

УДК 37:004:159.9:316.6

Заморуїва Марія Миколаївна

Учениця 10-А класу Сумського ліцея №33 Сумської міської ради

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН ВІРИ У ГОРОСКОПИ

Анотація. У статті здійснено аналіз психологічних механізмів віри в астрологічні прогнози та узагальнені описи особистості в умовах сучасного інформаційного суспільства. Дослідження спрямоване на з'ясування причин стійкої популярності гороскопів попри відсутність їхнього наукового підґрунтя. Основну увагу зосереджено на ефекті Барнума як ключовому когнітивному феномені, що пояснює схильність людей сприймати загальні твердження як індивідуально точні. Проаналізовано класичні експерименти, які підтверджують існування цього ефекту, та охарактеризовано його основні психологічні механізми, зокрема суб'єктивну валідацію, орієнтацію на соціально бажані характеристики, довіру до авторитетного джерела та сприйняття універсальних формулювань як персоналізованих. Встановлено, що зазначений феномен активно використовується у сучасних комунікаційних практиках, зокрема в маркетингу та політичній діяльності, з метою впливу на поведінку та переконання людей. Обґрунтовано необхідність формування критичного мислення як ефективного засобу протидії маніпулятивним технологіям. Запропоновано практичні рекомендації щодо розпізнавання узагальнених тверджень і підвищення рівня психологічної стійкості особистості до інформаційного впливу. Результати дослідження можуть бути використані в освітньому процесі для розвитку медіаграмотності, навичок аналізу інформації та формування усвідомленого ставлення до псевдонаукових явищ.

Ключові слова: ефект Барнума та когнітивні спотворення; психологія сприйняття інформації; критичне мислення та медіаграмотність; маніпулятивні комунікації; віра в астрологічні прогнози; соціально-психологічний вплив

1. ВСТУП

Кожного ранку мільйони людей у всьому світі відкривають гороскопи, щоб дізнатися, що «зорі» їм приготували. Наприклад «Сьогодні ви будете схильні до роздумів, але несподівана зустріч підніме вам настрій» — і людина з подивом думає: «Як точно! Звідки вони знають?». Але чи справді зірки знають про ваш характер? І чому навіть освічені люди продовжують вірити у пророцтва?

Відповідь криється в особливості роботи нашого мозку. Цей феномен називається ефект Барнума (або ефект Форера), і він пояснює, чому ми так легко віримо в загальні фрази, які насправді підходять майже кожному.

Незважаючи на високий рівень освіченості суспільства та доступність наукової інформації, віра в гороскопи, астрологічні прогнози та «персоналізовані» психологічні описи залишається дуже поширеною. За даними різних опитувань, від 30 до 50% дорослого населення вважають астрологію хоча б частково науковою, а понад 70% хоча б іноді цікавляться гороскопами.

Виникає кілька запитань, а саме:

1) Якщо гороскопи та узагальнені описи особистості не мають наукового обґрунтування, чому вони продовжують викликати довіру?

2) Чому навіть освічені люди, які в інших сферах мислять критично, стають вразливими до цього феномену?

3) Які саме психологічні механізми змушують нас сприймати загальне твердження як особистісне?

Крім того, ця проблема набуває особливого значення в сучасному світі, де ефект Барнума активно використовується в маркетингу та політиці для маніпуляції людьми. Розуміння цього феномену допомагає захистити себе від таких маніпуляцій.

Метою цієї роботи є аналіз психологічного феномену ефекту Барнума: його історії, механізмів дії та проявів у сучасному суспільстві, а також визначення способів захисту від маніпуляцій, заснованих на цьому ефекті.

