

Прокопович Лада Валеріївна

## Костюмні помилки як чинник зворотного ефекту в комунікаціях політичного «театру» (українські кейси)

УДК 14:[304+32.019.5]:316.77  
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-5.16>

Прокопович Лада Валеріївна  
ORCID: 0000-0001-8626-91722  
доктор філософських наук, доцент,  
професор кафедри культурології,  
мистецтвознавства  
та філософії культури  
Державного університету  
«Одеська політехніка»  
пр. Шевченка, 1, Одеса, Україна

*Політичне життя будь-якої держави, в тому числі й України, не обходиться без скандалів, серед яких трапляються й такі, що пов'язані із помилками в костюмах політиків. З огляду на те, що таких випадків стає дедалі більше, аналіз їх причин та наслідків є актуальною науковою проблемою в міждисциплінарному дискурсі політології, соціальної філософії, іміджології та соціальної комунікації. Такий дискурс формується в разі погляду на політику як на театр. Метою цього дослідження є аналіз костюмних помилок в іміджах та ситуативних PR-образах політиків як складника політичного «театру» та з'ясування їх впливу на комунікації в системі «влада - народ». Методологічна стратегія дослідження базується на концепції театральності соціокомунікативних проявів культури. Як емпіричний матеріал вивчалися українські кейси, серед яких було виокремлено найбільш показові та резонансні (поява Юлії Тимошенко на Майдані у 2014 році та фото президента України Володимира Зеленського з приводу Дня вишиванки у 2021 році). Результати аналізу цих кейсів показали, що політики припускаються костюмних/іміджевих помилок тому, що не завжди враховують загальні поточні обставини та настрої цільової аудиторії, недооцінюють спостережливість людей та схильність їх до критики влади з будь-якого приводу. Одяг, прикраси та аксесуари, як ефективний PR-ресурс, активно використовується в «театрі» сучасної політики. Водночас політики у своїх костюмних образах часто припускаються помилок, які призводять до неочікуваних результатів в їхній комунікації із суспільством. Завдяки сучасним засобам комунікації ці помилки стають предметом широкого обговорення (спонтанного або організованого опонентами) з критикою, троллінгом тощо на адресу політиків. Іноді такі обговорення переростають у серйозні дискусії щодо сучасного стану політичної культури та відносин у системі «влада - народ». Це вкотре доводить, що в публічній політиці навіть такі дрібниці, як костюмні помилки, є важливим елементом драматургії політичного «театру».*

**Ключові слова:** політичний «театр», імідж, візуальні практики, PR-ресурс, політична культура, соціальні комунікації.

**Вступ.** Політичне життя будь-якої держави, в тому числі й України, не обходиться без скандалів, серед яких трапляються й такі, що пов'язані з помилками у костюмах політиків. Недоречні або позбавлені смаку одяг та прикраси, невдалі зачіски, безсоромно дорогі аксесуари народних депутатів, політичних діячів, державних чиновників часто стають предметом обговорення в ЗМІ та соцмережах [8]. Іноді тут проявляється феномен соціального вуаєризму [2], який супроводжується інформаційним шумом (плітки заради пліток, троллінг тощо). А іноді такі обговорення переростають у серйозні дискусії щодо політичної культури, іміджу країни на міжнародній політичній арені тощо. Навіть серед Інтернет-мемів [12; 16] та фотожаб трапляються такі, що являють собою справжню політичну сатиру, в яких через жарти стосовно образу конкретного політика осмислюються проблеми сучасної політики загалом [10]. Ігнорувати такі Інтернет-дискусії вже практично неможливо, адже вони стають невід'ємною частиною таких нових феноменів, як «Інтернет-імідж», «онлайн-репутація» [6], «цифрова дипломатія» [15], які суттєво впливають на сприйняття суспільством особи політика, політичної партії або іміджу держави.

З огляду на те, що таких випадків стає дедалі більше, аналіз їхніх причин та наслідків є актуаль-

ною науковою проблемою в міждисциплінарному дискурсі політології, соціальної філософії, іміджології, соціальної комунікації тощо. Такий дискурс формується в разі погляду на політику як на театр.

