

УДК 159.922.27 (социальное влияние)

Петрунько О.В.

## ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАХИСТИ ВІД ДЕСТРУКТИВНОГО МЕДІАВПЛИВУ

*Петрунько О.В. Психологические защиты от деструктивного медиавлияния*

*Анализируется проблема влияния телевидения на индивидуальную психику и социализацию детей. Отстаивается мнение, что влияние телевидения на детскую аудиторию является просоциальным, а не тотальным и деструктивным, как это принято считать. Потенциально деструктивное (угрожающее целостности личности) медиавлияние регламентируется обществом, личностной устойчивостью зрителей и самими мас-медиа, выполняющими социальный заказ общества.*

**Ключевые слова:** медиавлияние, медиатекст, медиасреда, медиаобразование, медиакультура, медиасоциализация

*Петрунько О. В. Психологічні захисти від деструктивного медіавпливу*

*Аналізується проблема впливу телебачення на індивідуальну психіку та соціалізацію дітей. Обстоюється думка, що вплив телебачення на дитячу аудиторію є цілком просоціальним, а не тотальним і деструктивним, як це прийнято вважати. Потенційно деструктивний (такий, що загрожує особистісній цілісності) медіавплив регламентується суспільством, медіакомпетентністю глядачів і самими мас-медіями, які виконують соціальне замовлення суспільства.*

**Ключові слова:** медіавплив, медіатекст, медіасередовище, медіапросвіта, медіакультура, медіасоціалізація

*Petrunko O. V. Psychological defence from destructive media influence*

*A TV influence on the individual psychological functioning and child socialisation is studied. It is stated that a TV influence on the young audience is merely pro-socialising rather than global and destructive as it is generally perceived. Potentially destructive (that is threatening for personal integrity) media influence is regulated by the society, media competence of the audience, and mass media themselves, which are serving the social demands.*

**Key words:** media influence, media text, media environment, media education, media culture, media socialisation

**Постановка проблеми та її актуальність.** Одною з сутнісних складових соціального середовища жителів інформаційного суспільства є інтегровані, „вплетені” в нього екранні мас-медіа й продуковані ними аудіовізуальні тексти (медіатексти). Ці тексти репрезентують принципово нову, альтернативну справжній, аудіовізуальну реальність - медіареальність, поява якої не лише спричинила численні новоутворення - нову культуру (медіакультуру), нову композицію суспільних комунікацій (медіасередовище), новий тип людини (Homo virtualis), життя якої, за словами російської дослідниці Н.Б. Кирилової, розгортається скоріше у віртуальному (уявному, потенційно можливому) світі, ніж у світі реальному [3], а й принесла з собою численні інформаційно-психологічні ризики [7; 10; 12]. У сукупному аудіовізуальному тексті (медіатексті), який переважно формує телебачення, представлено чимало „інформаційно-психологічних агресорів”, що роблять цей текст надмірно „афективним” (Г. Бенге, М. Фішер, П. Вінтерхофф-Шпурк) [1], „патогенним”, „агресивним” (М. Лозинський, Б. Потятиник) [10]. Такі особливості медіатексту, як висока емоційність, надмір насильства, жорстокості й агресії, маніпулятивність, надмір пропаганди й реклами, які чинять тиск на особистий вибір глядачів, та деякі інші, становлять деструктивний його потенціал, здатний за певних умов актуалізуватися і заподіяти психологічну шкоду людям, що перебувають у сфері його впливу.

За даними спеціальних медіа досліджень, наслідки медіавпливу можуть виявлятися у ряді ефектів: **когнітивних** (зміни обсягу усвідомлюваного і неусвідомлюваного знання і розумової активності при опрацюванні інформації, формування нових когнітивних схем і способів осмислення дійсності тощо); **психофізіологічних** (зміна гормонального фону і показників пульсу, дихання, артеріального тиску); **емоційних** (зміни емоційних станів, почуттів, загального емоційно-психологічного фону); **морально-ціннісних** (послаблення наявних і формування нових інтересів, ставлень, оцінок, ціннісних орієнтацій, настанов і т.д.); **поведінкових** (зміни пріоритетів вибору в різних сферах життя, поведінки у сфері предметної діяльності, міжособистісної взаємодії, взаємодії з самим собою, здійснення певних, нехарактерних для людини дій і вчинків тощо) та інших. Однак при цьому, як показують численні медіадослідження і житейська практика, апріорі майже ніколи достеменно не відомо, якими саме - конструктивними чи деструктивними - можуть бути ефекти медіавпливу. Апостеріорі ж вони, як виявляється, бувають не лише негативними, а й цілком позитивними і конструктивними [1; 5; 7; 9; 13; 14].

