

Sandra Ilić i Kaja Damnjanović

FILOZOFSKI I PSIHOLOŠKI PRISTUPI VERBALIZMIMA

APSTRAKT: U radu je dat pregled filozofskih razmatranja verbalizama i psiholoških empirijskih istraživanja o istom fenomenu. Prilikom preuzimanja ovog koncepta iz filozofije, psihološka empirija je u prvom talasu istraživanja implicitno promenila i sadržaj i definiciju koncepta, usmeravajući se na aspekte verbalizama, poput individualnih razlika u receptivnosti, koji su dostupni empirijskim alatima. U drugom talasu psiholoških istraživanja verbalizama, istraživači su se, adekvatno, u većoj meri oslanjali na savremene filozofske analize i definicije verbalizama, što je dovelo do korišćenja eksperimentalnih procedura za ispitivanje distinktivnih karakteristika ovakvih iskaza, doprinosa govornika, uticaja primaoca verbalizama, i konačno, implikacija po javni diskurs. U zaključnom delu rada istaknute su manjkavosti postojećih pristupa verbalizmima, društvene implikacije upotrebe verbalizama i receptivnosti na njih, i izneti predlozi kako da se te manjkavosti prevaziđu.

KLJUČNE REČI: verbalizmi, pseudodubokoumni verbalizmi, receptivnost za verbalizme, psihologija verbalizama

Verbalizmi u filozofiji

Pre 34 godine filozof Hari Frankfurt (Frankfurt, 1986) je objavio esej „On bullshit“ i verbalizam (eng. *bullshit*) je postao ustanovljeni filozofski koncept (Sarajlić 2018). Prema Frankfurtovoj definiciji, verbalizam ili preciznije „verbalizovanje“ predstavlja namerni komunikacioni akt kojim govornik prikriva da „istinitosne vrednosti njegovih (sic) izjava nisu od centralnog značaja za njega“ tj. da je za njega istina irelevantna (Frankfurt 2005: 55). Frankfurt ističe da je njegova filozofska analiza fenomena verbalizama usmerena na aktivnost produkcije iskaza, a ne na njene produkte: „(...) mentalno stanje osobe koja kreira parče diskursa je krucijalni faktor u utvrđivanju da li je to što je kreirano verbalizam ili ne“ (Frankfurt 2002: 340).

Sa druge strane, filozof Džerald Alan Koen (2002), smatra da mentalno stanje osobe, preciznije namera, nije distinktivna karakteristika (svih) verbalizama. U svom eseju pod naslovom „Deeper into Bullshit“, on ističe da postoje dve vrste verbalizama

(Cohen 2002) ili dve vrste filozofske analize verbalizama. Dok se Frankfurt bavi *produkcijom* takvih iskaza, Koen se bavi *produktima* – samim verbalizmima, nezavisno od toga da li aktivnost, čiji su verbalizmi produkt, predstavlja verbalizovanje ili ne (Cohen 2002). Prema Koenu, Frankfurtova definicija verbalizama nije iscrpna jer osoba koja pokazuje „frankfurtijansku nezabrinutost“ (Cohen 2002: 5) za istinitost iskaza može *nenamerno* da izgovori nešto istinito, a što se, po Frankfurtovoj definiciji, ne bi moglo svrstati u kategoriju verbalizama, iako predstavlja produkt „verbalizovanja“ (Cohen 2002). Suprotno tome, i osoba koja brine o istinitosti onoga što govori može da produkuje verbalizam (Cohen 2002). Zbog toga, tvrdi Koen, namerna nezainteresovanost za istinitosnu vrednost iskaza nije ni dovoljan ni nužan uslov verbalizma, a isto važi i za svako drugo stanje intencionalnosti. U skladu sa ovime, Koen smatra da su važne karakteristike verbalizama „nerazjašnjiva nejasnost“ (eng. *unclarifiable unclarity*; Cohen 2002: 5) i nesugestivnost (eng. *lacks (the) virtue of suggestiveness*; Cohen 2002: 8) takvih iskaza. Nerazjašnjiva nejasnost se odnosi na to da verbalizmi ne samo što su opskurni, već ne mogu biti učinjeni neopskurnim - svaki prividni uspeh u uklanjanju opskurnosti iz verbalizama dovodi do produkta koji nije prepoznatljiv kao alternativna verzija onoga što je rečeno (Cohen 2002). Drugim rečima, kada su ovi iskazi u pitanju, eliminisanje šuma iz značenja ne dovodi do preciziranja značenja, što dalje onemogućuje konstruisanje iskaza koji bi imali isto komunikativno značenje. Ovakvi iskazi se nekad mogu prepoznati po tome što dodavanje (ili uklanjanje) negacije iskazu ne menja njegovu plauzibilnost (Cohen 2002). Međutim, i nerazjašnjiv tekst, poput poezije, može biti sugestiv u smislu da podstiče razmišljanje i da se može interpretirati na više načina, i zbog toga ne predstavlja verbalizam (Cohen 2002). Verbalizmi koji zadovoljavaju ove Koenove kriterijume produkuju, s jedne strane, oni koji su samo skloni verbalizovanju, a sa druge, oni koji ciljano verbalizuju, namerno produkujući nerazjašnjive iskaze, kako bi postigli neki cilj.