Для досягнення поставленої мети було вирішено дослідити що таке гороскоп і звідки взялися знаки зодіаку; з'ясувати, чому насправді існує 13 знаків зодіаку; проаналізувати класичні експерименти, які довели існування ефекту Барнума; виявити психологічні механізми, що лежать в основі цього феномену; з'ясувати, як ефект використовують у маркетингу та політиці; узагальнити у вигляді порад, як не потрапити в таку пастку.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Слово «гороскоп» походить від грецьких слів *hora* (час) та *skopos* (спостерігач). Тобто це «спостерігач часу». Але звідки ж взялася ідея, що зірки можуть впливати на нашу долю? Близько 4,5 тисячі років тому в Стародавньому Вавилоні (територія сучасного Іраку) жерці-астрономи помітили, що Сонце протягом року рухається небом і проходить через 12 сузір'їв. Вони розділили небесну сферу на 12 рівних частин — по 30 градусів кожна. Кожній частині дали назву сузір'я, яке в ній знаходилося. Вавилоняни мали 12-місячний календар, заснований на фазах Місяця, тому 12 знаків зодіаку ідеально вписувалися в їхню систему. Ці знання пізніше перейняли стародавні греки, які дали знакам зодіаку назви, що дійшли до наших днів: Овен, Телець, Близнюки, Рак, Лев, Діва, Терези, Скорпіон, Стрілець, Козеріг, Водолій, Риби.

Важливо розуміти: коли астрологи кажуть, що «Сонце у Леві», це означає, що Сонце знаходиться в тій частині неба, де з точки зору Землі розташоване сузір'я Лева. Але через те, що Земля рухається, сузір'я з часом зміщуються.

Більшість людей знають про 12 знаків зодіаку. Але чи знали ви, що насправді Сонце проходить через 13 сузір'їв, а не через 12?

Чому вавилоняни «забули» про 13-й знак? Справа в тому, що вавилоняни знали про 13-е сузір'я — Змієносець (лат. *Ophiuchus*). Вони навіть визнавали його існування. Але в їхньому календарі було 12 місяців, тому вони просто «пропустили» 13-й знак, щоб зробити систему зручнішою. У 1920-х роках Міжнародний астрономічний союз офіційно затвердив перелік із 88 сузір'їв. Тоді астрономи підтвердили, що Сонце справді проходить через ділянку неба, яка належить сузір'ю Змієносець.

У 2016 році NASA знову нагадало про цей факт: за 4,5 тисячі років змістилася земна вісь, тому дати перебування Сонця в сузір'ях змінилися. Як зазначило NASA у своєму блозі для дітей *Space Place*, «жодна астрономія не підтримує астрологію» і «зодіак не має наукового обґрунтування».

Як змінюються дати знаків зодіаку? Якщо враховувати Змієносець, то дати знаків зодіаку змінюються. Наприклад: Скорпіон займає лише кілька днів — з 23 по 29 листопада. Змієносець з'являється з 29 листопада по 17 грудня. Інші знаки також зміщуються. Тобто якщо ви вважали себе Скорпіоном, а народилися наприкінці листопада, за астрономічними мірками ви - Змієносець!

Чому астрологи не визнають 13-й знак? Традиційна астрологія досі не включає Змієносець в зодіакальне коло. Чому? Тому що астрологія базується не на точному положенні зірок, а на традиції, якій уже тисячі років. Для астрологів важливіша система, яка склалася історично, а не астрономічні факти.

Тепер, коли ми знаємо про походження гороскопів, виникає питання: чому люди так охоче вірять у те, що не має наукового підґрунтя? Відповідь дали психологи в середині ХХ століття.

Першим серйозне дослідження провів у 1947 році психолог Росс Стейгнер. Він запросив групу керівників (менеджерів з персоналу) пройти тест на особистість. Після тесту кожен учасник отримав «індивідуальний» опис своєї особистості. Але був один нюанс: насправді Стейгнер не аналізував відповіді. Він дав усім один і той самий текст, складений із гороскопів та графологічних описів. Графологія — це «наука» про визначення характеру людини за її почерком. Більшість науковців вважають її псевдонаукою, тобто вченням, яке видає себе за науку, але не має наукового підґрунтя. Більше половини керівників назвали опис «дуже точним», і майже ніхто не сказав, що він неправильний.

