove fokus pažnje na centralne znakove (što su ovdje I i S) i zanemarivanje perifernih znakova (u ovom slučaju horizontalnih i vertikalnih linija koje tvore prave uglove L), što bi trebalo dovesti do bolje detekcije kritične mete (znaka dolara), nego u odsustvu istovrsnih drugih ([Muller et al., 2004](#)). Primijenjeno na fenomen Baader–Meinhof, zanimljivo je da bi sama istaknutost fenomena, ali i uz moguću uparenost sa socijalnim uticajem drugih (npr. i drugi su svjedočili sličnom fenomenu), mogla dovesti do boljeg fokusa na stimulus (Baader–Meinhof ili bilo koji drugi vizuelni percept), a zanemarivanja potencijalnih perifernih znakova. U konkretnom slučaju, zanemarivanje perifernih znakova, koji su ovdje potrebni za adekvatnu percepciju šireg

konteksta, moglo bi da se odnosi na učestalu detekciju termina Baader–Meinhof, a zanemarivanje pretpostavljeno učestalijih termina i novinskih naslova o drugim terorističkim grupama (npr. Al Qa’ida, Hezbollah, Boko Haram i sl.).

Iako teorijska objašnjenja ovim nisu u cjelosti iscrpljena, iluzija frekventnosti određenog fenomena, posebno onog koji je relevantan za preživljavanje i, u tom kontekstu, salijentan, mogla bi da ima i svoje evolucijsko utemeljenje. Odnosno, kako je prethodno pomenuto, čini se da je ljudski mozak bolje udešen na percepciju frekvencija, nego procjenu vjerovatnoće pojedinačnih događaja. Percepcija naturalističkih frekvencija do nivoa iluzorne učestalosti mogla bi biti evoluciono važna, zbog povećanog praćenja signala bitnih za preživljavanje. Stoga se iluzija frekventnosti u domenu preživljavanja može shvatiti i kao značajna karakteristična adaptacija, koja za neželjeno dejstvo može imati frekvencijski rezidual u većoj vigilnosti prema istaknutim događajima. Primjeri se mogu pozajmiti iz domena socijalne kognicije, tačnije odnosa heuristika dostupnosti i reprezentativnosti. Recimo, ako putujemo avionom, letenje koje nije čovjekova evolucijska inherentnost može povećati strah od potencijalne nesreće i gubitka kontrole, što za ishod ima selektivnu pažnju u čestom praćenju avionskih nesreća (heuristik dostupnosti zasnovan na frekventnosti – brojanju detektovanih nedavnih nesreća prije

puta), a zanemarivanje veće vjerovatnoće izazivanja nesreće drugim transportnim sredstvima, što odgovara i zvaničnim statistikama (heuristik reprezentativnosti).

Dodatno, kako je prethodno navedeno, osnovni fenomen Baader–Meinhof ne isključuje djelovanje socijalne zaraze, odnosno spontanog i brzog prenošenja emocija kod ljudi, što se objašnjava pogrešnim djelovanjem informacijskog socijalnog uticaja (Aronson et al., 2005). U takvim slučajevima, odsustvo pravih informacija i potencijalno krizne situacije, mogu dovesti do preuzimanja obraza reagovanja drugih, bez mogućnosti prethodne provjere tačnosti informacija (što je bio slučaj u Wellesovoj radio-drami *Rat svjetova*). Slično tome, čini se da su čitaoci magazina koji je prenio informaciju o grupi Baader–Meinhof mogli biti opčinjeni fenomenom, iz razloga što terorističko djelovanje grupe može više pobuditi vigilnost čitalaca, kao i osjećaj prijetnje, te dalje selekcionirano usmjeriti pažnju na praćenje datog stimulusa. Vrlo slični fenomeni evidentirani su širom svijeta. Tokom 2009. posebnu popularnost je stekla kampanja firme Guerilla Marketing pod naslovom „Da li ste sanjali ovog čovjeka?“, u kojoj je predstavljeno da različiti ljudi izvještavaju da su sanjali istog čovjeka, iako niko nema dokaz da on stvarno postoji. Kasnije se ispostavilo da je postojanje takvog čovjeka prevara (više informacija o fenomenu na web stranici [Ever Dream This Man? | World of Lucid](#)