Noviju filozofsku analizu verbalizama objavio je Eldar Sarajlić (2018) koji, osvrćući se na Frankfurtova i Koenova zapažanja, smatra da verbalizam nije narušavanje principa istinitosti nego *namerno narušavanje principa racionalnosti*. Definicija koju on nudi je sledeća: verbalizam predstavlja komunikacijski akt prilikom kog govornik, bez uzajamnog dogovora sa slušaocem o suspenziji namere da se u razgovoru izgovara istina, namerno izgovara tvrdnje koje nemaju nikakvu istinitosnu vrednost kako bi umanjio sposobnost slušaoca da konstruiše relevantne epistemičke i praktične premise, čime postiže da slušalac postupa u skladu sa njegovim (govornikovim) namerama.

Ova, tri decenije duga, filozofska rasprava u vezi sa verbalizmima bila je, a i dalje je, fokusirana na distinktivne karakteristike verbalizama. Sa druge strane, u psihologiji se osobine verbalizama do skoro nisu ispitivale, već su se podrazumevale i to onakvim kakvim ih je definisao još Frankfurt (1986). Ukratko, prilikom prenošenja filozofskog koncepta u polje psihološke empirije, došlo je do premeštanja fokusa sa karakteristika verbalizama (pa samim tim i govornika) na karakteristike slušalaca.

Psihološka istraživanja verbalizama

U empirijsku psihologiju verbalizmi su stigli skoro 30 godina nakon što je Frankfurt objavio svoj esej. Gordon Penikuki kolege (Pennycook, Cheyne, Barr, Koehler, & Fugelsang 2015) tretirajući verbalizme kao fenomen sa karakteristikama koje je izneo Frankfurt (1986) izveli su seriju eksperimenata o individualnim razlikama u procenama dubokoumnosti tj. receptivnosti na posebnu vrstu verbalizama koje su nazvali pseudo-dubokoumnim.

Pseudo-dubokoumni verbalizmi (PDV) predstavljaju naizgled impresivne tvrdnje koje su predstavljene kao istinite i smislene, a kojima u stvari nedostaje smisao i istinitosna vrednost (Pennycook et al. 2015). Privid istinitosti i smislenosti takvih iskaza posledica je njihove ispravne sintaksičke strukture koja implicira da imaju značenje, a pseudo-dubokoumnim ih čini to što je značenje koje se njima *navodno* prenosi nekakva mudra i važna istina. Prema ovom pristupu, PDV imaju nekoliko osobina: uključuju brigu o tome da takvi iskazi zvuče dubokoumno, tj. nameru govornika da impresionira slušaoca, imaju ispravnu sintaksičku strukturu kojom se implicira da imaju značenje, ali pate od nedostatka značenja, i nemaju istinitosnu vrednost. PDV su napravljeni pomoću generatora rečenica koji kreira iskaze na osnovu postojeće baze reči koje u svojim knjigama i obraćanjima koristi Dipak Čopra, jedan od najpoznatijih zastupnika alternativne medicine. Ukratko, to su iskazi *dizajnirani da impresioniraju, a ne da informišu* (Pennycook et al. 2015).

Ovo, kao i velika većina drugih psiholoških istraživanja verbalizama koja su usledila, bilo je usmereno na individualne razlike ispitanika u receptivnosti na PDV, i na korelate te dispozicije. U manjem broju istraživanja fokus je premešten na kontekstualne faktore koji podstiču ili inhibiraju receptivnost na PDV, dok je tek nekoliko istraživanja bilo usmereno na same karakteristike verbalizama. U daljem tekstu biće predstavljene i prodiskutovane nalazi iz ove tri grupe istraživanja.

Diferencijalni pristup istraživanju verbalizama

Navedeno istraživanje Penikuka i saradnika (2015), i druga istraživanja iz ove kategorije, bila su usmerena na individualne razlike u receptivnosti i senzitivnosti na verbalizme, ali i na različite korelate ove dve povezane dispozicije. Receptivnost na verbalizme podrazumeva sklonost da se ovakvi iskazi procenjuju kao dubokoumni. Senzitivnost na verbalizme podrazumeva sposobnost da se ovakvi iskazi razlikuju po dubokoumnosti od iskaza koji zapravo jesu nešto što se konvencionalno smatra dubokoumnim, i što za razliku od PDV ima značenje, poput motivacionih citata koji su korišćeni, zajedno sa PDV, za merenje ove dispozicije. Drugim rečima, senzitivnost na verbalizme je sposobnost da se među različitim iskazima detektuje verbalizam.