Це був перший експеримент, який показав, що люди схильні вірити в загальні описи. Наступного року психолог Бертірам Форер провів ще більш відомий експеримент. Він працював із 39 студентами-психологами — людьми, які мали б добре розумітися на таких речах! Форер дав студентам «тест на особистість» і сказав, що на основі результатів складе для кожного індивідуальний опис. Через тиждень він роздав результати. Але всі студенти отримали один і той самий текст, який Форер узяв із газетного гороскопу. Ось цей текст (зверніть увагу, наскільки загальними є ці фрази): *«Ви маєте велику потребу в тому, щоб інші люди любили та захоплювалися вами. Ви схильні критично ставитися до себе. У вас є значний невикористаний потенціал. Дисциплінований і самоконтрольований зовні, всередині ви схильні хвилюватися та бути невпевненим. Часом у вас виникають серйозні сумніви щодо правильності прийнятих рішень. Ви пишаєтеся тим, що мислите незалежно. Іноді ви екстравертні, товариські, а іноді — інтровертні, обережні та стримані. Деякі ваші прагнення досить нереалістичні. Безпека — одна з ваших головних цілей у житті».*

Екстраверт — це людина, яка любить бути серед людей, отримує енергію від спілкування, товариська та активна. Інтроверт — навпаки, людина, яка віддає перевагу тиші, самотійності, відновлює сили на самоті.

Студентів попросили оцінити точність опису за шкалою від 0 (дуже погано) до 5 (відмінно). Середня оцінка склала 4,26 бала! Тобто майбутні психологи оцінили випадковий текст із гороскопу як майже ідеально точний опис їхньої особистості. Лише після того, як оцінки були зібрані, Форер зізнався студентам, що всі вони отримали однаковий текст. Сам Форер назвав це явище «оманливою особистою валідацією» (fallacy of personal validation) — тобто помилковою вірою в те, що загальний опис стосується саме вас.

Валідація — це підтвердження правильності чогось. У психології це означає, що людина шукає підтвердження своїм думкам або почуттям.

У 1956 році психолог Пол Міль запропонував для цього феномену назву «ефект Барнума» — на честь відомого американського шоумена Фінеаса Тейлора Барнума.

Хто такий Фінеас Барнум? Це людина, яка в ХІХ столітті створила знаменитий цирк і славилася вмінням приваблювати публіку. Йому приписують фразу: «У нас є щось для кожного» (хоча насправді точної цитати не збереглося). Його шоу були побудовані на тому, що кожен глядач міг знайти в них щось цікаве саме для себе.

Отже, ефект Барнума існує. Але чому наш мозок так легко потрапляє в цю пастку? Психологи виділяють кілька причин:

- Суб'єктивна валідація (або «я знаходжу те, що хочу знайти»). Суб'єктивна валідація — це складне словосполучення, але воно означає просту річ: ми схильні помічати те, що підтверджує наші думки, і не помічати те, що їм суперечить. Суб'єктивний — це той, що залежить від особистих почуттів і думок людини, а не від

об'єктивних фактів. Простими словами: якщо ви читаєте гороскоп і бачите фразу «ви схильні критично ставитися до себе», ваш мозок одразу знаходить спогади про те, як ви справді були самокритичним. Але ви ігноруєте ту частину опису, яка не збігається (наприклад, «безпека — одна з ваших головних цілей», якщо ви насправді любите ризик).

- Високий рівень схвалення (або «ці фрази підходять майже всім»). Психологи називають це базовими показниками (base rates). Це означає, що фрази сформульовані так, що підходять переважній більшості людей. Зверніть увагу на слова, які часто використовуються в гороскопах: «іноді», «схильні», «маєте потенціал», «деякі з ваших». Ці слова роблять будь-яке твердження майже універсальним. Спробуйте знайти людину, яка ніколи не була невпевненою? Такої немає. Тому фраза «іноді ви буваєте невпевнені» підходить усім.

