

Sevinc Ağavəli ALLAHYAROVA

Xəzər universiteti
Psixologiya departamenti, dosent

Nurlanə Rahim SƏFƏRLİ

Ümumi psixologiya, II kurs magistrant
E-mail: nurlana.safarli2024@khazar.org

BARNUM EFFEKTİNİN PSİXOLOJİ MANİPULYASIYADA ROLU

Xülasə

Barnum effekti emosional ümumiləşdirmə nəticəsində yaranır. Bu effekt insanların falçılıq, qrafologiya, taro kartları kimi guya elmi əsaslara dayanan şəxsiyyət analizlərinə inanmalarının bir səbəbi kimi izah olunur. Məqalədə qeyd olunanları ümumiləşdirsək, Barnum təsvirləri, bütün normal insanlara aid edilə bilən, olduqca düzgün, trivial və müsbət ifadələrdir. Barnum effektinin dəqiq elmi izahı yoxdur. Bu effekt universal xarakter daşıyır. Barnum effektini müxtəlif sahələrdə istifadə edərək insanları təsir altına salmaq mümkündür. Barnum effektinin tipik bir-birinə qarşı şəraitdə əldə olunan ən ardıcıl nəticələrindən biri budur ki, insanlar müsbət təsviri mənfi təsvirdən daha çox özlərinə uyğun hesab edirlər. Məqalədə Barnum effekti ətraflı təhlil edilmiş, istifadə olunduğu sahələrdən bəhs olunmuşdur.

Açar sözlər: Barnum effekti, manipulyasiya, Barnum təsvirləri, astrologiya

UOT: 159.923.2

DOI: <https://doi.org/10.54414/LGUY8237>

Giriş

Nəyə görə insanlar astroloji proqnozlara, bürclərə və ya şəxsiyyət testlərinə inanırlar? Astroloji proqnozlar həqiqətən doğrudurmu, yoxsa insanlar inanmağa meyillidirlər?

Müasir dövrümüzdə internetdən rahat istifadə imkanları insanların asanlıqla istədikləri mövzu haqqında məlumat əldə etməklərinə kömək edir. Xüsusilə, sosial şəbəkələrin sürətli inkişafı istənilən sahə ilə bağlı araşdırmaların, yeniliklərin daha tez insanlara çatmasına səbəb olur. İnsanlar əsasən özləri haqqında, gələcək haqqında məlumat əldə etmək marağında olurlar. Son dövrlərdə sosial şəbəkələrdə tez-tez müxtəlif şəxsiyyət testləri, astroloji proqnozlar paylaşılır. Bu tərz paylaşımın insanlar tərəfindən daha çox izlənilir. Beləliklə, insanlar sosial şəbəkələrdə paylaşılan şəxsiyyət testləri, astroloji proqnozlar vasitəsilə özləri haqqında məlumat almağa çalışırlar. İnsanların özləri haqqında yeni nələrsə öyrənmək istəyi Barnum effektinin öyrənilməsinə səbəb oldu. Təxminən son 70 ildə

Barnum effekti daha çox psixoloqların, sosioloqların diqqətini çəkməyə başladı. "Barnum effekti" terminini ilk dəfə amerikalı klinik psixoloq Paul Meehl 1956-cı ildə istifadə etmişdir [1]. Bertram Forer isə 1948-ci ildə bu təsiri göstərən ilk təcrübəni aparmışdır. Barnum effekti falçılara, bürclərə və bu kimi sahələrə olan inamın əsas səbəbi kimi görünür. Minilliklər boyu falçılar, ulduz falı yazarları, ovuc oxuyanlar və kristal kürə sahibləri Barnum effektindən istifadə edərək müştərilərindən psixoloji rahatlıq qarşılığında maddi qazanc əldə ediblər. Hətta bəzi tədqiqatlar göstərmişdir ki, insanlar bu saxta təsvirləri bəzən rəsmi psixoloji test nəticələrindən daha doğru hesab edirlər.