Osim dubokoumnosti PDV i motivacionih citata, ispitanici su u Penikukovom (2015) istraživanju procenjivali i dubokoumnost zdravorazumskih istinitih zaključaka poput „Različite stvari često imaju različite mirise“.

Korelati receptivnosti na verbalizme u ovim istraživanjima obuhvatali su čitav spektar socijalno-psiholoških i fenomena iz oblasti racionalnosti: kognitivnu reflektivnost, heuristike i pristrasnosti, verbalnu i fluidnu inteligenciju, numeričke sposobnosti, ontološku zbunjenost, religioznost, kognitivni stil, potrebu za kognicijom, poverenje u sopstvenu intuiciju, verovanje u paranormalno, verovanje u teorije zavere, verovanje u efikasnost komplementarne i alternativne medicine (Pennycook et al. 2015), verovanje u lažne vesti (Pennycook & Rand, 2018), političko opredeljenje (Pfattheicher & Schindler 2016; Sterling, Jost, & Pennycook 2016), prosocijalno ponašanje (Erlandsson, Nilsson, Tinghög, & Västfjäll, 2018) itd. U inicijalnom Penikukovom istraživanju pokazalo se da što su osobe manje kognitivno reflektivne, sklonije pristrasnostima, nižih kognitivnih sposobnosti tj. niže fluidne i verbalne inteligencije, i numeričkih sposobnosti, što su sklonije ontološkim zabunama, religioznim verovanjima, verovanjima u teorije zavere, efikasnost alternativne i komplementarne medicine, i što više veruju sopstvenim intuicijama sklonije su da verbalizme procenjuju kao dubokoumne (Pennycook et al. 2015). Slično tome, što su ispitanici bili senzitivniji na verbalizme bili su manje receptivni na verbalizme, manje skloni pristrasnostima, i manje skloni verovanjima u paranormalno. Druga istraživanja u kojima je fokus bio na nekognitivnim fenomenima pokazala su da su osobe receptivne na verbalizme sklonije verovanju u lažne vesti, pa u skladu sa time pokazuju manju sposobnost razlikovanja lažnih od istinitih vesti (Pennycook & Rand 2018) sklonije su konzervativnoj ideologiji, glasale bi za republikanske kandidate na izborima (Pfattheicher & Schindler 2016) umereno podržavaju neoliberalnu ideologiju slobodnog tržišta (Sterling, Jost, & Pennycook 2016), i manje su sklone prosocijalnom ponašanju (Erlandsson, Nilsson, Tinghög, & Västfjäll 2018). Ova istraživanja, počev od Penikukovog zaista pokazuju da receptivnost i senzitivnost na verbalizme jesu dispozicije, i da individualne razlike u ovim dispozicijama variraju na „konceptualno interpretabilan“ način tj. da su konzistentno povezane sa drugim teorijski važnim dispozicijama i konstruktima.

Penikuk i saradnici (2015) su predložili i dva mehanizma koja bi mogla da budu odgovorna za receptivnost na verbalizme. Prvi se odnosi na *pristup* sadržaju, a drugi na *detekciju* pseudo-dubokoumnosti sadržaja. Prvi mehanizam prema tome podrazumeva da neki ljudi jednostavno pristrasno pristupaju informacijama prihvatajući ih kao smislene i istinite od starta. Podsetimo se, prema Frankfurtovoj definiciji verbalizama od koje autori ove studije polaze, verbalizam, odnosno „verbalizovanje“ predstavlja namerni komunikacioni akt kojim govornik prikriva da „istinitosne vrednosti njegovih (sic) izjava nisu od centralnog značaja za njega“ tj. da je za njega istina irelevantna (Frankfurt, 2005: 55). Suprotno tome, neki ljudi imaju *unapred* veća očekivanja od sadržaja u terminima smislenosti i istinitosti, pa su shodno tome i skeptič-

niji prilikom procene dubokoumnosti iskaza. Drugi mehanizam se odnosi na sposobnost *detekcije* činjenice da je nešto verbalizam. Ukoliko osoba ima manju sposobnost *detekcije* verbalizama, tj. manju senzitivnost na verbalizme, pretpostavka je da će pomešati nejasnost iskaza sa dubokoumnošću, jer će biti nesvesna činjenice da stimulus (prilikom procene po nekoj dimenziji koja je povezana sa smislenošću) zahteva dodatno razmatranje. Ovo je povezano sa neuspešnom detekcijom konflikta koja predstavlja jedan od faktora koji kod (bar nekih) ljudi izaziva upuštanje u namerne analitičke procese rezonovanja. Rezultati ovog istraživanja nisu nedvosmisleni i ukazuju na to da su za receptivnost na PDV odgovorna verovatno oba mehanizma. Rezultati idu u prilog pretpostavci da detekcija verbalizama među drugim iskazima nije posledica neselektivnog skepticizma, već donošenja ispravnog suda o tome da su neke rečenice koje zvuče impresivno uz to i neodređene, tj. nemaju jasno značenje. Rezultati takođe, idu u prilog i pretpostavci da pristrasnost prihvatanja rečenica kao istinitih igra važnu ulogu u receptivnosti na PDV.