**Мета та завдання.** Метою дослідження є аналіз костюмних помилок в іміджах та ситуативних PR-образах політиків як складника політичного «театру» та з'ясування їх впливу на комунікації в системі «влада - народ».

Методологічна стратегія цього дослідження базується на концепції театральності соціокомунікативних проявів культури [9]. Ця концепція дає змогу розв'язати низку дослідницьких завдань:

- розглянути роль одягу, прикрас та аксесуарів у політичному «театрі»: у створенні іміджів або ситуативних PR-образів політиків;
- на базі емпіричного матеріалу (українські кейси) виявити найбільш показові й резонансні випадки костюмних помилок політиків;
- проаналізувати вплив таких помилок на комунікації в системі «влада - народ».

**Результати.** У житті людини одяг виконує різні функції, які умовно можна поділити на дві групи: адаптивні та соціокультурні. До адаптивних належать функції, що допомагають людині вижити в природному середовищі, - захист від кліматичного впливу (холоду, спеки, опадів тощо), маскування

(від хижаків, під час полювання тощо). Соціокультурні функції одягу починають проявлятися тоді, коли з'являється необхідність у візуальному відокремленні різних груп людей. Тоді одяг, прикраси та аксесуари стають маркерами в системі розпізнавання «свій - чужий» між племенами (наприклад, скроневі кільця в давніх слов'ян) та показниками соціального статусу окремих членів суспільства (в Стародавньому Римі, наприклад, золоту каблучку могли носити лише сенатори та патриції). Таким чином, одяг стає частиною іміджу як засобу візуальної презентації індивіда або соціальної групи [7]. Це своєю чергою стає підґрунтям для формування соціального «театру» - з певними соціальними ролями-масками, відповідною драматургією, сценографією тощо.

У «театрі» повсякденна драматургія людських стосунків часто актуалізується за допомогою аксесуарів. Ось, наприклад, як це описував Герман Гессе у своїй книзі «Степовий вовк» (*Der Steppenwolf*, 1927): «... всі ці дрібнички, всі ці модні предмети розкоші - аж ніяк не нісенітниця, аж ніяк не вигадка корисливих фабрикантів і торговців, а повноцінний, прекрасний, різноманітний маленький, точніше, великий світ речей, що мають лише одну мету - служити кохання, загострювати почуття, оживляти мертве навколишнє середовище, чарівно наділяючи його новими органами кохання - від пудри та парфумів до бальної тфеліки, від персня до портсигару, від пряжки для паску до сумки. Ця сумка не була сумкою, цей гаманець не був гаманцем, квіти не були квітами, віяло не було віялом, все було пластичним матеріалом любові, магії, чарівності, було гінцем, контр-абандистом, зброєю, бойовим закликком».

Не менш важливу роль відіграють аксесуари, одяг та прикраси в політичному «театрі», який завжди спрямований на підвищення ефективності комунікації в системі «влада - суспільство» [3; 14].

Іноді, використовуючи одяг та прикраси, політики, особливо жінки, створюють персональні «театри», як, наприклад, колишня держсекретарка США Мадлен Олбрайт, яка посилала загалу певні меседжі за допомогою своїх брошок [8, с. 54-55], або українська політикиня Юлія Тимошенко, яка різні етапи своєї політичної діяльності візуалізувала через певні стилістичні зміни у своєму образі.

Проте в окремих випадках саме одяг та прикраси призводять до «збоїв» у комунікації політика із суспільством. Це стається з різних причин, але частіше через те, що політики забувають про діловий етикет, не враховують загальний контекст, намагаючись або не відставати від моди, або, навпаки, привнести у свій імідж оригінальну «родзинку». Тоді трапляються помилки, що призводять до зовсім не тих результатів, на які розраховували політики.

