

Особенности вербальных элементов медийного образа Ильи Куруча

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Лазарева Анна Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: lazarevanna2369@gmail.com

Данный доклад посвящён теме «Особенности вербальных элементов медийного образа Ильи Куруча». Актуальность определена тем, что в современном информационном пространстве вербальные элементы коммуникации являются важной частью формирования медийного образа. Понимание и грамотное применение знаний в этой области помогут минимизировать репутационные риски и предотвратить ошибки, которые ведут к появлению нежелательных стереотипов вокруг личности. Успешный медийный образ поможет не только повысить лояльность аудитории, но и выделиться среди большого количества конкурентов в эпоху развитых социальных сетей и интернета.

Блогер и комик Илья Куруч демонстрирует уникальный подход к созданию своего медийного образа. Его популярность и узнаваемость во многом обусловлены спецификой вербального контента, который он производит. Медийный образ комика построен на намеренном обильном использовании речевых оборотов, средств художественной выразительности, нестандартных синтаксических конструкций, сленга и других возможностей языка. Уникальный стиль общения органично дополняет визуальную составляющую, делая образ блогера живым и естественным. Это позволяет не только выделиться на фоне конкурентов, но и остаться на одной волне с аудиторией. В рамках исследования будет проведён анализ речи Ильи Куруча в различных медийных форматах (интервью, публичные выступления, контент в социальных сетях). Будут выявлены характерные черты его лексического запаса, синтаксических конструкций и стилистических приёмов. Особое внимание будет уделено тому, как эти вербальные элементы способствуют формированию узнаваемого имиджа и позитивного общественного мнения.

Тема медийного образа является достаточно обширной и даже само понятие не имеет единой трактовки, поэтому многие исследователи, например, Протасова М. Д. в своей работе «Медиаобраз: теоретические аспекты изучения понятия» и Ковач О. А. в статье «Принципы конструирования медиаобраза государства», подчёркивают недостаточную изученность данной темы. Большинство исследователей, как и Галинская Т.Н. в своей статье к журналу Вестник ОГУ, разделяют узкое и широкое значение данного термина. Белоусова Ю. В. в статье «Медийный образ как средство коммуникации» рассматривает данный феномен через социальные нормы, маски для общения с Другим (самопрезентацию), художественный и «сакральный» образы. Смирных А. В. изучает и анализирует все факторы, влияющие на формирование медиаобраза.

Источники и литература

- 1) Горбаль Д. Э. Современные подходы к феномену медиаобраза // Наука и образование сегодня. – 2020. – №11 (58).
- 2) Барабаш В. В., Сезонов Т. В. Особенности воздействия медиаобраза на аудиторию женских глянцевого журналов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – №8.

- 3) Осин Р. В., Бабаева М. В. Код привлекательности: что делает медиаперсону успешной в глазах аудитории // Психология и психотехника. – 2025. – №4.
- 4) Смирных А. В. Медийный образ: феномен становления и формирования // синтез науки и общества в решении глобальных проблем. – 2024. – С. 142.
- 5) KURUCHBRO // Telegram URL: <https://t.me/s/kuruchbro1?ysclid=mkb8i1jg85797368165> (дата обращения: 03.01.2026)
- 6) Протасова М. Д. Медиаобраз: теоретические аспекты изучения понятия // Вестник науки. – 2025. – №3 (84)
- 7) Ковач О. А. Принципы конструирования медиаобраза государства // Медиасреда. – 2019. – №1.
- 8) Галинская Татьяна Николаевна Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. – 2013. – №11
- 9) Белоусова Ю. В. Медийный образ как средство коммуникации // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2012. – №. 12-1. – С. 27-31.