

Прокопович Лада Валеріївна,
*доктор філософських наук, професор,
 професор кафедри культурології та філософії культури
 Національного університету «Одеська політехніка»
orcid.org/0000-0001-8636-9172
 Scopus-Author ID: 6602385924
lada.prokopovich@gmail.com*

АКСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ «ЛЯЛЬКОВОГО ТЕАТРУ» FASHION-МАНЕКЕНІВ У КІНЕМАТОГРАФІ

Актуальність дослідження зумовлена постійною увагою філософії до питань, пов'язаних із природою людських цінностей, їхнім зв'язком з особистістю людини, соціокультурними чинниками та контекстами. Один із підходів до вивчення цієї проблематики базується на концепті-метафорі «ляльковий театр буття», який дозволяє актуалізувати осмислення ролі й місця людини в суспільстві, простежити зміни ціннісних орієнтирів. Приклади такого осмислення трапляються в кіномистецтві, де функції ляльок інколи виконують fashion-манекени. Драматургія таких кінофільмів часто звертається до базових людських цінностей, тому аналіз таких кінофільмів (або окремих епізодів) у дискурсі аксіологічної проблематики соціальної філософії є обґрунтованим і актуальним. Мета дослідження – виявлення і осмислення аксіологічного змісту функцій fashion-манекенів у драматургії сучасного кіно. Основними методами дослідження є методи аналізу та синтезу, порівняльний аналіз, а також художня критика. Дослідження виявило щонайменше три характерні ідеї таких сюжетів: манекен виступає як об'єкт реалізації творчого (художнього, дизайнерського) потенціалу головного героя; манекен перетворюється на активного рекламного промоутера, здатного умовити будь-кого на купівлю будь-чого; манекен, як штучна модель людини, може бути заміником живої людини в імітації соціальних стосунків. Кожен із цих сюжетів базується на поєднанні функцій манекенів як наочного приладдя для демонстрації одягу з функціями ляльок у ляльковому театрі. А смисловий зміст таких сюжетів формує комунікативно-ігрову систему людина – манекен – контекст як складник «лялькового театру буття». Такі сюжети не лише роблять драматургію кінофільмів більш складною, багатоплановою, а й сприяють роздумам про суперечливу сутність Людини, про її здатність включати в коло своїх інтересів одночасно прості матеріальні потреби й базові духовні цінності.

Ключові слова: людина, суспільство, цінності, «ляльковий театр буття», соціальна комунікація, гра, реклама, творчість.

Prokopovych Lada,
*Doctor of Philosophy Sciences, Professor,
 Professor at the Department of Cultural Studies and Philosophy of Culture
 Odessa Polytechnic National University
orcid.org/0000-0001-8636-9172
 Scopus-Author ID: 6602385924
lada.prokopovich@gmail.com*

AXIOLOGICAL ASPECT OF THE “PUPPET THEATRE” OF FASHION MANNEQUINS IN CINEMA

The relevance of the study is due to the constant attention of philosophy to issues related to the nature of human values, their connection with the human personality, sociocultural factors and contexts. One of the approaches to studying this issue is based on the concept-metaphor of the “puppet theater of being”, which allows us to actualize

the understanding of the role and place of a person in society and to trace changes in value orientations. Examples of this understanding occur in cinema, where the functions of dolls are sometimes performed by fashion mannequins. The dramaturgy of such films often addresses basic human values, so the analysis of such films (or individual episodes) in the discourse of axiological issues of social philosophy is justified and relevant. The purpose of the study is to identify and understand the axiological content of the functions of fashion mannequins in the dramaturgy of modern cinema. The main research methods are analysis and synthesis methods, comparative analysis and art criticism. Research has revealed at least three characteristic ideas of such plots: the mannequin appears as an object of realization of the creative (artistic, design) potential of the main character; the mannequin turns into an active advertising promoter, capable of persuading anyone to buy anything; the mannequin, as an artificial model of a person, can be a substitute for a living person in imitating social relationships. Each of these plots is based on a combination of the functions of mannequins as visual aids for displaying clothes with the functions of dolls in puppetry. And the semantic content of such plots forms the communicative and game system human – mannequin – context as a component of the “puppet theater of being”. Such plots not only make the dramaturgy of films more complex and multifaceted, but also contribute to reflections on the contradictory nature of Human, on his ability to include in his circle of interests both simple material needs and basic spiritual values.

