バーナム効果

出典: フリー百科事典『ウィキペディア（Wikipedia）』

バーナム効果（Barnum effect）とは、誰にでも該当するような曖昧で一般的な性格をあらわす記述を、自分だけに当てはまる正確なものだと捉えてしまう心理学の現象。

アメリカ合衆国の興行師・P・T・バーナム（P.T.Barnum）にちなんで、心理学者のポール・ミール（P.E.Meehl）によって 1956 年に命名された。アメリカの心理学者バートラム・フォア（en:Bertram Forer）の名をとってフォアラー効果（Forer effect）ともいう。被験者に何らかの心理テストを実施し、そのテスト結果を無視して事前に被験者とは無関係に用意した「あなたはロマンチストな面を持っています」「あなたは快活に振舞っていても心の中で不安を抱えている事があります」といった診断を被験者に与えた場合、被験者の多くが自分の診断は適切なものだと感じてしまうが、これはバーナム効果によるものである。占いや超能力（特に千里眼など）、霊視、血液型性格診断といった試行や現象が科学的根拠がないにも拘らず持っている説得力の大部分は、このバーナム効果で説明出来るとされる。