Əsas hissə

Barnum effekti təxminən 30 il ərzində psixologiyada ən çox araşdırılan mövzulardan biri olmuşdur. Barnum təsvirləri qeyri-dəqiq və ümumiləşdirilmiş olur. Bu cür təsvirlərin yüksək qəbul səviyyəsi çox vaxt iştirakçıların sadələşməyi ilə izah olunur, lakin O'Dell və Layne bu izahı inandırıcı hesab etməyərək,

sadələvhlüyü əsas səbəb kimi qəbul etməyə qarşı çıxmışlar. Onlar qeyd edirlər ki, bu cür ümumi ifadələri düzgün hesab edən iştirakçılar əslində haqlıdirlər. Çünki bu ifadələr elə bütün insanlara uyğun olma xüsusiyyəti daşıyır və nəticə etibarilə yanlış olma ehtimalı çox azdır. Layne deyirdi: “Barnum təsvirləri, bütün normal insanlara aid edilə bilən, olduqca düzgün, trivial və müsbət ifadələrdir”[1]. Sundbergə görə Barnum təsvirlərinin dörd əsas növü var[2].

1) Qeyri-müəyyən – konkret bir şəxsə yönəlməyən: Həyatınızda müəyyən qədər dəyişikliyi qiymətləndirirsiniz.

2) İkitərəfli – əks xüsusiyyətləri eyni ifadədə şərh edən: Ümumilikdə şən bir insansınız, lakin bəzən depressiyaya düşürsünüz.

3) Modal – bir çox insana aid olan ümumi ifadələr: Oxumağın həmişə asan olmadığının fərqindəsiniz.

4) Müsbət – sosial cəhətdən arzuolunan ifadələr: Siz qətiyyətli birsiniz və insanlar tərəfindən sevilirsiniz.

Barnum ifadələrinin qəbul olunmasına təsir edən amillərdən biri də təqdim olunan ifadələrin nə dərəcədə müsbət olmasıdır. Sundberg bildirmişdir ki, insanlar daha çox müsbət ifadələr olan təsvirləri üstün tuturlar. O, bu nəticəyə iki hakim tərəfindən qiymətləndirilmiş təsvirlərə əsasən gəlmişdir.

Dickson və Kelly-yə görə bu mövzunun elmi tədqiqinə Forer-in apardığı araşdırma ilə başlanılmışdır. Ümumilikdə, Barnum effektinə aid sonrakı araşdırmalar Forer-in fikirlərini genişləndirmiş və bənzər metodologiyadan istifadə etmişlər. Bu metodologiyaya əsasən aşağıdakı ardıcılıq həyata keçirilir:

1) İştirakçılara şəxsiyyət testi tətbiq olunur

2) Testin qiymətləndirilməsi üçün bir müddət gözlənilir

3) Onlara guya test nəticələrinə əsaslanaraq hazırlanmış bir profil verilir

4) Bu profilin nə qədər doğru olduğunu iştirakçılar qiymətləndirirlər.

Əksərən iştirakçılara eyni şəxsiyyət təsviri verilir. Dickson və Kelly-nin araşdırmasında Barnum prinsipinin əvvəlki araşdırmalarda test edilmiş dəyişənləri də qeyd edilmişdir. Bunlara aşağıdakılar aiddir:

Təsvirin ümumiliyi

Təsvirin əlaqəli görünməsi

Təsvirin müsbətliyi

Qiymətləndirmə prosedurunun növü

Barnum effekti ilə bağlı aparılmış tədqiqatlar aşağıdakı faktorları araşdırmışdır: geribildirim ifadələrinin ümumi keçərliliyi, onların əhəmiyyətsizliyi, müsbət və mənfi yönümlülüüyü, baza səviyyəsində dəqiqliyi, unikal təhlillər, həmçinin qiymətləndirmə üsulları və test şəraiti.

Forer qeyd etmişdir ki, ümumi ifadələr əksər insanlara aid edilə bilər. Buna görə də onlar spesifik deyil. Sonrakı tədqiqatlar da bu ifadələrin tək bir şəxsiyyəti tanımaq üçün faydasız olduğunu təsdiqləmişdir. İnsanlara verilən şərhin müsbət və ya mənfi olmasının da onun qəbuluna müəyyən qədər təsiri olur. Forer ilkin olaraq şərhin qəbul edilməsi ilə iştirakçıların yaşı və peşə təcrübəsi arasında bir əlaqə tapmamışdır. Oxşar şəkildə, Stagner də Barnum ifadələrinin qəbul səviyyəsinin kollecdə oxuyan tələbələr, sənaye rəhbərləri və şəxsi heyət menecerləri arasında eyni olduğunu göstərmişdir. Bu da yaş və təcrübənin saxta şərhin qəbulunda əhəmiyyətli amillər olmadığını göstərir. Lakin qeyd edilməlidir ki, yaş və peşə statusu “yetkinlik” anlayışı ilə sinonim deyil və bu amillər bir-biri ilə qarışa bilər. Yetkinlik və ya sadələvhlük psixoloji anlayışlar deyil və onları əməli olaraq ölçmək çətindir. Onlar yaş, təhsil, peşə statusu, psixologiya sahəsində təlim və s. ilə əlaqəli ola və ya olmaya bilər.