Key words: human, society, values, “puppet theater of being”, social communication, game, advertising, creativity.

Постановка проблеми. Філософське тлумачення цінностей як матеріальних або ідеальних (духовних) явищ, які мають значення для людини та суспільства, передбачає розгляд таких явищ у різних контекстах їх існування. Адже в кожному контексті декларується, проявляється або формується своя система цінностей. Одним із проявів цього феномену є ляльковий театр, який, перетворившись на метафору, став змістовною основою концепту «ляльковий театр буття», коли люди розглядаються, як ляльки, а ляльки – як люди. Це дозволяє актуалізувати осмислення ролі й місця людини в суспільстві, простежити зміни ціннісних орієнтирів.

Таке осмислення можна здійснювати через сприйняття ляльок як предметів культури (артефактів), які не лише формують певну сценографію в «театрі» життя, а ще й здатні впливати на його драматургію.

Приклади такого осмислення трапляються в кіномистецтві, де функції ляльок інколи виконують fashion-манекени. Драматургія таких кінофільмів часто звертається до базових людських цінностей, перед усвідомленням яких постають не лише герої фільмів, а й глядачі (а також критики, філософи).

Тому аналіз таких кінофільмів (або окремих епізодів) у дискурсі аксіологічної проблематики соціальної філософії є обґрунтованим і актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Концепт «ляльковий театр буття», який було представлено й обґрунтовано як один з елементів концепції театральності соціокомунікативних проявів культури (Прокопович, 2018),

набуває розвитку в дослідженнях різних аспектів соціального та культурного життя людей.

Запропонований погляд на людиноподібних роботів як на ляльок у новій технокультурній реальності дозволив виокремити специфічний сегмент комерційної реклами та брендингу, де роботи стають головними персонажами. Таким способом компанії створюють у потенційних покупців (клієнтів, користувачів) відчуття причетності до науково-технічного прогресу, технологій майбутнього (Prokoryuch, 2024).

З розрахунком на таке ж саме відчуття просуваються і дитячі «розумні» іграшки. Ляльки, що розмовляють, стають трендом дитячих розваг, але, на думку групи американських учених (Williams, Breazeal, Machado, Maes, & Druga, 2018), дуже загрозливим трендом. Бо в разі невдалого застосування такі «співрозмовники» можуть нашкодити дитині, сформувати в неї неправильні поведінкові моделі, хибні уявлення про моральні авторитети та цінності.

Проте ця проблема є локальною і не впливає на загальнокультурні функції ляльок – іграшкових (Кононенко, 2013), ритуальних (Щербак, 2015), театральних (Веселовська, 2020) – як носіїв культурних смислів і суспільних цінностей.

Усвідомлення метафоричного потенціалу ляльки сприяє розширенню теоретичної і практичної змістовності цього феномену. Наприклад, Світлана Соболевська пропонує погляд на ляльку як на художній образ, в якому кодується важлива інформація, яка через створення ляльки-метафори допомагає вирішити психологічні проблеми й активізувати творчий потенціал людини в рамках арттерапії (Соболевська,

2023). Про ефективність використання ляльок в арттерапії пише й Марина Бриль, яка теж описує функції ляльки як культурного медіатора й уважає, що лялька, як антропоморфний персонаж, для дорослої людини може стати засобом психологічного перенесення як своєрідний «аватар» самої людини. В арттерапії самостійне створення ляльки та наділення її символічним змістом може наповнювати таку творчу діяльність людини ресурсним життєстверджуючим сенсом (Бриль, 2024).