Незважаючи на невизначеність проблеми медіа впливу, у громадській думці усталилися переконання, що цей вплив є всебічним і тотальним» його наслідки - переважно деструктивні не лише для психіки і поведінки дітей, а й для їхньої соціалізації, а сама дитина, відповідно, розглядається як

пасивний об'єкт цього впливу. Такий погляд виглядає досить однобічним упередженням, і тому ситуація потребує більш детального розгляду.

*Мета статті* - аналіз проблеми медіавпливу і з'ясування чинників, що обмежують деструктивні його наслідки для дитячої аудиторії.

*Дослідження проблеми.* Тривала історія досліджень медіавпливу має чітко виражену етапність. На першому етапі (20-30 рр.) „панували теорії, де постулювалися величезні, „магічні" можливості мас-медій. На другому етапі (40-70 рр.) гору взяли теорії обмеженого медіавпливу (або теорії „обмежених ефектів"). Третій етап, що розпочався у 80-х рр. і триває нині, характеризується відсутністю панівного теоретичного напрямку і чітко артикульованого ставлення наукової спільноти до проблематики медіавпливу. Як з'ясувалося, з накопиченням емпіричних даних проблема не виявилася, а, навпаки, ускладнилася. У результаті вітчизняні і зарубіжні наукові праці з питань медіавпливу містять чимало суперечливих даних щодо окремих аспектів медіавпливу, що пов'язане з відсутністю єдиної методології аналізу. При лабораторних тестуваннях впливу на глядачів тих чи тих медіаповідомлень проблемними є репрезентативність вибірок і екстраполяція отриманих в експериментальних умовах результатів на інші групи реципієнтів і більш широку аудиторію. Невідомо й те, як медіавплив залежить від смислових, інтенційних особливостей самих повідомлень. І найуразливішим залишається питання прогнозу й запобігання деструктивних наслідків медіавпливу [7; 14], яке істотно ускладнюється тим, що ці наслідки постають у двох вимірах - індивідуально-особистісному (вплив на психіку і поведінку окремих індивідів) і суспільному (над-індивідному, соціальному, соціалізаційному).

В умовах медіавпливу частина потенційно патогенного медіатексту минає свідомість глядачів, інша частина свідомо відхиляється ними, а певна його частина приймається, інтерналізується певною частиною реципієнтів, вбудовується в структуру індивідуальної й колективної свідомості, становить зміст медіасередовища, де розгортається індивідуально-суб'єктне й соціальне їх життя. Отже, для прогнозування можливих ефектів медіавпливу доводиться враховувати дуже велику кількість різнопорядкових критеріїв. Причому не досить знати якомога повніший перелік цих критеріїв, тому що діють вони не кожний сам по собі, а в системному взаємозв'язку один з одним. У зв'язку з цим, незважаючи на велику кількість емпіричних даних і надійні процедури математичного аналізу, прогноз наслідків медіавпливу завжди залишатиметься сумнівним, а експериментальна його перевірка - практично неможливою. І, на думку П.Д. Фролова, чи не найнадійнішим методом прогнозування є експертна оцінка: лише експерт з належним йому суто людським мислительним апаратом, ґрунтуючись на результатах світових досліджень, дослідницькому досвіді й дослідницькій інтуїції, здатний врахувати, осмислити, узагальнити, інтегрувати всю множину критеріїв медіавпливу. Його прогноз, як діагноз кваліфікованого лікаря, робиться майже миттєво на основі показників (симптомів), виявлення й оцінка яких часто лежать за межами його свідомості [14].