- Соціальна бажаність (або «нам подобається, коли про нас кажуть добре»). Соціальна бажаність — це тенденція людей сприймати позитивні твердження про себе легше, ніж негативні. Гороскопи та психологічні тести майже завжди дають позитивні або нейтральні характеристики: «ви маєте невикористаний потенціал», «ви пишаєтеся тим, що мислите незалежно». Ніхто не любить, коли про нього говорять погано, тому ми охоче приймаємо приємні слова.

- Довіра до джерела (або «якщо експерт сказав — значить правда»). Якщо людина вважає того, хто дає опис, авторитетним фахівцем (психологом, астрологом, «експертом з тестування»), вона з більшою ймовірністю повірить навіть загальним фразам. В експерименті Форера студенти довіряли «психологічному тесту» — і це посилює ефект.

Таким чином, ефект Барнума — це не просто цікавий психологічний факт. Його активно використовують, щоб впливати на людей.

Ви коли-небудь проходили тест у соціальних мережах «Який ви кіногерой?» або «Ваш ідеальний парфум»? Після тесту вам показують результат і пропонують купити щось, що «ідеально підходить саме вам».

Насправді результати таких тестів складені так, щоб сподобатися якомога більшій кількості людей. Але коли ви бачите фразу «ви глибока натура, яка цінує комфорт», ви думаєте: «О, це про мене!» — і з більшою ймовірністю купите запропонований товар.

Як зазначає маркетолог Вілл Хамфрі з агенції Wunderman Thompson у статті для WARC (2020), сучасний маркетинг активно використовує методи Барнума. Сьогоднішній світ працює за принципом «правдоподібності» (truthiness) — коли щось здається правдивим, навіть якщо насправді це не так. Людський розум, як кажуть дослідники, — це «процесор історій», а не «процесор логіки». Нам легше повірити в гарну історію про себе, ніж у сухі факти.

Політики часто використовують загальні фрази, які подобаються всім. Ось приклади: *«Я чую ваш біль», «Настав час для змін», «Ми повернемо країні стабільність», «Я захищу інтереси простих людей»*

Що означає «стабільність»? Для одного це низькі ціни, для іншого — мир, для третього — робота. Кожен слухач вкладає в ці слова своє розуміння, тому йому здається, що кандидат розмовляє саме з ним і розуміє його особисті проблеми. Дослідник Пол Резерфорд у своїй книзі «Дилема рекламіста: від Барнума до Трампа» (2018) показує, як методи «барнумізації» використовуються в політичних кампаніях. Політики, як і рекламісти, створюють «персоналізоване» враження для кожного виборця, використовуючи загальні фрази.

Як не потрапити у пастку? Поради психологів

Знати про існування ефекту Барнума — це вже половина захисту. Психологи пропонують такі способи уникнути маніпуляції:

1. Пізнавайте себе. Людям важко мати об'єктивне уявлення про себе, саме тому ми легко потрапляємо під вплив загальних описів. Розвивайте саморефлексію — тобто здатність аналізувати власні думки, почуття та вчинки. Шукайте зворотний зв'язок від близьких друзів.

2. Зберігайте критичне мислення. Ставте собі прості запитання: *Чи підійшла б ця фраза більшості моїх друзів? Чи є в цьому тексті конкретні факти, або лише загальні слова? Хто виграє від того, що я в це повірю?*

3. Шукайте другу думку. Одна людина має обмежений погляд на себе. Звертайтеся до друзів або рідних — іноді зі сторони видно те, чого ми самі не помічаємо.

4. Пам'ятайте про «ефект ввічливості». Якщо опис здається надто позитивним і приємним - це червоний прапорець. Реальні люди мають і сильні, і слабкі сторони.