Яскравим прикладом є поява Юлії Тимошенко на сцені на Майдані Незалежності 22 лютого 2014 року одразу після звільнення з харківської лікарні «Укрзалізниця». Ця поява мала бути дуже драматичною, адже політикиня виїхала на сцену в інвалідному візку. Але сприйняттю образу мучениці «злочинної влади» завадила одна деталь - тфелі на височенних підборах (рис. 1).



Рис. 1. Юлія Тимошенко на сцені на Майдані Незалежності у 2014 році (фото REUTERS)

«Невже людина із хворою спиною може так взуватися? - запитували користувачі соцмереж. - Вона ж тривалий час лікувала спину, тому в тюрмі не сиділа...» [5].

Ці сумніви похитнули довіру до її запальної промови, в якій, до речі, пролунали такі слова: «Ви - та сила, що народжує нову країну. На жаль, політика іноді буває великим театром. Я буду гарантом того, що ви будете знати, що відбувається за лаштунками».

То чим була ця згадка про «театр» політики: обмовкою за Фрейдом чи свідомо відвертим цинізмом? Намагаючись осмислити побачене, люди вдавалися до аналогій: «Єдине що хоч якось поєднує Тимошенко з «Новим курсом» та його творцем Франкліном Делано Рузвельтом - це інвалідний візок, та й то нешироко і недовго» (*netsenzurnyj*, Twitter). І, звісно ж, тут важко втриматися від ще однієї аналогії: «Того пам'ятного дня пражької вулиці побачили приклад зворушливого патріотизму: стара жінка штовхала поперед себе візок, на якому сидів чоловік у військовому кашкеті й розмахував милиціями. Начищений франтик на його кашкеті аж сяяв, а на піджаці красувався барвистий рекрутський букетик. Безперестанку вимахуючи милиціями, цей чоловік шохвилини кричав на всю вулицю: «На Белград! На Белград!». За ним ішов цілий натовп, який виріс із невеличкої купки людей, що зібрались перед будинком, звідкіля Швейк виїхав на війну. Швейк міг констатувати, що деякі поліцаї на перехрестях віддавали йому честь. На Вацлавській площі юрба навколо Швейкового візка зросла до кількохсот чоловік...» [4].

Хай там як, а з того моменту українські ЗМІ почали уважно слідкувати за взуттям Юлії Тим-

ошенко, публікуючи фото її тифель та вказуючи їх виробників та вартість. За заголовками цих публікацій можна скласти справжній літопис: «Тифли Тимошенко из змеи сразили сети. Нардеп блеснула в Херсоне неприлично дорогой обувью» (Апостроф, 12 июля 2016), «На лабутенах: высокие каблукы Тимошенко удивили сеть» (Голос.ua, 15 мая 2018), «Тимошенко вигуляла в Раду лакові підбори з Італії» (Українська правда, 19 листопада 2018), «Високі підбори і строгий наряд: Тимошенко з'явилася в Раді в новому образі» (Апостроф, 23 лютого 2021), «Тимошенко з'явилася в Раді у стильному костюмі й на високих підборах» (Obozrevatel, 12 квітня 2021) і т.д., і т.д.

Втім, кейс із підборами Тимошенко на Майдані не є унікальним для українського політичного «театру».

У 2021 році в схожу ситуацію потрапив президент України Володимир Зеленський. У День вишиванки він та його дружина Олена виклали у соцмережі фото, на яких вони позують у вишитих сорочках, що були пошиті брендом ARTEM-KLIMCHUK спеціально на замовлення президента (рис. 2).