Bəzi tədqiqatçılar bu ümumi qəbulun səbəbinin Barnum ifadələrinin insanlar arasında çox yaygın olmasında görürlər. Bəziləri isə məsələnin daha mürəkkəb olduğunu düşünür. Bəlkə də Barnum profilindəki bəzi ifadələr elə bir formada yazılır ki, insanlar onlara öz şəxsi fikirlərini yükləyə bilirlər. Bəzi ifadələr isə sosial cəhətdən arzuolunan xüsusiyyətləri əks etdirdiyinə görə qəbul edilir. Digərləri isə sadəcə insanların əksəriyyətinə aid olan xüsusiyyətlərdir.

Snyder və Larson ümumi bir şəxsiyyət təsvirinin insanlara xüsusi olaraq onlar üçün hazırlandığını dedikdə, həmin təsvirin qəbulunun artacağını düşünmüşdülər. Onlar bu hipotezi sınaqdan keçirmiş ilk tədqiqatçılar olmuşdur.

Barnum effektini iki əsas səbəblə izah etmək olar:

1. Subyektin təsirlənməyə meylliliyi;
 2. Psixoloji testlərin qeyri-kafiliyi.[11]
- Şəxsiyyət interpretasiyalarının iştirakçılar tərəfindən qəbul edilməsinə təsir edən situativ faktorlar mövcuddur. Bunlara aşağıdakı amillər daxil olunur:
- interpretasiyanın ümumilik dərəcəsi
 - interpretasiyanın uyğunluğu
 - interpretasiyanın müsbət və ya mənfi olması
 - istifadə olunan qiymətləndirmə metodunun tipi,
 - testin interpretatoru.

Kimlər Barnum effektinə daha çox meyllidir?

Bəzi məlumatlar göstərir ki, avtoritar, nevrasteniyə əlamətləri olan və başqalarının təsdiqinə qeyri-adi dərəcədə ehtiyac duyan insanlar bu effektdə daha çox meyllidirlər. İnsanların Barnum təsvirlərini qəbul etməsi, onların hər zaman və ya bütün təsvirləri qəbul edəcəyi anlamına gəlmir. Əslində, Barnum ifadələri özünü qavrama və şəxsiyyət haqqında müəyyən qədər anlayış yarada bilər. Bu baxımdan şəxsiyyətlə bağlı əməli təriflər fərdi fərqliliklərə həddindən artıq önəm verir. Halbuki bir çox şəxsiyyət nəzəriyyəçiləri universal xüsusiyyətlər haqqında düşünürlər. Hampson və tərəfdaşlarının qeyd etdiyi kimi, Barnum ifadələri Qərb mədəniyyətində yaşayan insanlar haqqında müəyyən ümumi həqiqətləri ifadə edə bilər, və ya şəxsiyyətin bəzi tərəfləri haqqında geniş yayılmış “sadelövhlük” nəzəriyyəsini üzə çıxarır. Buna görə də, onlar sadəcə boş ümumiləşdirmələr deyildir.

Tədqiqatçılar təklif edirlər ki, şəxsiyyət rəyinin qəbulu iki hissədən ibarət olmalıdır:

Rasional və ya obyektiv hissə – şəxsiyyətin real xüsusiyyətlərinə əsaslanan.

Sadelövhlük və ya subyektiv hissə – Barnum effekti adlandırılan hissə.