Не менш ефективним є застосування ляльок і в навчанні. Атмосфера лялькового театру утворюється під час реалізації методики «Лялька-персона», яка інколи застосовується в дошкільній освіті для формування комфортного середовища, де всі діти мають можливість для соціалізації та самовираження. Адже, як стверджує Лариса Кісельова, «лялька-персона – це не іграшка з осередку, а «маленька людина» великого світу» (Кісельова, 2022).

Уся ця змістовність – і буквальна, і метафорична – актуалізується і в таких специфічних ляльках, як манекени, яких виставляють у вітринах крамниць для демонстрації одягу. Така, здавалось би, вузька «спеціалізація» манекенів не обмежує їхньої здатності брати участь у «ляльковому театрі буття».

Принаймні сучасний кінематограф це переконливо демонструє, пропонуючи різноманітні формати, сюжети, контексти, в яких задіяні манекени не просто як декорації, а як смислові складники драматургії.

Мета дослідження – виявлення і осмислення аксіологічного змісту функцій fashion-манекенів у драматургії сучасного кіно.

Методологія дослідження. Основними методами дослідження є методи аналізу та синтезу (для узагальнення виявленого емпіричного матеріалу), порівняльний аналіз (для порівняння функцій манекенів у маркетингових технологіях і в сюжетах кінострічок), а також художня критика (під час опису й інтерпретації кінострічок та/або їхніх фрагментів в актуальному контексті дослідження).

Емпіричним матеріалом дослідження є кінематографічні твори, в яких присутні сцени з манекенами, що демонструють модний одяг у вітринах крамниць.

Дослідницька розвідка обмежується лише тими сюжетами, в яких манекени зберігають

основну свою функцію – демонструвати/рекламувати одяг, аксесуари та прикраси (тобто в даному дослідженні не розглядаються сюжети про манекенів, що оживають у фільмах жахів або в оновлених версіях давньогрецького міфу про Пігмаліона та Галатею).

Виклад основного матеріалу. Світ моди, fashion-індустрії важко уявити без манекенів, які не лише демонструють одяг, аксесуари та прикраси, а й інколи самі стають об'єктами дизайнерських експериментів.

Один з лідерів практичного дизайну – Джордж Нельсон – писав, що дизайнер – це людина, яка не може залишати речі у спокої; це людина, якій треба все переробляти й змінювати. І головною рушійною силою тут є «емоційна здатність до здійснення руйнівного акту» (Nelson, 1957). Тобто дизайнер творить лише на місці зруйнованого, творення він розуміє як творче руйнування.

Звісно ж, під руйнуванням тут розуміється насамперед руйнування стереотипів мислення, подолання шаблонів сприйняття. Фізичне руйнування тут також присутнє, але воно завжди поєднується з одночасним створенням нового (Прокопович, 2024).

Це ефектно показано в кінофільмі «Круелла» (*Cruella*, реж Крейг Гіллеслі, 2021), в епізоді з вітриною, в яку Круелла вдерлася заради того, щоб переробити на свій смак сукню, яка була на манекені (рис. 1, 2).

Як бачимо, до втручання Круелли з вітриною було все гаразд. Вона не була поганою. Вона нормально виконувала свою функцію – демонструвала сукню, яка також не була поганою. Усе було гаразд, усе працювало, як треба. Усе всіх влаштовувало, окрім неспокійного творчого розуму Круелли, якій конче потрібно було «зруйнувати» нецікаву, на її погляд, сукню, створивши натомість нову. А разом із сукнею вона змінила позу манекена та декорації. І вийшла зовсім інша інсталяція.

Якщо ж на вітрину дивитися як на театральну сцену (адже люди, які позбиралися перед оновленою вітриною, саме так на неї і дивляться), то можна сказати, що Круелла, по суті, поставила новий спектакль: із принципово іншими естетикою та драматургією.