Володимир Зеленський  
@ZelenskyyUa

Вишита сорочка – наша гордість, наш символ і скарб. Вона – наша сила й ідентичність. Вона – одне з сердець України, яке ніколи не перестане битися. З Днем вишиванки! 🇺🇦

Перевести твіт



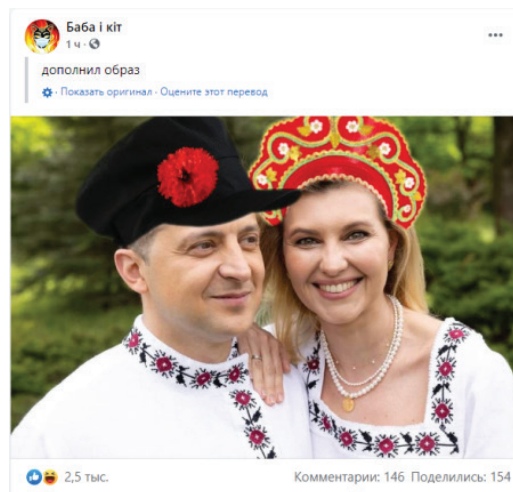
1:14 PM · 20 мая 2021 г. · Twitter Web App

**Рис. 2. Володимир Зеленський із дружиною в День вишиванки, 2021**

Але і соцмережах святковий пафос цього фотомеседжу не оцінили, помітивши, що крій вишиванки президента нагадує російську косоворотку. Тому у відповідь президент отримав безліч негативних коментарів із критикою, обуренням, жартами, фотожабами (рис. 2) тощо.

На захист президента стали деякі етнографи, наприклад, Анна Сенік, яка пояснила, що такі вишиванки в Україні досить поширені, тому їх не можна вважати суто російськими. Такі сорочки

є характерними для Наддніпрянщини, Полісся. Експертка уточнила, що має на увазі застібку, бо у вишивці лише рослинний орнамент. «У дружини взагалі радше вишита блузка, а не вишиванка, - додала експертка. - Вишиванка в президента не гірша, ніж новороби з трояндами, які нині вдягли більшість українців» [11].



**Рис. 3. Фотожаба на фотосесію президента України Володимира Зеленського із дружиною на День вишиванки, 2021**

Але й в експертному середовищі не було однозначного сприйняття ситуації. На думку етнологині, співробітниці Інституту народознавства НАН України Оксани Косміної, «розріз збоку, ще більш підкреслений тонкою смугою вишивки, як на фото Зеленського, візуально не сприймається як деталь української сорочки. Такий розріз більш характерний для російських і білоруських вишивок. З крою, з розташування орнаменту, з композиції вишивки не зчитується, що це автентична українська річ. Але так само це не російська сорочка. Я сказала б, це не дуже вдалий сучасний новотвір. Це сучасні сорочка і блузка, що годяться, скажімо, для прогулянки. Але на перших особах держави вони виглядають неоднозначно, не відповідно до дрес-коду» [11].

Власне, в цій дискусії нічого нового не пролунало. І пролунати не може, доки ми не встановимо, чим для нас є День вишиванки. Це свято історично-етнографічне (свято музейних експонатів) чи символічне (свято поліетнічної, мультикультурної, сучасної України, що розвивається та є відкритою для нових творчих інтерпретацій традиційних символів та культурних практик).

Цей кейс цікавий лише як приклад того, як костюмна помилка призвела до зворотного ефекту в комунікації із суспільством: замість всенародних радощів та аплодисментів із приводу того, як президент України шанує українську вишиванку, він отримав дорікання в неповазі до традицій українського народного костюму і навіть закиди у «зраді».

Проблема тут полягає не лише в політизації культурної спадщини, а й в інформаційно-комунікативних властивостях іміджу. Коли йдеться про імідж, будь-які виправдування, пояснення, аргументи зайві, вони не діють. Адже імідж як образ, цілеспрямовано сформований для створення візуально-емоційного враження про особу (або соціальну групу, або територію), пов'язаний із психоемоційними, перцептивними його властивостями. Імідж завжди націлений на створення враження, а не чіткого розуміння справжньої суті об'єкта. Імідж не виходить на стадію оцінки як раціональної функції пізнання. Він зупиняється на попередній стадії пізнання - на уявленні. Включення саме цих - підсвідомих - механізмів робить імідж доступним для сприйняття людьми, він легко вбудовується в їхні ментальні матриці. Особливо важливим це є в політичному «театрі», де кожна деталь має працювати на поставлену перед іміджем політика мету [1; 13], в тому числі й деталі його костюму.