Istraživanja kontekstualnih faktora koji utiču na receptivnost na verbalizme

Mali deo istraživanja PDV bio je usmeren na kontekstualne faktore koji mogu da podstaknu odnosno inhibiraju receptivnost na PDV. Naime, u domenu psihologije viših kognitivnih procesa, jedno od važnih pitanja tiče se toga šta ljude nagoni da detektuju konflikt i da se upuste u namerno analitičko rezonovanje (Damnjanović, Novković, Pavlović, Ilić & Pantelić 2019; Pennycook 2018), a podsetimo se, jedan od mehanizama receptivnosti odnosno senzitivnosti na verbalizme je upravo detekcija činjenice da su neki iskazi u stvari verbalizmi, i da njihov smisao, istinitost pa samim tim i njihova dubokoumnost zahtevaju dodatno razmatranje. U skladu sa teorijama dualnih procesa, prema kojima postoje dve vrste procesa rezonovanja - automatski (Tip 1) i reflektivni (Tip 2) tj. namerni analitički procesi, nije dovoljan samo kapacitet (npr. inteligencija) već je neophodna i volja za upuštanje u namerno analitičko rezonovanje (Stanovich 2011; Stanovich & West 2000). U domenu receptivnosti na PDV, jedan od potencijalnih „okidača“ volje da se pristupi kritičkom (dodatnom) razmatranju iskaza mogao bi da bude kontekst u kom se osoba sreće sa PDV, a kao najočigledniji faktor konteksta izgleda da se ističe izvor PDV. U skladu sa time i malobrojna istraživanja kontekstualnih faktora koji utiču na receptivnost na verbalizme upravo su se ticala izvora iskaza tj. uticaja pripisanog autorstva na receptivnost na PDV (na primer Gligorić & Vilotijević 2019; Ilić 2019; Ilić & Damnjanović 2019). Ipak, sama ideja o uticaju izvora na procene dubokoumnosti nije revolucionarni izum autora ovih istraživanja već potiče još iz Penikukovog početnog istraživanja ovog fenomena (Pennycook et al. 2015), a tiče se epistemički inferiorne pozicije ispitanika u psihološkom istraživanju. Naime, u svom zaključku o nalazima, Penikuk i saradnici