Buna görə də, bir insandan onun haqqında yazılmış şərh qiymətləndirməsi istəniləndə, həm rasional, həm də Barnum effektinə bağlı aspektlər işə düşür. Tədqiqatçının vəzifəsi isə bu iki komponenti ayırmaq olmalıdır. Tədqiqatlar zamanı Barnum effektinə təsir göstərən dəyişənlər də nəzərdən keçirilmişdir. Cattell, Del Prette və Gauquelin kimi tədqiqatçılar Barnum

Effektinə təsir edə biləcək dəyişənləri üç qrupa bölürlər.[9]

1. Fərdi dəyişənlər:

Şəxsiyyət xüsusiyyətləri

Cins fərqləri

Psixoloji savadlılıq və məlumatlılıq səviyyəsi

2. İnterspektiv dəyişənlər:

Qiymətləndirmə aparının nüfuzu və statusu

3. Ətraf mühit dəyişənləri:

Qiymətləndirmənin verildiyi kontekst və şərait
Şəxsin fərdi xüsusiyyətləri ilə saxta şəxsiyyət təsvirlərini qəbul etməsi arasındakı əlaqə ilə bağlı əldə olunan nəticələrin çoxu ziddiyyətli olmuşdur.

Furnham qeyd etmişdir ki, müsbət təsvirlərin mənfilərdən üstün tutulması ekstraversiya və daxili nəzarət lokusu ilə əlaqəlidir.[9]

Yəni, Shermer-in dediyi kimi, insanlar öz inancları və istəklərinə uyğun gələn məlumatları qəbul etməyə, uyğun gəlməyənləri isə rədd etməyə və ya əhəmiyyətsiz saymağa meyllidirlər. Francis Bacon-un fikrincə, bu insan təfəkkürünün spesifik və tez-tez rast gəlinən xətasıdır: bizə müsbət gələn məlumatlar bizi daha çox hərəkətə gətirir, nəinki çatışmazlıqları və qüsurları göstərən məlumatlar. Bu da elmi dəyəri az olan subyektiv doğrulama vəziyyəti yaradır.

Digər tərəfdən, mənfi təsvirlərin qəbul olunma ehtimalı şəxsin Ayzenkin şkalasına əsasən ölçülmüş nevroitiklik səviyyəsi ilə düz mütənasıbdır. Yəni, insan nə qədər nevrotikdirsə, mənfi təsvirləri qəbul etməyə bir o qədər meylli olur.

Bu məqam son dərəcə vacibdir, çünki göstərir ki, lazımı biliyə malik olmayan şəxslərin guya elmi əsaslı məlumatlar verməsi nevroitik şəxslər üçün ciddi risklər daşıyır. Eyni zamanda, sosial şəbəkələr vasitəsilə guya psixoloji testlər və qiymətləndirmələrin təqdim olunması da təhlükəli ola bilər.

Əslində, bu cür testlər və qiymətləndirmələr çox zaman heç bir elmi əsas daşımır və elmi etibarlılığı olmadığına dair heç bir qeyd verilmədən yayılır. Əgər Furnham-ın qeyd etdiyi kimi, psixoloji və koqnitiv cəhətdən zəif insanlar bu cür mənfi təsvirləri asanlıqla qəbul edirlərsə, bu zaman şəxsi risklər qaçılmaz olur – məsələn, somatizasiya, özünə zərərvermə və ya hətta

intihar niyyətlərinin qeyri-iradi təşviqi kimi hallarla qarşılaşmaq mümkündür.

Hətta neqativ xarakter daşımayan proqnozlar da, əgər oxucu tərəfindən ciddi qəbul olunarsa, fəlakətli nəticələrə gətirib çıxara bilər.

İnsanların astrologiya üzrə biliyinin Barnum ifadələrini qəbul etməyə təsiri də öyrənilmişdir. French, Fowler, McCarthy və Peers araşdırmışlar ki, Barnum profilləri həm həqiqi, həm də saxta bürc təsvirlərindən daha dəqiq hesab olunur. Bu iştirakçının astrologiya biliyindən asılı olmayaraq baş verir. Fichten və Sunerton isə həqiqi, saxta və Barnum profillərinin düzgünlüyünü, onların aid olduğu bürc məlumatının verilib-verilməməsi baxımından müqayisə etmiş və öyrənmişlər ki, əgər bürc məlumatı verilsə, Barnum profilləri ən azı həqiqi profillər qədər dəqiq və faydalı hesab olunur. Əgər məlumat verilməzsə daha da dəqiq və faydalı görünür. Bu nəticələr göstərir ki, təkcə astrologiyaya inam deyil, astroloji biliyin olması da Barnum effektinə qarşı yetəri qədər qoruyucu deyil.