Медіавплив на суб'єктно-індивідному рівні, як показує проаналізована німецьким ученим П. Вінтерхофф-Шпурком світова практика медіадосліджень, відбувається в трьох напрямках: 1) **вплив на емоції**: формування спільного емоційного настрою, спільної атмосфери світосприймання, „управління настроєм" (Г. Бенте, К. Лойба, П. Вінтерхофф-Шпурк, Н. Фрийда, М. Цукерман, К. Шерер, А. Шорр, У. Шрамм, Г. Шульце); 2) **вплив на когнітивний розвиток**: (Х. Блумлер, Г. Гербнер, Л. Гросс, П. Екман, Дж. Кондрі, С. Местрович, Н. Сігнореллі, Д. Чейні, Г. Цильманн, Г. Шульце); 3) **вплив на поведінку** (А. Бандура, Л. Берковитц, С. Гарольд, Дж. Гербнер, Дж. Гребел, Б. Гунтер, Б. Лі, Д. Кондрі, Г. Малетцки, С. Мілграм, Н. Сігнореллі, Д. Стюарт, Р. Харріс, П. Вінтерхофф-Шпурк та багато інших) [1]. Та це не означає, що йдеться лише про негативні (а тим більше про деструктивні) наслідки медіавпливу. Є чимало підтверджень того, що наслідки медіавпливу бувають цілком позитивними, розвивальними і конструктивними. Негативні ж ефекти часто не зачіпають глибинних мотиваційно-ціннісних структур свідомості, є ситуаційними і тимчасовими, не загрожують цілісності окремих індивідів і соціальних груп і, тому не можуть кваліфікуватися як деструктивні [1; 14], а окремі з них навіть виявляються досить просоціальними і доцільними з огляду на соціалізацію.

За часів екранної культури (медіакультури) телебачення, безсумнівно, постає в ролі інституту соціалізації підростаючого покоління, яку виконує, що називається, „із змінним успіхом". З одного боку, телебачення, як висловився німецький дослідник Р. Пацлаф, є культовим втіленням життя, задає його порядок і ритм; надає зразки думок і дій для практичного застосування; розширює світогляд; зв'язує глядача із світом із людством; створює відчуття особистої участі в суспільному житті; піддає випробуванню наявні соціальні норми й цінності; дає зразки того, як слід відпочивати і розважатися; відволікає від буденних проблем, повсякдення, самотності тощо [9]. Масовий характер споживання забезпечує одночасне підключення широкої аудиторії до одного й того ж медіатексту. Єдність створеного телебаченням соціокультурного контексту, актуалізація спільних медіаобразів, ціннісних орієнтацій тощо, про що говорив С. Московічі, забезпечують віртуальну взаємодію всіх прошарків медіааудиторії. Постійно повторюючись, медіаобрази все більше занурюються в

індивідуальну й масову свідомість. У результаті телебачення, з одного боку, уніфікує аудиторію, а з іншого - об'єднує, інтегрує її. Народжена ним масова культура (медіакультура) виконує медіаторну роль, є своєрідною мовою взаєморозуміння - штучною й „ламанною" з погляду кожного окремого індивіда й кожної окремої соціальної групи, однак зрозумілою й прийнятною для всіх членів суспільства [5; 7]. З другого боку; воно несе в собі потенційні ризики. Так, чи не найбільша, з огляду на соціалізацію підростаючого покоління, небезпека телебачення криється в тому, що воно перебирає на себе освітні функції, які мали б виконувати традиційні навчальні заклади. На думку російського дослідника С. Кара-Мурзи, за часів гуманітарної (до-медійної) культури необхідне людям базове знання було ієрархічно впорядкованим і цілісним, містило основні предмети, головні ідеї й „одвічні питання" і передавався новим поколінням через специфічний механізм гуманітарної культури - університет. Так формувалося цілісне уявлення про Універсум [2]. У часи екранної культури (медіакультури) знання формуються не так системою освіти, як медіасередовищем, в якому відбувається взаємодія дитини з медіями. Таке знання має фрагментарний і абстрактний характер: формування цілісної картини світу утруднюється, знання не узгоджуються з цінностями, уявлення про світ домінують над навичками взаємодії з ним. Усе це робить людину надмірно вразливою і чутливою до медіавпливів.