ci navode da je moguće da je registrovana sklonost ispitanika da besmislene iskaze procenjuju u proseku kao malo do srednje dubokoumne zapravo posledica njihovog očekivanja da su „iskazi prikazani u psihološkoj studiji (...) konstruisani sa namerom prenošenja nekakvog značenja“ koje njima nije jasno, ali verovatno postoji. Dalje, autori ističu da ti iskazi, zbog svoje neodređenosti, mogu da deluju kao da je „njihovo značenje toliko važno i duboko da ne može biti prikazano jednostavno. Drugim rečima moguće je da u takvim uslovima dolazi do „zamene“ neodređenosti sa dubokoumnost t.j. do neuspešne detekcije konflikta upravo zbog toga što nema očiglednih naznaka da bi prikazana rečenica mogla da bude sasvim besmislena. Ovakvo tumačenje u skladu je i sa filozofskim analizama odnosa verbalizama i poštovanja autoriteta. Sarajlić, kao što je već pomenuto, za razliku od Frankfurta (1986), smatra da verbalizmi ne predstavljaju narušavanje istinitosti nego racionalnosti (Sarajlić 2018). U skladu sa time, kada neko u razgovoru izgovara verbalizme on slušaoca automatski stavlja u poziciju epistemički inferiornog sagovornika t.j. implicira da slušalac nije u stanju da o izgovorenom kritički rasuđuje, pa shodno tome treba da se prepusti epistemičkom autoritetu govornika (Sarajlić 2018). Moguće je dakle, da znanje o izvoru PDV dovede do većih procena dubokoumnosti ukoliko autora PDV smatramo posebno pouzdanim izvorom informacija, i suprotno, da ukoliko PDV dolazi od osobe u koju (iz bilo kog razloga) nemamo poverenja, budemo motivisani da iskaze te osobe kritički preispitamo. Drugim rečima, moguće je da izvor iskaza upravo služi i kao zaštitni i kao faktor rizika (izazivajući epistemičku inferiornost) za receptivnost na PDV, zavisno od svoje pouzdanosti. U istraživanju u kom su autori različitog stepena pouzdanosti predstavljeni kao izvori verbalizama, usled pripisivanja autora upitne pouzdanosti dolazilo je do negativne promene procena dubokoumnosti PDV, ali ne statistički značajne. Ovaj nalaz može da se protumači na dva načina: ili nepouzdan izvor ne motiviše dovoljno (ili uopšte) ispitanike da kritički pristupe verbalizmu, ili, što je verovatnije, izvor koji je pripisan iskazu, u stvari, za ispitanike, nije bio nepouzdan. Sa druge strane, pokazalo se da pripisivanje pouzdanih izvora dovodi do značajno većih procena dubokoumnosti takvih iskaza (Ilić 2019; Ilić & Damnjanović 2019). Ovaj nalaz *upućuje* na to da je zaključak Penikuka i saradnika ispravan t.j. da ispitanici suočeni sa potpuno besmislenim iskazima, i to u situaciji ozbiljnog psihološkog testiranja, pretpostavljaju da ti iskazi zaista imaju neko, njima i dalje nedostupno, ali važno značenje, a kada im se uz to kaže ili uslovno rečeno „potvrdi“ da su ih izgovorili pouzdani autori, u svoj sud postaju još sigurniji. Ukratko, suočeni sa nejasnim iskazima koji se sastoje od impresivnih i modernih reči za koje im se kaže da su ih izgovorili pouzdani autori, ljudi, u odsustvu drugih informacija, više vrednuju informaciju o tome ko je nešto rekao, nego šta je rekao. Suprotno tome, pitanje koji kontekstualni faktor ljude može da učini rezilijentnijim ili senzitivnijim na verbalizme i dalje je otvoreno.

Istraživanja distinktivnih karakteristika verbalizama

Vrlo mali broj psiholoških istraživanja verbalizama, i to od iste grupe autora, bio je posvećen distinktivnim karakteristikama ovog fenomena, koje se počev od prvog Penikukovog istraživanja (Pennycook et al. 2015) zasnivaju na Frankfurtovoj definiciji. Ipak, od momenta kada je Frankfurt uveo verbalizme u filozofiju do momenta kada je Penikuk uveo verbalizme u empirijsku psihologiju prošlo je skoro 30 godina, koje je u filozofiji verbalizama obeležila upravo rasprava o njihovim distinktivnim karakteristikama. Mada i dalje ne postoji konsenzus, filozofski napori da se verbalizmi definišu su, za razliku od psiholoških, jasno uočljivi, a njihovu okosnicu predstavlja namera koja se pripisuje osobi koja produkuje verbalizam. Sa druge strane, postojanje namere govornika da verbalizmom impresionira slušaoca se u psihološkim istraživanjima, nije preispitalo - njeno prisustvo u PDV iskazima se relativno dugo podrazumevalo i, shodno tome, nije se postavljalo pitanje kako slušalac, kao neko prema kome je usmerena namera govornika, doživljava PDV s obzirom na tu nameru govornika. Iako Penikuk i kolege navode da neodređenost PDV *sugeriše* da je takav iskaz „napravljen kako bi kod se kod čitaoca izazvao nekakav utisak o dubokoumnosti na račun jasnog iznošenja značenja ili istine“ (Pennycook et al. 2015: 3), a sama operacionalizacija verbalizama *implicira* da se ostvarenje namere da se verbalizmom impresionira postiže ne samo neodređenošću iskaza nego i odabirom reči koje ga čine (Pennycook et al., 2015) ovo nije empirijski ispitano.

U jedinom istraživanju koje se ticalo isključivo distinktivnih karakteristika PDV (Čavojeva, Jurković, & Brezina 2019), autori su pošli od pretpostavke da su objektivni kriterijumi verbalizama manjak brige o istinitosti iskaza, i namera govornika da impresionira slušaoca. U skladu sa time, napravili su četiri kategorije novih iskaza koji su se međusobno razlikovali po istinitosti i opskurnosti, a koje su ispitanici procenjivali po istinitosti, razumljivosti i dopadljivosti. Pravljenje iskaza izvedeno je u nekoliko koraka. Autori su prvo odabrali definicije pojmova koji se koriste u četiri kategorije znanja (zdravlje, politika i ekonomija, odnosi i seks, i emocije). Potom su te definicije izmenili na tri načina: promenom forme iskaza uz zadržavanje istinitosti iskaza, promenom sadržaja iskaza uz zadržavanje forme, i promenom i forme i sadržaja iskaza. Promena forme je podrazumevala zamenu reči u definiciji, novim i komplikovanim rečima ili rečeničnim strukturama sa ciljem manipulisanja impresivnošću iskaza. Promena sadržaja, uz zadržavanje forme izvedena je sa ciljem manipulisanja stepenom brige o istinitosti iskaza. Konačno, promena i forme i sadržaja izvedena je sa ciljem kreiranja novih verbalizama. Na ovaj način dobijene su četiri verzije istih iskaza tj. četiri kategorije iskaza: definicije, opskurnije verzije, neistinite verzije, opskurnije i neistinite verzije. Autori su potom prikupili procene razumljivosti, istinitosti i dopadljivosti ovih iskaza kako bi uporedili doprinos procena razumljivosti i istinitosti iskaza u predviđanju procena „dopadljivosti“ iskaza. Međutim, dopadljivost