Cinsiyyət və Barnum Effekti

Barnum effektində cinsiyyət faktoru bir sıra tədqiqatçılar tərəfindən araşdırılmışdır (Forer, 1949; Halperin, Snider, Shenkel və Houston, 1976; Schroeder və Lesik, 1976; Snyder, Shenkel və Lowery, 1977). Bu tədqiqatçılara görə, hər iki cins eyni dərəcədə Barnum effektinə meyillidir. Lakin Piper-Terry və Downey əvvəlki araşdırmalarda cinsiyyət fərqi aşkara çıxmamasının təəccüb doğurduğunu qeyd etmişlər. Çünki bəzi araşdırmalar müəyyən şəxsiyyət xüsusiyyətlərinin cinsiyyətlə əlaqəli olduğunu göstərmişdir. Onların araşdırması qadınların kişilərə nisbətən saxta təsvirləri daha çox qəbul etdiyini göstərmişdir. Lakin onlar bunu qadınların daha sadəlvəh olması ilə deyil, test verənə “yardım etmək istəyi” ilə izah etmişlər. Downey və Layne bu məsələ ilə bağlı mübahisəyə başlamışlar. Təxminən iyirmi il əvvəl Layne göstərmişdi ki, Barnum effekti həm kişilərin, həm də qadınların rasionallığını göstərə bilər.[8]

Layne Piper-Terry və Downey-in təqdim etdiyi məlumatları qəbul etsə də, qadınların daha çox bu tip təsvirləri qəbul etməsini “yardım istəyi” ilə

izah etmələri fikri ilə razılaşmamışdır. Layne bu izahı iki səbəbə görə qeyri-kafi hesab edir:

1. Yardım etməyin başqa yolları da var. Məsələn, qiymətləndirmənin uyğun olmadığını demək də bir yardım forması ola bilər.
2. Kişi və qadınların rasionallıq baxımından bərabər olduqları fərziyyəsinə əsaslanaraq, bu fərqlər daha çox onların sosial qarşılıqlı ünsiyyət tərzləri ilə bağlıdır.

Downey isə Layne-in fikirlərini rədd etmiş və “yardım etməyə meyilliliyin daha iqtisadi və məntiqli izah olduğunu müdafiə etmişdir. O bildirir ki, qadınların test verən şəxsin daha doğru qiymətləndirmə verdiyinə inanması barədə konkret sübut yoxdur. Layne-in qadınların empatiya hissəsinin daha güclü olması fikrini Downey “yardım etmək istəyi” ilə daha uyğun hesab edir. O, həmçinin, bir çox tədqiqatın qadınlarla kişilər arasında yardım etməyə meyillilik baxımından fərqlər göstərdiyini qeyd edir. Araşdırmalara görə qadınlar daha çox sosial əlaqəyə malikdir, kişilər isə daha müstəqildir. Qadınların dostları, cinsindən asılı olmayaraq, qadınların şəxsiyyətləri haqqında daha düzgün fikir verə bilər. Çünki qadınlar özləri haqqında kişilərə nisbətən daha açıq şəkildə məlumat paylaşırlar. Qadınlar daha açıq şəkildə ünsiyyət qurur, şəxsi məlumatları bölüşürlər və emosional reaksiyalar verirlər. Həm kişilər, həm də qadınlar razılaşır ki, qadınlarla olan dostluq münasibətləri daha yaxın olur. Sorğulara əsasən, qadınlar özlərini kişilərə nisbətən daha empatik və ifadəli kimi dəyərləndirirlər.

Nəticə etibarilə, Layne-in hipotezi göstərir ki, insanlar Barnum effektini nümayiş etdirəndə, əslində rasionallıq nümayiş etdirirlər.