Dreaming, Turner, n.d.), što nije spriječilo ljude u konstruisanju metafizičkih objašnjenja pojave. Kako preporučena stranica navodi, jedan od razloga cirkulisanja „Ovog čovjeka“ u svijesti pojedinaca je i u tome što je on uprosječeno lice mnogih lica, odnosno što liči na bilo kojeg čovjeka. Ovo umnogome podsjeća na barnumovske tvrdnje u kojima se svaki pojedinac može identifikovati sa pojedinim aspektima date tvrdnje, što čini da su primjenjive na sve ljude jednako (Larsen & Buss, 2008). Stoga, jedno od mogućih objašnjenja iluzije frekventnosti može se ogledati i u tome da će ljudi prije precjenjivati učestalost onih pojava koje konvergiraju svakodnevnim događajima. Međutim, treba uzeti u obzir da, iako se ovakvo objašnjenje dobro podudara sa pristrasnošću potvrđivanja, ono ne objašnjava do kraja selektivnost pažnje za neobične fenomene, odnosno fenomene sa kojima se ljudi susreću prvi put, kao što je bio slučaj sa grupom Baader–Meinhof.

Na kraju, kao filozofsko, ali i realno eksperimentalno-konfundirajuće pitanje, može se postaviti sljedeća dilema: Šta dolazi prvo, pojava ili njena konstrukcija? Drugim riječima, da li zaista dolazi do povećane frekvencije događaja koji su *a priori* rijetki ili je posrijedi naknadno primjećivanje događaja koji su oduvijek bili tu, skriveni na vidiku? Ako bi se smatralo da se sindrom Baader–Meinhof odnosi na ovo prvo, uz tezu da su rijetki događaji zaista rijetki, a otkrivaju se, tek nakon što

se na njih usmjeri pažnja, kao kontraargumentaciju ovome shvatanju ponuđen je novi zvučni izraz za novi logički heuristik pod nazivom fenomen mungosa (engl. *mongoose phenomenon*, Varkey et al., 2022). Fenomen mungosa odnosi se na pretpostavku da rijetki događaji zapravo i nisu toliko rijetki, nego su samo skriveni na vidiku. Kao primjer fenomena u medicini, autori navode Flemmingovo otkriće penicilina. Druga pretpostavka fenomena mungosa je da se, nakon što novo znanje bude prvi put integrisano u ukupan fundus nečijeg znanja, lakše primijete pojave skrivene na vidiku. I na kraju, treća pretpostavka je da nije moguće pronaći ono za čim se ne traga (Varkey et al., 2022). Mungosi su izabrani za analogiju neprepoznavanja očiglednog, jer ih se često zamjenjuje za druge manje krznene životinje (npr. vjeverice). Čini se da suštinski ne postoji velika razlika u ishodima praćenja fenomena Baader–Meinhof ili fenomena mungosa. Oba bi za ishod trebala imati prepoznavanje rijetkih pojava kao ne toliko rijetkih, što posebno može biti važno u području medicine, inženjerstva, a kako autori navode, i logike (Varkey et al., 2022). U potonjem kontekstu, smatra se da fenomen mungosa predstavlja alternativni heuristik naspram pogrešne upotrebe fenomena Baader–Meinhof kojim se ne osvješćuju ili izbjegavaju rijetki događaji (npr. u dijagnostici). Pored toga, smatra se da ono što se naizgled čini neuobičajeno,



i dalje može biti rješenje onog momenta kada se počne smatrati običnijim i češćim nego se pretpostavljalo. Na ovaj način se ne izbjegavaju alternativna objašnjenja koja bi mogla biti od značaja, te takođe mogu postati i jedina plauzibilna objašnjenja kada sva ostala budu odbačena.

Razmatrajući fenomen Baader–Meinhof ili iluziju frekventnosti, treba uzeti u obzir prethodno poznavanje određene pojave, izlaganje datoj pojavi i demistifikaciju neuobičajenih pojava. Čini se da je fenomen mungosa u stvari posljedica priminga fenomena Baader–Meinhof, odnosno, jednom kada se opažać usmjeri da prepozna određene obrasce, i zna kako te obrasce da pronađe, tada je opažanje ireverzibilno, a pojava demistifikovana (npr. iako dijagnostikovanje

autizma spada u osjetljiv domen, lakše je prepoznati obrasce ponašanja iz spektra autizma kada dijagnostičar zna šta tačno traži). Bez obzira kako terminološki označavali, koristi od iluzije frekventnosti mogu biti višestruke u području zdravstva, obrazovanja, marketinga, ekonomije, jer osvješćivanjem pojave dolazi do njenog povećanog primjećivanja, što u ovim oblastima može biti od posebnog značaja za diferencijalnu dijagnostiku fenomena. Uzimajući navedeno u obzir, bitno je da empirijsko ispitivanje fenomena Baader–Meinhof obuhvati kako precjenjivanje učestalosti primovanog stimulusa (pogrešna pozitivna prepoznavanja), tako i detektovanje prethodno neprimijećenih stimulusa (tačna prepoznavanja).