Тому заради запобігання помилок (якщо, звісно ж, не йдеться про навмисну провокацію) під час створення певного образу треба заздалегідь продумувати все до дрібниць, враховувати загальні поточні обставини та настрої цільової аудиторії. І головне - гарно розуміти, на яку саме цільову аудиторію цей образ спрямовується. Не слід недооцінювати спостережливість людей (навіть якщо чогось і не помітять, політичні опоненти завжди підкажуть, на що звернути увагу і як до цього поставитись).

**Висновки.** Аналіз іміджів та ситуативних образів деяких українських політиків показав, що цей PR-ресурс активно використовується в «театрі» сучасної політики. Разом із тим політики у своїх костюмних образах часто припускаються помилок, які призводять до неочікуваних результатів в їхній комунікації із суспільством. Завдяки сучасним засобам комунікації ці помилки стають предметом широкого обговорення (спонтанного або організованого опонентами) з критикою, троллінгом тощо на адресу політика. Іноді такі обговорення переростають у серйозні дискусії щодо сучасного стану політичної культури та відносин у системі «влада - народ». Це вкотре доводить, що в публічній політиці навіть такі дрібниці, як костюмні помилки, є важливим елементом драматургії політичного «театру».

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Архангельская И.Б. Политический юмор в американских вечерних комедийных шоу, 1960-е - 1990-е годы. *США & Канада*. 2019. Вып. 11. С. 108-123. DOI: 10.31857/S032120680007290-3.
2. Батаева Е.К. Фланерство и видеомания: современные и постмодерные визуальные практики. *Вопросы философии*. 2012. № 11. С. 61-68.
3. Воронкова А.І. Протести і мода в сучасному суспільстві: політологічний вимір. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2018. Т. 21. № 11. С. 40-46. DOI: 10.15421/1718150.

4. Гашек Я. Пригоди бравого вояка Швейка. *Збірник*. URL: <http://litopys.org.ua/hasek/has07.htm>.

5. Мартіняк А. У інвалідному візку, проте на височенних підборах - дрес-код Тимошенко вразив львів'ян. *032.ua*. 2014. 24 лютого.

6. Міцура О.О., Хижняк М.О. Управління онлайн-репутацією: теоретичні засади та методичні підходи. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 121-129.

7. Прокопович Л.В. Соціально-філософський аналіз візуалізації культурної ідентичності в «театрі» повсякдення. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2019. Т. 22, № 1. С. 57-67. DOI: 10.15421/17198.

8. Прокопович Л.В. Соціально-філософські засади театралізації політичної сфери. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2019. Т. 22. № 2. С. 48-58. DOI: 10.15421/171922.

9. Прокопович Л.В. Театральність в соціокомунікативних проявах культури: соціально-філософське дослідження : монографія. Одеса : Екологія, 2019. 336 с. ISBN 978-617-7046-78-2.

10. Прокопович Л.В. Іміджі політиків у фотожабах: візуально-комунікативні прояви політичного «театру». *Науковий журнал «Politicus»*. 2021. Вип. 3. С. 116-121. DOI: 10.24195/2414-9616.2021-3.18.

11. Савоскіна К. Зеленського звинуватили у соцмережах, що в день вишиванки він одягнув російську косоворотку. Це не зовсім так. *Hromadske*. 20 травня 2021 р.

12. Семотюк О. Кто я: стратегия чи випадковость?: компьютерный контент-анализ карикатур і мемів на В. Зеленського. *Докса*. 2020. Вип. 2(34). С. 180-194. DOI: 10.18524/2410-2601.2020.2(34).218121.

13. Халитова Е.Ю., Слинько Е.А. Политический имидж политика в контексте концепции харизматического лидерства. *Среднерусский вестник общественных наук*. 2017. Том 12. № 5. С. 163-169. DOI: 10.22394/2017-2367-2017-12-5-163-169.

