

Легкошкур О. М.

вчитель історії

Товариство з обмеженою відповідальністю

Приватний заклад «Харківський ліцей “ХАНІ АКАДЕМІЯ”»

Харківської області

м. Харків, Україна

МЕДІАТИЗАЦІЯ МУАЙ ТАЙ ЯК КУЛЬТУРНОГО МАРКЕРА ЦИВІЛІЗАЦІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТАЙЛАНДУ В ГЛОБАЛЬНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

У статті проаналізовано процес медіатизації муай тай як традиційного бойового мистецтва Таїланду та його трансформацію в глобальний культурний маркер цивілізаційної ідентичності. Розглянуто роль державних інституцій, мас-медіа, цифрових платформ, туризму та культурної дипломатії у формуванні міжнародного образу муай тай. Досліджено механізми використання соціальних медіа для поширення та децентралізації знань про цей вид спорту, а також визначено його значення як інструменту «м'якої сили» Таїланду.

Муай тай (тайський бокс) є не лише видом спорту, а й важливим елементом історико-культурної спадщини Таїланду. Його витoki пов'язані з військовою підготовкою та ритуальними практиками, що формували національну ідентичність тайського суспільства. У сучасних умовах глобалізації муай тай зазнав активної медіатизації, перетворившись на впізнаваний символ «тайландськості» у світовому медіапросторі.

Одним із ключових чинників медіатизації є інституціоналізація та стандартизація традиції. Державні структури та спортивні організації Таїланду підтримують канонічний образ муай тай, підкреслюючи його автентичність через ритуали вай кру (ритуальний танець перед боєм), традиційну музику (пі пхат) та історичні наративи. Такий підхід сприяє збереженню культурної спадщини, водночас адаптуючи її до вимог глобального ринку, що часто призводить до «винайдення традиції» для цілей національної символіки та міжнародного просування [1; 2].

Важливу роль у поширенні муай тай відіграє кінематограф та цифрові медіа. Документальні фільми, спортивні трансляції та відеоплатформи створюють візуально привабливий образ бойового мистецтва, доступний міжнародній аудиторії. Через ці канали муай тай

інтегрується в глобальну масову культуру, стаючи частиною транснаціонального культурного обміну.

Ключовим каталізатором глобалізації виступають соціальні медіа та цифрові платформи. YouTube, Instagram, TikTok та інші платформи перетворили традиційно закриті знання на вільно доступний контент. Тренери та спортсмени з Таїланду та всього світу використовують ці канали для демонстрації технік, проведення онлайн-майстер-класів та просування своїх шкіл. Це призводить до децентралізації навчання, коли основи муай тай можуть бути засвоєні поза межами традиційних таїландських таборів. Instagram та TikTok, завдяки короткому, динамічному контенту, акцентують увагу на естетиці та фізичній привабливості (елемент фітнесу), тоді як YouTube залишається головним джерелом для глибокого вивчення техніки та історичних документальних фільмів. Таким чином, цифрові медіа не лише поширюють муай тай, але й активно формують його зовнішній образ для мільйонів потенційних послідовників, що підсилює його роль як глобального культурного продукту.

Зокрема, глобальні спортивні організації та стрімінгові платформи стали ключовими провайдерами муай тай на міжнародний ринок, перетворюючи його з локального культурного явища на товар глобального споживання. Професійні турніри, які транслюються по всьому світу, активно просувають естетику бою, водночас ретельно підтримуючи таїландські ритуальні елементи. Ця комерціалізація сприяє стандартизації правил, що, з одного боку, забезпечує універсальну привабливість, а з іншого – посилює дискусії щодо спрощення автентичних бойових стилів.

Окремим аспектом є феномен «муай тай-туризму», коли іноземні спортсмени та аматори відвідують Таїланд з метою тренувань і культурного занурення. Це явище тісно пов'язане з концепцією «серйозного дозвілля» (serious leisure) та сприяє економічному розвитку й міжкультурному діалогу, але водночас породжує ризики комерціалізації та спрощення традицій [3].

Муай тай також виступає інструментом м'якої сили Таїланду. Через міжнародні змагання, освітні програми та культурні ініціативи держава використовує бойове мистецтво як засіб культурної дипломатії, формуючи позитивний міжнародний імідж, що відповідає основним засадам теорії «м'якої сили» [4].

За результатами проведеного аналізу процесу медіатизації муай тай як культурного маркера цивілізаційної ідентичності Таїланду можна зробити такі ключові висновки:

– Муай тай як «історико-культурно сконструйована традиція». Медіатизація є інструментом інституціоналізації та стандартизації, що

підтримує канонічний образ бойового мистецтва з метою збереження спадщини та одночасної адаптації до глобального ринку [1; 2].

– Цифрова децентралізація знань. Соціальні медіа (YouTube, Instagram, TikTok) забезпечують децентралізацію навчання, перетворюючи традиційно закриті знання на вільно доступний контент, що формує естетичний та фітнес-орієнтований образ муай тай.

– Глобальний культурний обмін та ризики. Феномен «муай тай-туризму» сприяє економічному зростанню та міжкультурному діалогу, проте породжує ризик спрощення автентичних традицій на догоду універсальній привабливості [3].

– Інструмент «М'якої сили». Муай тай ефективно використовується Таїландом як засіб культурної дипломатії та «м'якої сили» [4], сприяючи формуванню позитивного міжнародного іміджу.

Таким чином, медіатизація трансформувала муай тай зі спортивної дисципліни на потужний і багатогранний культурний маркер, що відображає національну ідентичність Таїланду в динамічному глобальному медіапросторі.

Література:

1. Vail, P. Muay Thai: Inventing Tradition for a National Symbol. *Sojourn: Journal of Social Issues in Southeast Asia*. 2014. Vol. 29, No. 3. P. 509–553.
2. Muller-Junior, I. L., Capraro, A. M. Muay Thai: the consolidation of an invented tradition as a martial art. *Ido Movement for Culture. Journal of Martial Arts Anthropology*. 2022. Vol. 22, No. 3. P. 44–50.
3. Soontayatron, S. Role of serious leisure in cross-cultural integration: insights from international Muay Thai practitioners in Thailand. *Managing Sport and Leisure*. 2025. Vol. 30, Is. 6. P. 1615–1630.
4. Nye, J. S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs, 2004. 208 p.