Тож для Круелли манекен і вітрина стали об'єктами для втілення її творчого задуму, для реалізації її дизайнерського таланту.



**Рис. 1. Стоп-кадр фільму «Круелла»:
вітрина крамниці до втручання Круелли**

А для шопоголіків манекени стають уособленням спокуси.

Сценку з таким змістом бачимо в кінофільмі «Зізнання шопоголіка» (*Confessions of a Shopaholic*, реж. Пол Джон Хоген, 2009), де головну героїню привабив зелений шарф на манекені у вітрині крамниці модного одягу.

Щоб легше було саму себе умовити придбати цю річ, Ребекка уявляє, що то не вона, а манекен, як «незалежний експерт», починає наводити переконливу аргументацію (рис. 3).

– Придивись, – каже манекен, – саме цей шарф підкреслив би твою елегантність <...> З ним твої очі задавались би більшими <...>

– І моя зачіска здавалась би дорожчою, – підхоплює Ребекка.

– Його можна вдягти під усе, – продовжує манекен.

– Це вдала інвестиція, – погоджується Ребекка.

– Під його захистом ти відчуватимеш упевненість і гордість, – підсумовує манекен.



**Рис. 3. Кадр з кінофільму
«Зізнання шопоголіка»**



**Рис. 2. Стоп-кадр з фільму «Круелла»:
вітрина крамниці після втручання Круелли**

І Ребекка, схопивши омріяний шарф, біжить до каси.

Та й у фінальних сценах фільму манекени не полишають Ребекку. Коли вона ніби здолала свій шопоголізм і здатна гордо пройти декілька кроків повз привабливих вітрин, не піддавшись спокусі, манекени дружно їй аплодують, вітаючи з перемогою над залежністю. Але останньою крапкою стає не ця ефектна хода, і навіть не романтичний поцілунок, а погляд на вітрину, де щойно виставили червоні чобітки. І ... посмішка манекена, який багатообіцяюче підморгує Ребеці (рис. 4).

Уявне спілкування з манекенами бачимо й у кінофільмі «Я – легенда» (*I Am Legend*, реж. Френсіс Лоуренс, 2007).

Але і формат, і мета спілкування тут суттєво відрізняються від того, що втілювалося у фільмі «Зізнання шопоголіка». Тут манекени не схилиють головного героя до придбання модного одягу. Бо в тій ситуації, у якій опинився військовий лікар Роберт Невіл, йому до цього байдуже. Манекени йому потрібні для імітації спілкування з людьми, яких у Нью-Йорку не залишилося жодного внаслідок епідемії. Він – один на все місто. І хоча в нього є собака, вірна й розумна Саманта, та все одно людині потрібні люди. Нехай і несправжні, але схожі на людей. Ось він і вигадав собі гру, завдяки якій зберігає відчуття присутності людей у невеличкій книжковій крамниці.

Тут уже відсутня анімація, яка створювала б ефект іншої реальності, проте вибудовується театральна мізансцена засобами реального світу. Манекени, які колись стояли у вітринах модних крамниць, Роберт переніс у книгарню, розставивши їх таким чином, щоб вони зображали продавця, відвідувачів. Тобто манекени



Рис. 4. Фінальні кадри кінофільму «Зізнання шопоголіка»

тут задіяні не як декорації, а як персонажі. Заходячи час від часу до цієї крамниці, Роберт з ними вітається, робить вигляд, що хтось з них є його приятелями, сусідами, а хтось – таємнича незнайомка, про яку він намагається дізнатися у продавця (рис. 5).

Звісно ж, ніхто із цих персонажів не реагує на його привітання, жарти, запитання та розповіді про минулий день. Але таке «товариство» краще, ніж жодного. Зрозуміло, що за таких умов навички справжнього спілкування все одно втрачаються. Проте це принаймні допомагає не «з'їхати із глузду», зберегти бодай якісь ознаки та звички соціального життя.