14. Хома Н.М. Політичний перфоманс як постмодерна форма соціального протесту. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2014. Вип. 1(21). С. 18-22.

15. Шелемба М.М., Симчера М.М. Цифрові комунікації та тренди в Україні: напруження, виклики та можливості. *Науковий журнал «Politicus»*. 2020. Вип. 6. С. 104-109. DOI: 10.24195/2414-9616.2020-6.17.

16. Sporton, Gregory. The Paradox of Creative Practice. *Digital Creativity: Something from Nothing*. London: Palgrave Macmillian UK, 2015. P. 147-167. DOI: 10.1057/9781137486417\_7.

#### REFERENCES:

1. Arkhangel'skaya, I. (2019). Politicheskiy yumor v amerikanskikh vechernikh komediynykh shou, 1960-ye – 1990-ye gody [Political Humor in the U.S. Late Night Comedy Shows, 1960s-1990s]. *USA & Canada*, 11, 108-123. DOI: 10.31857/S032120680007290-3. [in Russian].
2. Bataeva, E.K. (2012). Flanerstvo i videomaniya: modernyye i postmodernyye vizualnyye praktiki [Flanering and video mania: Modern and Postmodern visual practices]. *Philosophy questions*, 11, 61-68. [in Russian].

3. Voronkova, A.I. (2018). Protesty i moda v suchasnomu suspilstvi: politolohichniy vymir [Protests and fashion in modern society: political science]. *Scientific and theoretical almanac "Grani"*, 21(11), 40-46. DOI: 10.15421/1718150. [in Ukrainian].
4. Hashek, Ya. Pryhody bravoho voyaka Shveyka [Adventures of the brave soldier Schweik]. *Izbornik*. URL: <http://litopys.org.ua/hasek/has07.htm>. [in Ukrainian].
5. Martinyak, A. (2014). U invalidnomu vizku, prote na vysochennykh pidborakh - dres-kod Tymoshenko vrazyv lvivyan [In a wheelchair, but with high heels - Tymoshenko's dress code impressed the people of Lviv]. *032.ua*, February 24. [in Ukrainian].
6. Mitsura, O.O. & Khyzhnyak, M.O. (2012). Upravlinnya onlayn-reputatsiyeyu: teoretychni zasady ta metodychni pidkhody [Online reputation management: theoretical principles and methodological approaches]. *Management of Innovations*, 4, 121-129. [in Ukrainian].
7. Prokopovych, L.V. (2019). Sotsialno-filosofskyi analiz vizualizatsii kulturnoi identychnosti v "teatri" povsiakdennia [Socio-philosophical analysis of the visualization of cultural identity in the "theater" of everyday life]. *Scientific and theoretical almanac "Grani"*, 22(1), 57-67. DOI: 10.15421/17198. [in Ukrainian].
8. Prokopovych, L.V. (2019). Sotsialno-filosofski zasady teatralizatsii politychnoi sfery [Socio-philosophical foundations of theatricalization of the political sphere]. *Scientific and theoretical almanac "Grani"*, 22(2), 48-58. DOI: 10.15421/171922. [in Ukrainian].
9. Prokopovych, L.V. (2019). Teatralnist v sotsio-komunikatyvnykh proyavakh kultury: sotsialno-filosofske doslidzhennya: monohrafiya [Theatricality in the socio-communicative manifestations of culture: socio-philosophical research: monograph]. Odesa, 336. ISBN 978-617-7046-78-2. [in Ukrainian].
10. Prokopovych, L.V. (2021). Imidzhi politykiv u fotozhabakh: vizualno-komunikatyvni proyavy politychnoho "teatru" [Images of politicians in photoshopping: visual and communicative manifestations of political "Theater"]. *Scientific journal "Politicus"*, 3, 116-121. DOI: 10.24195/2414-9616.2021-3.18. [in Ukrainian].
11. Savoskina, K. (2021). Zelenskoho zvyuvatyly u sotsmerezkhakh, shcho v den vyshyvanky vin odyahnuv rosiysku kosovorotku. Tse ne zovsim tak [Zelensky was accused on social network that on the day of the Embroidered shirt he wore a Russian kosovorotka. This is not quite true]. *Hromadske*, May 20. [in Ukrainian].
12. Semotiuk, O. (2020) Khto ya: stratehiya chy vypadkovist?: kompyuternyy kontent-analiz karykatur i memiv na V. Zelenskoho [Who am I: Strategy or accident?: computer based contents analysis of cartoons and memes of V. Zelensky]. *Doxa*, 2(34), 180-194. DOI: 10.18524/2410-2601.2020.2(34).218121. [in Ukrainian].
13. Khalitova, E.Y. & Slinko, E.A. (2017). Politicheskyy imidzh politika v kontekste kontsepsii kharizmaticheskogo liderstva [Political image of a politician in the context of the concept of charismatic leadership]. *Central Russian Journal of Social Sciences*, 12, 5, 163-169. DOI: 10.22394/2017-2367-2017-12-5-163-169. [in Russian].
14. Khoma, N.M. (2014). Politychnyy perfomans yak postmoderna forma sotsial'noho protestu [Political performance as a postmodern form of social protest]. *National Technical University of Ukraine Journal Political science. Sociology. Law*, 1(21), 18-22. [in Ukrainian].
15. Shelemba, M.M. & Symchera, M.M. (2020). Tsyfrovi komunikatsiyi ta trendy v Ukraini: napratsyuvannya, vyklyky ta mozhlyvosti [Digital communications and trends in Ukraine: achievements, challenges and opportunities]. *Scientific journal "Politicus"*, 6, 104-109. DOI: 10.24195/2414-9616.2020-6.17. [in Ukrainian].
16. Sporton, G. (2015). The Paradox of Creative Practice. *Digital Creativity: Something from Nothing*. London: Palgrave Macmillan UK, P. 147-167. DOI: 10.1057/9781137486417\_7.