Barnum effekti müxtəlif sahələrdə istifadə olunur. Psixometrik tədqiqatlarda, reklam və marketinq sahəsində, astrologiyada, hətta psixoterapiya zamanı da istifadəsinin faydalı hesab olunduğu tədqiqatlar mövcuddur. Barnum effekti əsasən aşağıdakı sahələrin inkişafında önəmli rol oynayır:

Qrafologiya

Astrologiya

Taro kartı oxuma

Psixometriya psixologiya təhsilinin əsas hissəsini təşkil edir və həm Amerika Psixologiya Assosiasiyası (APA), həm də Britaniya

Psixologiya Cəmiyyəti tərəfindən akkreditasiya olunmuşdur. Psixometriya tədris edilərkən, bu sahəyə tələbələri cəlb edəcək material tapmaq bəzən çətin olur. Barnum effekti isə bu mövzunun əhəmiyyətini izah etmək üçün önəmli bir vasitə kimi görünür. Çünki bu tələbələrin şəxsən yaşaya biləcəyi konkret bir təcrübədir. Bəzi psixometrik hesabatlar P.T. Barnumun üslubunu yada salır. Ümumi cümlələrlə pasiyenti təsvir etmək məsələn, “istəklərini qəbul etməkdə çətinlik çəkir”, “emosional əlaqələrdə problemlər yaşayır” və s. Çox rast gəlinən bir vəziyyətdir. Bəzi tədqiqatçılar təklif edir ki, Barnum effekti anlayışı psixoloji test nəticələrindən əldə edilən və məzmunca boş, amma düzgün görünən şəxsiyyət təsvirlərinə aid edilsin. Bu cür təsvirlər ya həqiqətən səhvdir, ya da düzgünlüyü sadəcə baza tezliyi yüksək olduğuna görə belə görünür.[5]

Müasir rəqəmsal mühitdə də Barnum effekti tətbiq olunur. Barnum effekti Netflix, Spotify və Facebook kimi texnoloji şirkətlərin məhsullarında da istifadə olunur. Netflix-də sizə uyğun yayımlanan film siyahıları, Spotify-də hazırlanan şəxsi musiqi siyahıları, Facebook-da qarşınıza çıxan reklam və postlar. Bunlar istifadəçidə elə təəssürat yaradır ki, sanki məhsul məhz onun üçün hazırlanıb. Əslində isə bunlar Barnum effektindən istifadə etməklə hazırlanan geniş kütləyə uyğun alqoritmik seçimlərdir.

Bunlara əlavə olaraq, siyasi kampaniyalarda “biz” dili istifadə edilməsi insanların liderə və ya partiyaya olan inamını artırır və verilən mesajları daha inandırıcı edir.

Barnum effekti marketing və reklam kampaniyalarında da geniş istifadə olunur. Məqsəd müştəridə fərdi yanaşma hissini yaratmaq və onu məhsula cəlb etməkdir. Kosmetik markalar insanlarda olan narahatlıqları hədəf olaraq şəxsiyyətlə əlaqəli təəssüratlar yaradır. Instagram və Twitter kimi sosial media platformaları da istifadəçilərin maraq dairəsinə uyğun məzmunlar təqdim edərək şəxsi uyğunluğu daha da gücləndirirlər.

Müasir dövrümüzdə sosial mediada astroloji proqnozlar, şəxsiyyət testləri tez-tez paylaşılır. Bu tip paylaşımalar bir növ astroloq və digər bu kimi peşə sahiblərinin insanları cəlb etməsinə səbəb olur. Xüsusilə sosial medianın

geniş yayılması ilə birlikdə astrologiyaya olan maraq da artır. Sosial medianın populyar mədəniyyət elementlərini trend halına gətirən funksiyası astrologiyanı da cazibədar etmişdir.

Barnum effekti tamaşaçı ilə əlaqə və ya anlaşılma hissi yaratmaq üçün əyləncə məqsədilə də istifadə olunur. Məsələn, ulduz falı və şəxsiyyət testləri tez-tez jurnallarda və onlayn viktorinalarda əyləncə və məşğulluq hissi yaratmaq üçün istifadə olunur.

Astroloji proqnozlar, daha çox münasibətlər və maddi var-dövlət kimi mövzulara yönəlir. Təbii olaraq insanlar günlərinin necə keçəcəyi, nə vaxt zəngin olacaqları, sağlamlıqlarını qorumaq üçün nə etməli olduqları kimi suallarla astrologiyaya müraciət edirlər. Sanki terapiya seansına qatılmış kimi falın qeyri-müəyyən, lakin təsəlli verən, konkret həll təqdim etməyən, lakin sakitləşdirici saxtallığına inanırlar.