Цей імпровізований «спектакль» у форматі лялькового театру гармонійно вписується в загальну драматургію фільму, підкреслює самотність і незламність головного героя, який опинився сам на сам зі смертельної небезпекою.

У цьому сенсі ця сцена – одна з найсильніших у фільмі. Бо вона – про Людину, про людське (власне, як і весь фільм, але тут цікаво обіграна ідея про необхідність соціального спілкування як базової цінності людського існування).

Звісно ж, у сучасному кіномистецтві присутні й інші сюжети про взаємодію людей із манекенами. Проте й тих, що виявлені в даному дослідженні, вистачає, щоб усвідомити важливу роль ляльок (будь-яких, не лише fashion-манекенів) у житті людей. Адже через взаємодію з ними розкривається сутність людини як істоти емоційної, інтелектуальної, творчої і суперечливої. Кожен акт «лялькового театру» – і в мистецтві, і в житті – дає матеріал для більш глибокого розуміння і філософського осмислення сутності Людини.

Висновки. Одним із проявів «лялькового театру буття» є твори кіномистецтва, в яких



Рис. 5. Кадр з кінофільму «Я – легенда»

присутні сюжети про взаємодію людей із fashion-манекенами. Дослідницька розвідка дозволила виявити щонайменше три характерні ідеї таких сюжетів:

- манекен витупає як об'єкт реалізації творчого (художнього, дизайнерського) потенціалу головного героя;
- манекен перетворюється на активного рекламного промоутера, здатного умовити будь-кого на купівлю будь-чого;
- манекен, як штучна модель людини, може бути заміником живої людини в імітації соціальних стосунків.

Кожен із цих сюжетів базується на поєднанні функцій манекенів як наочного приладдя для демонстрації одягу з функціями ляльок у ляльковому театрі. А смисловий зміст таких сюжетів формує комунікативно-ігрову систему людина – манекен – контекст як складник «лялькового театру буття».

Такі сюжети не лише роблять драматургію кінофільмів більш складною, багатоплановою, а й сприяють роздумам про суперечливу сутність Людини, про її здатність включати в коло своїх інтересів одночасно і прості матеріальні потреби і базові духовні цінності.

Список використаних джерел:

- Бриль, М. (2024). Ресурсна лялька як засіб самопідтримки в арттерапії в умовах війни. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 3–4 (33), 7–19. DOI: 10.31108/2.2024.3.33.1
- Веселовська, Г. (2020). На березі неба, на дні долі, на межі можливого... *Кіно-Театр*, 2, 21–22.
- Кісельова, Л. (2022). Лялька-персона – вірний друг дитини. *Інноваційні процеси в дошкільній освіті: теорія, практика, перспективи. Збірник наукових праць. У 2-х ч. Житомир, Ч. 2. С. 60–63.*
- Кононенко, А. (2013). До проблеми функціонування ляльки як соціокультурного феномену в історичній ретроспективі. *Збірник наукових праць Херсонського державного університету. Педагогічні науки*, Вип. 64. С. 44–47.
- Прокопович, Л. (2018). Філософсько-аксіологічний аспект «лялькового театру» буття. *Scientific Journal "Virtus"*, 28, 39–42.
- Прокопович, Л. (2024). Дизайн як творче руйнування в контексті театральності буття. *Вісник науки та освіти*, 2 (20), 1720–1728. DOI: 10.52058/2786-6165-2024-2(20)-1720-1728
- Соболевська, С. (2023). Лялька-метафора як універсальний культурний медіатор і засіб арттерапії. *Культурологічний альманах*, 1, 219–224. DOI: 10.31392/cult.alm.2023.1.29
- Щербак, Т. (2015). Психологія народної іграшки. *Проблеми сучасної психології*, 30. 727–739.
- Nelson, G. (1957). *Problems of design*. New York : Whitney Publications, 204 p.
- Prokopovych, L. (2024). Human-like robots in the “theater” of marketing communications: socio-philosophical reflections. *The scientific heritage*, 142. 30–33. DOI: 10.5281/zenodo.13252963
- Williams, R., Breazeal, C., Machado, C. V., Maes, P., Druga, S. (2018). “My Doll Says It’s OK”: A Study of Children’s Conformity to a Talking Doll. *IDC’18: Proceeding of the 17th ACM Conference on Interaction Design and Children*, June 19–22, 625–631. DOI: 10.1145/3202185.3210788