iskaza je predstavljala *operacionalizaciju impresivnosti* samih iskaza, a impresivnost samih iskaza odnosila se na postuliranu *nameru* govornika da iskazom impresionira. Drugim rečima, autori su karakteristiku govornika – nameru da iskazom impresionira, pretvorili u karakteristiku samog iskaza, koja se pritom nije odnosila na to da je osobenost takvog iskaza to što je on kreiran sa namerom da se neko impresionira, već se odnosila prosto na impresivnost samog iskaza operacionalizovanu kao dopadljivost iskaza. To ujedno znači da nedostaje odgovor na pitanje da li slušaoci zaista prilikom susreta sa verbalizmima pripisuju govorniku nameru da ih impresionira. Osim toga, nedostaju i subjektivne procene ispitanika o smislenosti PDV, uzimajući u obzir da su autori ovog istraživanja prikupili procene o istinitosti i razumljivosti iskaza. Empirijski napori psihologa radi utvrđivanja objektivnih kriterijuma PDV, odnosno verbalizama uopšte, se ovde završavaju.

Zaključak

U dosadašnjem tekstu opisani su filozofski i psihološki pristupi verbalizmima, i njihovom istraživanju. U ovom, zaključnom delu biće istaknute manjkavosti postojećih pristupa verbalizmima, društvene implikacije upotrebe verbalizama i receptivnosti na njih, i u skladu time, zašto je iz praktičnih razloga neophodno da se te manjkavosti prevaziđu.

Jedna od implikacija praktično svake definicije verbalizama jeste da pošto oni nemaju istinitosnu vrednost, ne mogu se proveriti pa samim tim ni opovrgnuti (Ilić & Damnjanović 2019; Sarajlić 2018). Zbog toga, za razliku od laži, verbalizmi omogućavaju govorniku da izbegne odgovornost za dešavanja koja nastaju kao posledice njegovih tvrdnji, i to je upravo ono što ih čini društveno korozivnijim nego laži (Hopkin & Rosamond 2017; Sarajlić 2018). Uzmimo kao primer sledeću rečenicu iz članka jednog poznatog lekara i univerzitetskog profesora, a koja je njemu služila kao argument o suštinskim morfološkim i funkcionalnim razlikama između muškog i ženskog mozga: „On [ženski mozak] je do te mere odgovoran da je Priroda ženi uskratila izvesnost uživanja u seksu, i mnoge druge konkretne prijatne događaje sve u nameri da kroz različitost percepcije seksa odnos žene i muškarca ostane večito tajnovit“ (Priroda je ženi uskratila da uživa u seksu 2019). Ova rečenica ima sve karakteristike verbalizama, na koji god način da ih definišemo: nije zasnovana na istini, ali nije ni laž (Frankfurt 2005; Sarajlić 2018), pa je shodno tome nije moguće proveriti, niti opovrgnuti (Hopkin & Rosamond 2017; Ilić & Damnjanović 2019; Sarajlić 2018), napravljena je sa ciljem da zvuči mudro (Frankfurt 1986; Pennycook et al. 2015), dodavanje negacije ne bi menjalo njenu verodostojnost (Cohen 2002), nije sugestivna jer ne podstiče na razmišljanje u smislu višestruke interpretacije (Cohen 2002), namera govornika da ubedi slušaoca u nešto je sasvim jasna (Cohen 2002; Frankfurt 2005;