Один з ресурсів запобігання деструктивного медіавпливу - своєчасна, розпочата з початком медіасоціалізації (соціалізації у сфері медіавпливу) медіапросвіта, мета якої - зростання рівня медіакомпетентності глядачів, що, згідно з більшістю концепцій медіапросвіти, здатне упередити деструктивний медіавплив [1; 10; 12]. Запровадження освітніх медіапрограм у навчально-виховних закладах конче потрібно. Вони становитимуть значну цінність не лише для дітей, щодо яких близьке соціальне оточення не виконує виховних і соціалізаційних функцій, а й для суспільства в цілому, оскільки питання інформаційної безпеки - це й питання його національної безпеки [2; 10; 12]. Однак, як показує педагогічно-виховна практика, дуже складно отримати стійкі позитивні результати лише завдяки спеціальним медіакурсам. Медіапрограми є значно ефективнішими за умови сприятливої соціальної, особливо сімейної ситуації, а освітній їх ефект є кращим, якщо батьки обговорюють з дітьми зміст побаченого і дитина при цьому отримує їхні коментарі й оцінки. Не перед екраном телевізора, а через наступний діалог із значимими іншими спільні морально-етичні оцінки медіатекстів формується свідоме сприймання медій, запускаються глибинні механізми особистісного розвитку, утворюються нові смисли, формуються соціальні норми, цінності і настанови (Н. Катцман, Г. Комсток, А. Маслоу, Р. Мей, Д. Роберте К. Роджерс, Е. Фромм та інші) [1; 9; 12].

Потенціал сучасних сім'ї і школи як традиційних інститутів соціалізації дітей нині є істотно послабленим. Багато дітей зростають „не захищеними сім'єю" і „не прийнятими шкільним товариством", а отже, вони змушені відтворювати не найкращий сімейний і соціальний досвід. Депресивне суспільство і породжені ним депресивні інститути сім'ї і школи відтворюють себе саме такими, якими вони є. І за канонами соціалізації діти мають засвоїти соціальний страх, тривогу, зневіру, соціальну безпорадність, соціальний цинізм, маргінальність дорослих, неприйняття ними власної держави тощо.

Та, на щастя, новими поколіннями відтворюється не лише негативний соціальний досвід дорослих. Діти творять власний життєвий світ, якість якого залежить не лише від телебачення і родини, а й від них самих, як від творців власної долі [11]. В успадкованому і привласненому дитиною колективному соціальному досвіді (колективному психофракталі) є місце й для достойних соціальних зразків. Адже відтворення і позитивний розвиток суспільства, формування його еліти, конструювання майбутнього тощо, без чого життя людини як члена соціуму втрачає всілякий смисл, стануть принципово неможливими, якщо ігнорувати одвічні суспільні цінності й одвічну „людськість" людини, яка залежить, за висловом відомого американського культуролога М. Мід, не так від індивідуальних інстинктів людей, як від традиційної мудрості суспільства, в якому вони існують, живуть, діють [6].

Медіасередовище, яке під впливом мас-медій вибудовують для себе самих окремих індивідів, соціальні групи й спільноти, суспільство в цілому, являє собою єдність **соціуму** (як системи соціетального рівня), **медіапростору** (як інформаційної системи), **медіааудиторії** (як системи фільтрації, відбору й інтерналізації медіатексту), які знаходяться у стані системного взаємозв'язку („взаємозв'язку високого рівня", як його назвав М.М. Назаров [7]) одне з одним. Кожна з цих систем окремо і всі вони в їхній системній єдності містять не лише специфічні для них ризики, а й надійні захисні механізми захисту індивідів від тотального й деструктивного медіавпливу, зберігають їх для даного соціуму. Отже, можна говорити, що медіавплив не є тотальним і обмежується системою соціально-психологічних захистів, які умовно поділяються на три групи.

Перша - історично-культурно-соціальна - система захистів надається **соціалізацією**, як універсальним механізмом самозбереження, самовідтворення і позитивного розвитку суспільств, що має потужний адаптаційно-захисний потенціал із збереження окремих індивідів для соціуму. У

розробленій Е. Ноель-Нойманн концепції „спіралі мовчанки”. яка виявляє зв'язки між складовими медіакомунікації (мас-медіями, індивідуальною свідомістю, міжособистісною комунікацією, соціальною взаємодією, громадською думкою), показано, що суспільство ізолює індивідів, не згодних з думкою більшості, а природне небажання людини опинитися в ізоляції спонукає її приймати думку просоціальної більшості. Це, з одного боку, сприяє домінуванню в суспільстві спільних думок („громадської думки”), а з другого - утримує необхідну для відтворення суспільства більшість індивідів у межах просоціального впливу [8].