Barnum effekti ilə bağlı ədəbiyyatlar, klinik psixoloqlar üçün müəyyən ehtiyatlı yanaşmalar təqdim etsə də, bu, diaqnostik və ya terapiya prosesinə yalnız mənfi təsir kimi qəbul edilməməlidir. Bəzi tədqiqatçılar qeyd etmişdir ki, klinik psixoloqlar Barnum effektindən istifadə edərək, müraciət edənin dəyişmə potensialını gücləndirə bilər. Yəni psixoloq psixoloji testlər əsasında müraciət edənin pozitiv dəyişikliklər etməyə potensialı olduğunu bildirə bilər. Bu rəyi qəbul edən şəxs terapiyaya daha aktiv yanaşa bilər.[3]

Tədqiqatlar göstərir ki, Barnum effekti ənənəvi və alternativ tibbi praktikada da istifadə oluna bilər. [10] İnsanlar ümumi davranışsal və psixoloji məlumatlara daha çox inanırlar. Daha müsbət və qeyri-müəyyən ifadələr insanlar tərəfindən daha çox qəbul edilir.

Bir çox profil hazırlayanlar öz təhlillərinə aşağıdakı tipli ifadələr əlavə edirlər:

Demək olar ki, təsdiq olunması mümkün olmayan iddialar-Məsələn, “Qatilin özünə inam problemi var”

Demək olar ki, hər kəsə uyğun olan ümumi ifadələr -Məsələn, “Qatilin ailəsi ilə bağlı. Problemləri var”

Ən çox rast gəlinən faktlara əsaslanan ehtimallar-Məsələn, “Qatil meyiti çox güman ki, su yaxınlığına atıb”.

Bu cür ifadələrin əksəriyyəti ya inkar edilə bilməyəcək qədər ümumidir, ya da kim olursa olsun doğru çıxacaq qədər yayğındır. Buna görə də bu cür profillər qeyri-adi dərəcədə dəqiq görünür.

Barnum effektinin manipulyasiya vasitəsi kimi istifadəsi

Barnum effekti psixoloji manipulyasiya üçün bir vasitə kimi də istifadə edilə bilər. Ümumi və ya qeyri-müəyyən təsvirləri xüsusi və ya fərd üçün uyğunlaşdırılmış kimi təqdim etməklə manipulyatorlar etibar və ya anlaşıma hissi yarada bilərlər. Bu, bir insanın qərarlarına və ya hərəkətlərinə təsir etmək üçün istifadə edilə bilər. Barnum effektini müxtəlif sahələrdə istifadə edərək insanları təsir altına salmaq mümkündür. Barnum effektinin istifadəsi zamanı insanlara manipulyativ təsir göstərən amilləri müəyyən etmək üçün tədqiqatlar aparılmışdır. Barnum effektinin tipik bir-birinə qarşı şəraitdə əldə olunan ən ardıcıl nəticələrindən biri budur ki, insanlar müsbət təsviri mənfi təsvirdən daha çox özlərinə uyğun hesab edirlər.

Məlumatı təqdim edənin statusunun manipulyasiyaya təsirinə dair nəticə modeli göstərdi ki, qrup rəhbərindən gələn təsvir, başqa bir qrup üzvündən gələn təsvirdən daha güclü təsir göstərmişdir. Daha dəqiq desək, qrup rəhbəri ilə müqayisədə digər qrup üzvünün verdiyi şərh nəticəsində aşağıdakılar müşahidə olunmuşdur: mənfi şərhin daha çox dəqiq hesab edilməsi, həm müsbət, həm də mənfi şərhin daha çox qəbul olunması və həm müsbət, həm də mənfi şərhin daha yaxşı xatırlanması. Bu

nəticələr əvvəlki bir-birinə qarşı Barnum effekti tədqiqatlarında tapılmış status təsirlərini genişləndirir və sosial psixoloji tədqiqatlarla uyğunlaşır. Bu tədqiqatlar göstərir ki, yüksək statuslu şəxs aşağı statuslu şəxsə nisbətən daha çox qəbul olunan təsvir yaradır. Yalnız təsvirin məzmunu (yəni müsbət və ya mənfi olması) deyil, onu verən şəxsin kimliyi də vacibdir. Baxmayaraq ki, Barnum effekti əksər hallarda pis niyyətlə istifadə olunur, onu xoş niyyətlə də tətbiq etmək olar. Əgər bu üsul insana kömək etmək məqsədilə istifadə olunursa, bu, pis bir şey deyil. İnsanın çətin anında ona dəstək vermək lazımdır. Barnum effektinin əsasını təşkil edən ümumi ifadələr, istənilən insanın özünüqiymətləndirməsini yüksəltməyə kömək edə bilər.