Sarajlić 2018), i konačno, onemogućava slušaoca da konstruiše relevantne epistemičke i praktične premise - ne daje razloge ni za ni protiv izvesnog smera akcije (Sarajlić 2018). Ovakvi iskazi su često prisutni i u političkom diskursu. Politikane predstavlja arenu uspostavljanja istine u racionalnom i naučnom smislu jer je objektivna istinitost tvrdnje uvek manje važna od posledica opšteg prihvatanja te tvrdnje (Einfeld 2017; prema Hopkin & Rosamond 2017). Dalje, verbalizmi obezbeđuju *govorniku* dovoljno prostora da tvrdi da nikoga nije obmanuo ili da nije imao takvu nameru (što tehnički i može da bude tačno) (Sarajlić 2018). Upravo zbog toga politika predstavlja vrlo plodno tlo za bujanje verbalizama, i verbalizmi predstavljaju veoma moćno oružje u političkom diskursu (Hopkin & Rosamond 2017). Međutim, da li će verbalizmi biti prihvaćeni presudno i konačno zavisi od publike i od mehanizama receptivnosti i senzitivnosti na njih. Istraživanja pokazuju da ljudi zaista verbalizme smatraju dubokoumnim. Osim toga, istraživanja kontekstualnih faktora pokazuju da ljudi mudrost neke tvrdnje ne zasnivaju na istinitosti i smislenosti tvrdnje, već na informaciji o tome ko je izvor te tvrdnje. Diferencijalni pristup verbalizmima pokazuje da osobe koje smatraju verbalizme dubokoumnim, pokazuju manju sklonost da se bave kritičkim razmatranjem informacija kojima su izloženi (Pennycook 2015), više veruju u lažne vesti (Pennycook & Rand 2017), ali takođe imaju predvidljiva politička uverenja (Pfattheicher & Schindler 2016). Drugim rečima, svi ovi nalazi zajedno upućuju na zaključak da verbalizmi, njihova upotreba u javnom diskursu i receptivnost na njih mogu da imaju ogromne društvene posledice. Uprkos tome o verbalizmima se i dalje veoma malo zna. Iako je u filozofiji koncept verbalizama prisutan već tri decenije, i dalje ne postoji konsenzus oko njegovih distinktivnih karakteristika, a razjašnjenju nije doprinela ni, sada već relativno bogata, psihološka empirijska građa o verbalizmima. Razlozi za ovo su višestruki, počev od toga je prilikom prenošenja filozofskog koncepta u polje psihološke empirije došlo do potpunog premeštanja fokusa na individualne razlike slušalaca. U skladu sa time, namera *govornika* da PDV-om impresionira, koja u filozofiji predstavlja okosnicu rasprave o karakteristikama verbalizama, u psihološkim se istraživanjima eksplicitno podrazumeva. Ukoliko verbalizme koje koristimo da detektujemo receptivnost na njih, ispitanici ne doživljavaju kao skrojene sa namerom da ih neko impresionira, onda to nisu verbalizmi, ili namera da se njima impresionira nije njihova distinktivna karakteristika. Drugim rečima, verbalizmi se već nekoliko godina istražuju, ali ne postoji, na teorijskom nivou, konsenzus oko toga šta je zapravo verbalizam, koje su njegove osobine, po čemu se razlikuje od drugih iskaza, ili koliko vrsta verbalizama postoji. Ako ne znamo šta je verbalizam, koje su njegove karakteristike, da li njihove teorijske karakteristike odgovaraju tome kako ih ispitanici doživljavaju, ne možemo da poboljšamo instrumente kojima merimo receptivnost na verbalizme. Na primer, Penikuk (2015) smatra da osim skale receptivnosti na verbalizme, i mera senzitivnosti na verbalizme takođe treba da se poboljša ne samo povećavanjem broja stavki, već i uvođenjem smislenih i konvencionalno dubokou-

mnih stavki koje direktnije korespondiraju sa PDV. Konstrukcija pouzdanijeg indeksa receptivnosti i senzitivnosti na verbalizme je presudan korak u razumevanju kognitivnih i socijalnih mehanizama od kojih zavisi detekcija takvih iskaza (Pennycook et al. 2015). Razumevanje kognitivnih i socijalnih mehanizama detekcije i receptivnosti na verbalizme omogućilo bi razvoj intervencija ili strategija odbrane od verbalizama. Uprkos tome, nalazi o korelatima receptivnosti na verbalizme, na osnovu Penikukove skale se gomilaju, a naponi da se ispituju teorijske karakteristike verbalizama i poboljšaju instrumenti, do skoro su u potpunosti izostajali. Na kraju, ne izgleda preterano i danas ponoviti ono što su Penikuk i kolege napisali na samom početku psiholoških istraživanja verbalizama, a to je da je činjenica „da se ljudi razlikuju u receptivnosti na verbalizme (...) možda manje iznenađujuća od činjenice da su naučnici u psihologiji *do sada* zanemarili to pitanje“ (Pennycook 2015).

Sandra Ilić

Laboratorija za eksperimentalnu psihologiju, Odeljenje za psihologiju, Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu

Kaja Damnjanović

Institut za filozofiju, Laboratorija za eksperimentalnu psihologiju, Odeljenje za psihologiju, Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu

Autorke dele prvoautorstvo.