Як зазначає професор Майкл Бірнбаум з Каліфорнійського державного університету: «Мораль демонстрації Барнума полягає в тому, що самоперевірка — це не перевірка. Не дозволяйте обдурити себе психікам, шарлатанам-психотерапевтам або фальшивим цілителям, які використовують цей трюк! Будьте скептичними та вимагайте доказів».

ВИСНОВКИ

Гороскопи та знаки зодіаку мають давню історію, що сягає Стародавнього Вавилону. Однак вони не мають наукового підґрунтя: насправді Сонце проходить через 13 сузір'їв, а не через 12, а астрологічні прогнози не підтверджуються науковими дослідженнями. Ефект Барнума є науково підтвердженим психологічним феноменом, вперше експериментально продемонстрованим у роботах Росса Стейгнера (1947) та Бертірама Форера (1948). Класичні експерименти показали, що люди схильні оцінювати узагальнені, розпливчасті описи особистості як високоточні та індивідуально релевантні. Основними психологічними механізмами ефекту Барнума є: суб'єктивна валідація (ми знаходимо те, що хочемо знайти), високий рівень схвалення універсальних тверджень (фрази підходять майже всім), соціальна бажаність (нам подобаються позитивні характеристики) та довіра до авторитетного джерела.

Ефект Барнума активно використовується в маркетингових комунікаціях (персоналізовані тести, реклама, створення «правдоподібних» історій) та політичних кампаніях (узагальнені обіцянки, ілюзія прямого діалогу з виборцем ітд). Протидія маніпулятивним технікам, заснованим на ефекті Барнума, полягає в розвитку критичного мислення, здатності ставити запитання про джерело інформації, універсальність тверджень та наявність конкретних фактів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Український психологічний ХАБ. Ефект Барнума або ефект суб'єктивного підтвердження // Психологічна енциклопедія. 14 лип. 2023. URL: <https://www.psykholoh.com/post/%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82-%D0%B1%D0%B0%D1%80%D0%BD%D1%83%D0%BC%D0%B0-%D0%B0%D0%B1%D0%BE-%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82-%D1%81%D1%83%D0%B1-%D1%94%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%82%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F> (дата звернення: 12.04.2026).
2. Stagner R. The gullibility of personnel managers // *Personnel Psychology*. 1958. Vol. 11, No. 3. P. 347–352. DOI: 10.1111/j.1744-6570.1958.tb00022.x. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1744-6570.1958.tb00022.x> (дата звернення: 12.04.2026).
3. Central Record. Ефект Барнума та легендарний експеримент Форера [Відео] // YouTube. 05 серп. 2025. URL: <https://youtu.be/vNjiHubGhQ8> (дата звернення: 12.04.2026).
4. Crew B. Stop freaking out, NASA did not just change your zodiac sign // *ScienceAlert*. 19 вер. 2016. URL: <https://www.sciencealert.com/stop-freaking-out-nasa-did-not-just-change-your-zodiac-sign> (дата звернення: 12.04.2026).

5. Misra R. No, NASA did not just change your zodiac sign // *Gizmodo*. 15 вер. 2016. URL: <https://gizmodo.com/no-nasa-did-not-just-change-your-zodiac-sign-1786737547> (дата звернення: 12.04.2026).
6. Давидов І. Є. Ефект Барнума: причина, через яку ми віримо в гороскопи // *Rehab*. 19 лип. 2021. URL: <https://rehab.net.ua/psihiatriya-uk/efekt-barnuma-prychyna-cherez-yaku-my-virymo-v-goroskopy/> (дата звернення: 12.04.2026).
7. Forer B. R. The fallacy of personal validation: A classroom demonstration of gullibility // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1949. Vol. 44, No. 1. P. 118–123. DOI: 10.1037/h0059240. URL: <https://psycnet.apa.org/record/1950-01912-001> (дата звернення: 12.04.2026).

Матеріал надійшов до редакції 02.04.2026 р.