Nəticə

Barnum effekti insanların davranışlarına, onların qərar qəbuluna təsir göstərir. Bu da insanların psixoloji manipulyasiyasında bu effektdən istifadə olunmasına səbəb ola bilər. Ona görə də bu mövzu psixoloji baxımdan da aktualdır. Azərbaycanda bu istiqamətdə araşdırmalar çox məhduddur. Xüsusilə Barnum effektinin necə işləndiyi ilə bağlı tədqiqatlar demək olar ki yoxdur. Ona görə də bu mövzu ilə bağlı araşdırma aparmaq həm nəzəri baxımdan, həm də praktiki baxımdan əhəmiyyətlidir. Barnum effekti haqqında insanların məlumatlandırılması onların sosial media, marketing və digər sahələrdə qarşılaşdıqları manipulyativ təsirlərdən qorunmalarına kömək edə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Piper-Terry, M. L., & Downey, J. L. (1998). Sex, gullibility, and the Barnum effect.
2. Mukerjee, A. (2013). Barnum effect: Influence of social desirability, base rate and personalization.
3. Halperin, K. M., & Snyder, C. R. (1979). Effects of enhanced psychological test feedback on treatment outcome: Therapeutic implications of the Barnum effect.
4. Forer, B. R. (1949). The fallacy of personal validation: A classroom demonstration of gullibility.
5. Meehl, P. E. (1956). Wanted—A good cookbook.
6. Саункина, О. А. (2014). Эффект Барнума – почему мы верим в гороскопы.
7. Taneri, E. (2024). Medyada yer alan astrolojik okumada Barnum etkisi.
8. Layne, C. (1998) – Gender and the Barnum Effect
9. Bunchaft, G., Krüger, H. (2010) Credulity and Barnum effect
10. Furnham, A. F. (1994). The Barnum effect in medicine.

11. Furnham, A., Schofield, S.
(1987). Accepting Personality Test Feedback: A
Review of the Barnum Effect

Ass. proff. Sevinj Agavali ALLAHYAROVA
Khazar University
Department of Psychology

Nurlana Rahim SAFARLI
General Psychology, Master II

THE ROLE OF THE BARNUM EFFECT IN MANIPULATING PEOPLE

Summary

The Barnum effect arises as a result of emotional generalization. This effect explains why people believe in supposedly scientific personality analyses such as fortune-telling, graphology, taro readings, and similar practices. In summary, Barnum descriptions are generally accurate, trivial, and positive statements that can apply to virtually all normal individuals. There is no precise scientific explanation for the Barnum effect. It is of a universal nature. By applying the Barnum effect in various fields, it is possible to influence people. One of the most consistent findings observed under different conditions is that individuals tend to perceive positive descriptions as more applicable to themselves than negative ones. This article provides a detailed analysis of the Barnum effect and discusses the areas in which it is commonly used

Keywords: Barnum effect, manipulation, Barnum descriptions, astrology

Доцент Севиндж Агавели АЛЛАХЯРОВА
Университет Хазар
Департамент Психологии

Нурлана Рагим САФАРЛИ
Общая психология, Магистрант II курса

РОЛЬ ЭФФЕКТА БАРНУМА В МАНИПУЛИРОВАНИИ ЛЮДЬМИ

Резюме

Эффект Барнума возникает в результате эмоциональной генерализации. Этот эффект объясняет, почему люди верят в якобы научно обоснованные личностные анализы, такие как гадание, графология, таро и т.д. Если обобщить отмеченное в статье, то описания Барнума представляют собой достаточно точные, тривиальные и положительные утверждения, которые могут относиться ко всем нормальным людям. Точного научного объяснения эффекта Барнума не существует. Этот эффект носит универсальный характер. Используя эффект Барнума в различных сферах, можно оказывать влияние на людей. Одним из типичных и наиболее последовательных результатов, полученных в различных условиях, является то, что люди считают положительное описание более подходящим для себя, чем отрицательное. В статье подробно проанализирован эффект Барнума и рассмотрены сферы его применения.

Ключевые слова: эффект Барнума, манипуляция, описания Барнума, астрология

Daxil olub: 23.11.2025