Literatura

Cohen, Gerald Allan (2002). “Deeper into Bullshit”, in Sarah Buss & Lee Overton (eds.), *The Contours of Agency: Essays on Themes from Harry Frankfurt* (Cambridge, MA: MIT Press): 321–340.

Damnjanović, Kaja, Novković, Vera, Pavlović, Irena, Ilić, Sandra, and Pantelić, Slobodan (2019). “A cue for rational reasoning: Introducing a reference point in cognitive reflection tasks”, *Europe’s journal of psychology*, 15(1), 25.

Erlandsson, Arvid, Artur Nilsson, Gustav Tinghög, and Daniel Västfjäll (2018). “Bullshit-sensitivity predicts prosocial behavior”, *PloS one*, 13(7)

Čavojová, Vladimíra, Marek Jurkovič, and Ivan Brezina (2019). “To be or not to be bullshit? Obscuring the form vs. moving away from truthfulness”. In *Cognition and artificial life*, 17-19.

Frankfurt, Harry (2002). “Reply to G.A. Cohen”. in Sarah Buss & Lee Overton (eds.), *The Contours of Agency: Essays on Themes from Harry Frankfurt* (Cambridge, MA: MIT Press): 340–345.

Frankfurt, Harry (2005). *On Bullshit* (Princeton, NJ: Princeton University Press).

Gligorić, Vukašin and Vilotijević, Ana (2019). „Who said it?” How contextual information influences perceived profundity of meaningful quotes and pseudo-profound bullshit”, *Applied Cognitive Psychology*, 34(2): 535-542.

- Hopkin, Jonathan, and Ben Rosamond (2018). "Post-truth politics, bullshit and bad ideas: 'Deficit Fetishism' in the UK", *New political economy*, 23(6): 641-655.
- Ilić, Sandra (2019). „Cognitive factors of the pseudo-profound bullshit phenomena“ In. XXV Scientific Conference Empirical Studies in Psychology (Faculty of Philosophy, University of Belgrade)
- Ilić, Sandra and Damnjanović, Kaja (2019). "(Povučeno) Uticaj autorstva na procenu dubokoumnosti pseudodubokoumnih verbalizama: ko izgovara i ko veruje u besmislice?", *Primenjena psihologija*, 12(2), 183-204. (Retrakcija objavljena 1.10.2019. *Primenjena psihologija*, 12(3), str 348)
- Pennycook, Gordon and David Rand (2017). "Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking", *Journal of personality*, 88(2): 185-200.
- Pennycook, Gordon, James Allan Cheyne, Nathaniel Barr, Derek Koehler, and Jonathan Fugelsang (2015). "On the reception and detection of pseudo-profound bullshit", *Judgment and Decision making* 10(6): 549-563.
- Pfattheicher, Stefan, and Simon Schindler. (2016). "Misperceiving bullshit as profound is associated with favorable views of Cruz, Rubio, Trump and conservatism", *PloS one* 11(4)
- Sarajlić, Eldar (2019). "Bullshit, Truth, and Reason", *Philosophia*, 47(3): 865-879.
- Stanovich, Keith (2011). *Rationality and the reflective mind* (New York, NY: Oxford University Press)
- Stanovich, Keith and West, Richard (2000). "Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate?", *Behavioral and Brain Sciences*, 23(5), 645-726.
- Sterling, Joanna, John Jost, and Gordon Pennycook (2016). "Are neoliberals more susceptible to bullshit?", *Judgment & Decision Making* 11, 4.
- Jovo Toševski (2019). „Priroda je ženi uskratila da uživa u seksu, muškarci i žene će uskoro i fizički zaraditi“. *Novosti Online*. Preuzeto sa: <https://www.novosti.rs/vesti/lifestyle.676.html:824233-Jovo-Tosevski-Priroda-je-zeni-uskratila-da-uziva-u-seksu-muskarci-i-zene-ce-uskoro-i-fizicki-zaraditi> (2019, October 14).

Sandra Ilić & Kaja Damnjanović

Philosophical and Psychological Approaches to Bullshit (Summary)

In this paper, we give an overview of philosophical considerations of and psychological empirical research on bullshit. While taking this concept from philosophy, in the first wave of research, psychologists implicitly changed both the content and definition of the concept, focusing on aspects of bullshit phenomena addressable by empirical tools, such as individual differences in bullshit receptivity. In the second wave, researchers, adequately, relied more on contemporary philosophical analyses and definitions of bullshit. This led to employing experimental procedures to examine the distinctive features of such statements, influence of the speaker, that is - the

source of bullshit, as well as implications for public discourse. In the concluding part, shortcomings of the existing approaches addressed, social implications of use of bullshit and receptivity to them are highlighted, and suggestions on how to overcome these shortcomings are presented.

KEYWORDS: bullshit, pseudoprofound bullshit, bullshit receptivity, psychology of bullshit