## Costume mistakes as a factor of the opposite effect in the communications of the political "theater" (Ukrainian cases)

Prokopovych Lada

Doctor of Philosophy Sciences,  
Professor of Department of Art History,  
Cultural Studies and Philosophy  
of Culture,  
Odessa Polytechnic State University  
65044, Ukraine, Odessa,  
Shevchenko avenue, 1.  
ORCID: 0000-0001-8626-91722

*The political life of any state, including Ukraine, is not complete without scandals, among which there are some that are associated with mistakes in the costumes of politicians. Taking into account the fact that such cases are becoming more and more, the analysis of their causes and consequences is an urgent scientific problem in the interdisciplinary discourse of political science, social philosophy, imageology and social communication. Such a discourse is formed when politics is viewed as a theater. The purpose of this study is to analyze errors in the images of politicians as a component of the political "theater" and to reveal their influence on communications in the "power - people" system. The methodological strategy of this research is based on the concept of theatricality of socio-communicative manifestations of culture. Ukrainian cases were studied as empirical material, among which the most indicative and resonant ones were highlighted (the appearance of Yulia Tymoshenko on the Maidan in 2014 and a photo of Ukrainian President Volodymyr Zelensky on the occasion of Embroidery Day in 2021). The results of the analysis of these cases showed that politicians make mistakes in suits because they do not always take into account the general circumstances and moods of the target audience; they underestimate the observation of people and their propensity to criticize the authorities on any occasion. Clothing, jewelry and accessories, as an effective PR-resource, are actively used in the "theater" of modern politics. At the same time, politicians in their costume images often make mistakes that lead to unexpected results in their communication with society. Thanks to modern means of communication, these errors become the subject of wide discussion (spontaneous or organized by opponents) with criticism and trolling of politicians. Sometimes these discussions develop into serious conversations about the current state of political culture and relations in the "power - people" system. This proves once again that in public politics even such trifles as mistakes in costume are an important element of the drama of political "theater".*  
**Key words:** political "theater", image, visual practices, PR-resource, political culture, social communication.