---

## Literatura

- Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. (2005). *Socijalna psihologija*. Zagreb: Mate.
- Astini, R., & Panigoro, E. (2020). Consumer Emotion Changes on Online Advertisement Case (Experimental Research on Online Advertisement that used Online Behaviour Advertising Approach). *International Journal of Innovation, Creativity, and Change*, 13(12), 636-648. [https://www.ijicc.net/images/vol13/Iss12/131259\\_Astini\\_2020\\_E\\_R.pdf](https://www.ijicc.net/images/vol13/Iss12/131259_Astini_2020_E_R.pdf)
- Aust, S. (1985). *Der Baader-Meinhof-Komplex*. Hamburg: Hoffmann und Campe.
- Baron, R. S. (1986). Distraction–conflict theory: Progress and problems. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (19, pp. 1–40). New York: Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60211-7](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60211-7)
- Bellows, A. (2006, March). *The Baader-Meinhof Phenomenon*. Damn Interesting. Retrieved September 24, 2022, from <https://www.damninteresting.com/the-baader-meinhof-phenomenon/>
- Cosmides, L., & Tooby, J. (1996). Are humans good intuitive statisticians after

- all? Rethinking some conclusions from the literature on judgment under uncertainty. *Cognition*, 58, 1–73. [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(95\)00664-8](https://doi.org/10.1016/0010-0277(95)00664-8)
- Edel, U. (Director). (2008). *Der Baader Meinhof Komplex* [Film]. Constantin Film.
- Frequency illusion. (n.d.). Newristics. <https://newristics.com/heuristics-biases/frequency-illusion>
- Gigerenzer, G. (1994). Why the distinction between single-event probabilities and frequencies is important for psychology (and vice versa). In G. Wright, & P. Ayton (Eds.), *Subjective probability* (pp. 129–162). Chichester, UK: Wiley.
- Gray, C. (2016, March 29). *The Illusion of Frequency. Baader-Meinhof storm St.Emlyn's*. St.Emlyn's. Retrieved September 8, 2022, from <https://www.stemlynsblog.org/the-illusion-of-frequency-baader-meinhof-storm-st-emlyns/>
- Hall, K. S., & Lindzey, G. (1983). *Teorije ličnosti*. Beograd: Nolit.
- Hassan, A., & Barber, S. J. (2021). The effects of repetition frequency on the illusory truth effect. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 6:38, 1–12. <https://doi.org/10.1186/s41235-021-00301-5>
- Houran, J. & Laythe, B. (2022). Case Study of Recognition Patterns in Haunted People Syndrome. *Frontiers of Psychology*, 13:879163. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.879163>
- Investigating The Baader-Meinhof Phenomenon & Manifestation*. (2022, March 22). Let's Get Lucid | Control Your Dreams. Control Your Reality. Retrieved September 23, 2022, from <https://letsgetlucid.com/examining-the-baader-meinhof-phenomenon-aka-the-frequency-illusion/>
- Jung, C.G. (1960). *Synchronicity: An Acausal Connecting Principle*. <https://doi.org/10.1515/9781400850952.417>
- Jung, K. G. (1961). *Sećanja, snovi, razmišljanja*. Beograd: Nova knjiga, Kosmos izdavaštvo.
- Kolli, S., Dang-Ho, K. P., Mori, A., & Gurram, K. (2019, May 3). The Baader-Meinhof Phenomenon of Dieulafoy's Lesion. *Cureus*. <https://doi.org/10.7759/cureus.4595>
- Lalande, K. M., & Bonanno, G. A. (2011, June). Retrospective memory bias for the frequency of potentially traumatic events: A prospective study. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 3(2), 165–170. <https://doi.org/10.1037/a0020847>
- Larsen, R. J., & Buss, D. M. (2008). Psihologija ličnosti: domene znanja o ljudskoj prirodi. Ja-strebarsko: Naklada Slap.
- Monsoon. (2023, October 6). The Baader-Meinhof phenomenon: When coincidences capture attention. Medium. <https://medium.com/@chubascogedhart/the-baader-meinhof-phenomenon-when-coincidences-capture-attention-e645adce85f2>
- McIntyre, M. M., & Graziano, W. G. (2016). Seeing people, seeing things. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42(9), 1258–1271. <https://doi.org/10.1177/0146167216653937>
- Muller, D., Atzeni, T., & Butera, F. (2004). Coaction and upward social comparison reduce the illusory conjunction effect: Support for distraction–conflict theory. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40(5), 659–665. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2003.12.003>