Друга - суб'єктно-індивідуальна - також універсальна система захистів міститься в психосоціальної системі, яку являє собою **особистість**. Особистість як психосоціальна система наділена належними „суб'єктними інтуїціями” для відбору й привласнення „належного”; (такого, що відкриває індивідові можливість для саморозвитку, самореалізації, самоактуалізації) і відхилення „неналежного” (такого, що все це утруднює або й унеможливує) [11]. Є чимало наукових теорій, які розв'язують проблему детермінації психічного розвитку „на користь дитини” - не безпорядного, психічно незрілого об'єкта, вразливого до спрямованих на нього негативних впливів; а самодостатнього суб'єкта власного психічного життя, „творця своєї долі” [6; 11], здатного розпізнавати якість і можливі наслідки медіавпливу і належно на них реагувати.

Третя система захистів закладена в **самих мас-медіях**, починаючи з ідеї їх створення й функціонування. У дійсності мас-медії (і телебачення) є не такими автономними і самостійними, як це проголошує „міф про четверту владу”. З одного боку, телебачення є активним актором медіасуспільства, що формує індивідуальну, групову, соціетальну свідомість. Але, з другого боку, воно, як будь-які інші елементи медіасуспільства (індивіди, соціальні групи, соціальні інституції тощо), є лише похідною його часткою, його продовженням. Створене суспільством для себе самого, телебачення не вибудовує нічого принципово нового. Навпаки, почасти свідомо, а почасти несвідомо воно виконує відведену йому медіасуспільством функцію медіасоціалізації, обстоюючи при цьому існуючий соціальний порядок і замовлені суспільством норми й цінності.

#### *Висновки:*

Медіавплив, що відбувається як на індивідуальному, так і на соціалізаційному рівні, є не таким тотальним, як здається на перший погляд. Він істотно обмежується системою соціально-психологічних механізмів і чинників, яку становлять три універсальні підсистеми: **соціум** з притаманним йому потужним універсальним механізмом самозбереження й самовідтворення (соціалізацією), **особистість** - як психосоціальна система відбору „належного”, (просоціального) і відхилення „неналежного” (анти- і асоціального) і **мас-медії** - як медіатор діалогу між попередніми двома підсистемами, що має потужне просоціальне спрямування.

Кінцевий результат медіавпливу залежить від багатьох чинників, що істотно ускладнює виявлення причинно-наслідкових зв'язків, а отже, й прогноз можливих його наслідків. Критерії деструктивного медіавпливу знаходяться не в зовнішньому, позаособистісному просторі, а в самій особистості: в її особистісній зрілості (здатності чинити спротив маніпулятивним впливам) та в її медіакомпетентності. У зв'язку з цим актуальною для сучасних медіасуспільств є масова (на рівні загальноосвітньої школи) медіапросвіта дітей, які вступили в період медіасоціалізації.

Основними напрямками розв'язання проблеми психологічної безпеки реципієнтів медіавпливу є: 1) гуманізації медіакомунікації в усіх її ланках (зворотний зв'язок, діалог), яка стосується не так мас-медій, як медіаситуації (медіасередовища); 2) захист психіки глядача від медіавпливів (медіапросвіта й медіавиховання аудиторії, розвиток її медіакомпетентності).

#### **Джерела та література**

1. Винтердофф-Шпурк Н. Медиапсихология. Основные принципы / Пер. с нем. - Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2007. - 288 с.
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. - К.: Оріяни, 2000, 2000. - 448 с.
3. Кириллова Н. Б. Медиасреда российской модернизации. - М.: Академический Проект, 2005. - 400 с.
4. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. - М.: Смысл, 2003.-486 с.
5. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. - М.: РИП-холдинг, 2002. - 316 с.
6. Мид М. Культура и мир детства/ Избр. произв.: Пер. с англ. - М.: Гл. ред. Восточной литературы изд-ва «Наука», 1988. - 429 с.
7. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. - М.: Едиториал УРСС, 2003. - 240 с.
8. Ноэль-Нойманн Э. Общественное мнение: Открытие спирали молчания Пер. с нем. - М.: Прогресс-Академия, Весь мир, 1996. - 352 с.
9. Пацлаф Р. Застывший взгляд: Физиологическое воздействие телевидения на развитие детей. - М.: Evidentis, 2003. -224 с.
10. Потятиник Б., Лозинський М. Патогенний текст. - Львів: Місіонер, 1996. - 296 с.