References:

- Bryl, M. (2024) Resursna lialka yak zasib samopidtrymky v artterapii v umovakh viiny [Resource doll as a means of self-support in art therapy in conditions of war]. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia – Organizational psychology. Economic psychology*, 3–4 (33), 7–19. DOI: 10.31108/2.2024.3.33.1 [in Ukrainian].
- Veselovska, H. (2020). Na berezi neba, na dni doli, na mezhi mozhlyvoho... [On the shore of the sky, at the bottom of fate, at the edge of the possible...]. *Kino-Teatr – Cinema-Theater*, 2, 21–22 [in Ukrainian].
- Kiselyova, L. (2022). Lialka-persona – virnyi druh dytyny [Doll-person – a faithful friend of a child]. *Innovative processes in preschool education: theory, practice, prospects. Collection of scientific works*. In 2 parts. Zhytomyr, 2, 60–63 [in Ukrainian].
- Kononenko, A. M. (2013). Do problemy funktsionuvannia lialky yak sotsiokulturnoho fenomenu v istorychnii retrospektyvi [To the problem of the functioning of the doll as a socio-cultural phenomenon in historical retrospect]. *Collection of scientific works of Kherson State University. Pedagogical sciences*, 64, 44–47 [in Ukrainian].
- Prokopovych, L. V. (2018). Filosofsko-aksiolohichnyi aspekt «lialkovoho teatru» buttia [The philosophical and axiological aspect of “puppet theater” of being]. *Scientific Journal "Virtus"*, 28, 39–42 [in Ukrainian].
- Prokopovych, L. V. (2024). Dyvain yak tvorche ruinuвання v konteksti teatralnosti buttia [Design as creative destruction in the context of theatrical being]. *Visnyk nauky ta osvity – Bulletin of Science and Education*, 2 (20), 1720–1728. DOI: 10.52058/2786-6165-2024-2(20)-1720-1728 [in Ukrainian].

Sobolievskaya, S. (2023). Lialka-metafora yak universalnyi kulturnyi mediator i zasib art-terapii [The metaphor doll as an universal cultural mediator and tool of art therapy]. *Culturological Almanac*, 1, 219–224. DOI: 10.31392/cult.alm.2023.1.29 [in Ukrainian].

Shcherbak, T. I. (2015). Psykholohiia narodnoi ihrashky [Psychology of a folk toy]. *Problemy suchasnoi psykholohii – Problems of modern psychology*, 30. 727–739 [in Ukrainian].

Nelson, George (1957). *Problems of design*. New York: Whitney Publications, 204.

Prokopovych, L. (2024). Human-like robots in the “theater” of marketing communications: socio-philosophical reflections. *The scientific heritage*, 142, 30–33. DOI: 10.5281/zenodo.13252963.

Williams, R., Breazeal, C., Machado, C.V., Maes, P., & Druga, S. (2018). “My Doll Says It’s OK”: A Study of Children’s Conformity to a Talking Doll. *IDC’18: Proceeding of the 17th ACM Conference on Interaction Design and Children*, June 19–22, 625–631. DOI: 10.1145/3202185.3210788

Дата надходження статті: 29.07.2025

Дата прийняття статті: 26.08.2025

Опубліковано: 30.09.2025