- Muller, D., & Butera, F. (2007). The focusing effect of self-evaluation threat in coaction and social comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(2), 194–211. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.2.194>
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: a ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175–220. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>
- Pietrangelo, A. (2019, December 17). *What the Baader-Meinhof Phenomenon Is and Why You May See It Again. . . and Again*. Healthline. Retrieved October 11, 2022, from <https://www.healthline.com/health/baader-meinhof-phenomenon>
- Rich, A. (2020, July 22). *What is the Baader Meinhof Phenomenon?* The Lighthouse, Retrieved September 6, 2022, from <https://lighthouse.mq.edu.au/article/july-2020/What-is-the-Baader-Meinhof-Phenomenon>
- Rodriguez, A. (2021, July 8). *What is the Frequency Illusion?* CU Denver News. Retrieved September 8, 2022, from <https://news.ucdenver.edu/what-is-the-frequency-illusion/>
- Rosenthal, R., & Jacobson, L. (1968). Pygmalion in the classroom. *The Urban Review*, 3(1), 16–20. <https://doi.org/10.1007/BF02322211>
- Slooman, S. A., Over, D., Slovak, L., & Stibel, J. M. (2003). Frequency illusions and other fallacies. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 91(2), 296–309. [https://doi.org/10.1016/S0749-5978\(03\)00021-9](https://doi.org/10.1016/S0749-5978(03)00021-9)
- Treisman, A., & Paterson, R. (1984). Emergent features, attention, and object perception. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 10, 12–31. <https://doi.org/10.1037//0096-1523.10.1.12>
- Turner, R. (n.d.). *Ever Dream This Man?* Retrieved October 11, 2022, from <https://www.world-of-lucid-dreaming.com/ever-dream-this-man.html>
- Varkey, T. C., Varkey, J. A., Sivakumar, M., & Merhavy, Z. I. (2022, June 1). The Mongoose Phenomenon: A New Logical Heuristic. *Galician Medical Journal*, 29(2), E202226. <https://doi.org/10.21802/gmj.2022.2.6>
- Waits, P. (2022, April 11). *How is your Spiritual Guide talking to you through the Mirror & Reversed Hours*. themagichoroscope.com. Retrieved September 5, 2022, from <https://themagichoroscope.com/astrology/mirror-hours-reversed-hours>
- Walther, E. (2014): Wie gefährlich ist die Gruppe? Eine sozialpsychologische Perspektive kriminalitäts-bezogener Radikalisierung. *Zeitschrift für Internationale Strafrechtsdogmatik* 9, 393–404. [https://www.zis-online.com/dat/artikel/2014\\_9\\_845.pdf](https://www.zis-online.com/dat/artikel/2014_9_845.pdf)
- What Is A Mirror Hour And It's Meaning?* (2021, August 12). Mind Your Body Soul. Retrieved September 5, 2022, from <https://www.mindyourbodysoul.com/what-is-a-mirror-hour/>
- Wilson, C., & Wilson, D. (2005). *Velika enciklopedija neresenih zagonetki*. Beograd: Narodna knjiga-Alfa.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2, Pt. 2), 1–27. <https://doi.org/10.1037/h0025848>
- Zwicky, A. M. (2005, July 8). *Just Between Dr. Language and I. Language Log* Retrieved October 11, 2022, from <http://itre.cis.upenn.edu/~myl/language-log/archives/002386.html>

**ABSTRACT**

This text aims to describe the Baader–Meinhof phenomenon within the domain of cognitive biases. It focuses on explaining the origin of the term, its definition, empirical-methodological elaboration, and its explication from a socio-cognitive and personality perspective. The Baader–Meinhof phenomenon is defined as the frequent occurrence of a particular (often distinctive) phenomenon after it has been observed for the first time, which is why it is also referred to as the frequency illusion. It derives its name from the German leftist terrorist group that was active in the 1970s, as media headlines about the group’s activities were observed more frequently by readers who had first encountered the term. The Baader–Meinhof syndrome is a complex cognitive bias that can be decomposed into selectivity bias (selective attention) and confirmation bias. Although the phenomenon is known in popular culture, there appears to be no systematic research on the topic. This text offers suggestions for assessing the phenomenon by employing observational, correlational, and experimental designs. Additionally, the phenomenon is discussed from the perspectives of Jungian synchronicity, self-fulfilling prophecy, attentional focusing, availability and representativeness heuristics, and social contagion. Lastly, the Baader–Meinhof phenomenon is compared to the “Mongoose Phenomenon,” which refers to the observation of events that have been present all along.

**Keywords:** Baader–Meinhof, frequency illusion, selective attention, confirmation bias, Mongoose phenomenon