11. Татенко В.А. Психология в субъектном измерении: Монография. - К.: Просвіта, 1996. -404 с.
12. Федоров А.В. Насилие на экране и российская молодежь // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. - 2001 -№ 1. - С. 131-145.
13. Федотова Л.Н. Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления. - М.: Изд-во МГУ, 1996.-232 с.
14. Фролов П.Д. Критерії експертної оцінки впливу інформації з елементами насильства, жаків та порнографії на дитячу, підліткову і юнацьку психіку / Наукові студії із соціальної та політичної психології: Зб. статей. - К.: ТОВ «Міленіум», 2003. - Вип. 7 (10). - С. 162-173.

*Поступила до редакції 14.07.2007 р.*

**УДК 811. 161.2**

**Пікалова А.О.**

## **ДО ПИТАННЯ ПРО ПСИХОЛОГІЧНУ СКЛАДОВУ ПОЕТИЧНОГО ТЕКСТУ**

**М. СТЕЛЬМАХА**

*Пікалова А. А. К вопросу о психологической составной поэтического текста М. Стельмаха*

*Статья посвящена изучению детской поэзии М. Стельмаха в ракурсе специфики отражения языковой картины мира поэта с учетом его психических особенностей и психических особенностей читателей-детей, изучается дидактическая значимость поэтических текстов, их направленность на формирование языковой и коммуникативной компетенции юных адресатов.*

**Ключевые слова:** адресат, концепт, концептуализация, национальная психология, психологическая составная, психологический тип, художественное пространство, языковая картина мира, языковая и коммуникативная компетенция

*Пікалова А.О. До питання про психологічну складову поетичного тексту М. Стельмаха*

*Стаття присвячена вивченню дитячої поезії М. Стельмаха у ракурсі специфіки відображення мовної картини світу поета з урахуванням його психічних особливостей та психічних особливостей читачів-дітей, вивчається дидактична значущість поетичних текстів, скерованість їх на формування мовної та комунікативної компетенції юних адресатів.*

**Ключові слова:** адресат, концепт, концептуалізація, мовна картина світу, мовна та комунікативна компетенція, національна психологія, психологічна складова, психологічний тип, художній простір

*Pikalova A.A. To the question about the psychological component of the poetic text of M. Stelmah*

*The article is devoted to studying of children poetry of M. Stelmah in the spectrum of the specific character of the reflection of the lingual picture with consideration of his psychical features and psychical ones of the readers-children, the didactic importance of the poetic text is studied, their direction to the formation of the lingual and communicative competence of young addressees.*

**Key words:** addressee, concept, conceptualization, the lingual picture of the world, the lingual and communicative competence, national psychology, psychological component, imaginative spaciousness

У сучасному світі, безумовно, кожний творець тексту повинен враховувати психологічні складові інформаційного простору, володіти інформацією про тип адресата, реципієнта, читача, на яких, власне, й розрахована інформація, вміти приваблювати і впливати, спонукати до інтерпретації, до рефлексій. *Актуальність* цієї статті вбачається в тому, що сучасним журналістам можна цьому вчитися у визначних українських письменників, до яких, безумовно, відносимо і Михайла Стельмаха, творчість якого досліджували І. Білодід, П. Гриценко, Є. Гуцало, П. Павличко, Н. Сидяченко та ін., проте, як зазначає Н.Г. Сидяченко, „важко поставити крапку у дослідженні мови такого майстра, як Михайло Стельмах" [6, с.41]. Сьогодні М. Стельмаха корисно вивчати і з огляду на те, як художній простір творів цього талановитого письменника поглинає читача, наскільки він йому зрозумілий і близький. У якості матеріалу дослідження скористуємося поетичними творами М. Стельмаха, написаними для дошкільного та молодшого шкільного віку. *Чому ці тексти до нашого часу, незважаючи на ідеологічні зміни, залишаються популярними і навіть улюбленими?* Очевидно, тому, що Михайло Стельмах був не лише добрим поетом, але й глибоким психологом, знавцем національної психології українців. Отже, *мета* цієї статті - з'ясувати деякі особливості мовної і поетичної картини світу поета, зокрема, з урахуванням її національної специфіки.

У ракурсі зазначеної *проблеми* слід навести думки професора Л. Лисиченко, яка цілком слушно ставить питання про „необхідність співвідношення мовного світу і психічного світу письменника, оскільки ці дві величини перебувають у тісній взаємодії. Для цього створені і психологічні передумови в багатьох фундаментальних працях із психології, яка виділила і дослідила низку