



ЖУРНАЛИСТИКА
ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ И ФИЛОСОФИЯ МЕДИА
JOURNALISM
HISTORY, THEORY AND PHILOSOPHY OF MEDIA

DOI: 10.22363/2312-9220-2026-31-2-398-408

EDN: JBQWXQ

УДК 81'22:070(430)

Научная статья / Research article

**Семантика необратимости в медиадискурсе ФРГ:
эсхатологические коды и реакция аудитории
в условиях кризиса**

Ж.О. Москвина 

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Российская Федерация
✉ zmoskvina@hse.ru*

Аннотация. Исследованы семантические и когнитивные механизмы функционирования лексемы «необратимость» (Unumkehrbarkeit), изучен современный немецкий медиадискурс, где освещается кризис германо-российских отношений. В основе исследования лежит гипотеза о том, что апелляция к семантике необратимости в СМИ служит риторической стратегией, призванной усилить восприятие происходящих изменений как окончательных. Однако, как демонстрирует проведенный анализ, данная стратегия вступает в противоречие с глубинными структурами немецкой языковой картины мира, порождая когнитивный диссонанс у аудитории. Материалом исследования послужили тексты ведущих немецких медиа (*Frankfurter Allgemeine Zeitung, Tagesschau, Süddeutsche Zeitung*), а также данные сопутствующих социологических опросов. Лингвистический и концептуальный анализ показывает, что нарративы «окончательного разрыва» воспринимаются негативно, поскольку в немецкой ментальности эсхатологические коды традиционно связаны не с линейным апокалипсисом, а с циклической моделью «конец – начало» и идеей обновления. Таким образом, в условиях кризиса актуализируется архаическая, нелинейная модель восприятия времени, что делает линейную риторику «необратимости» коммуникативно неэффективной.

Ключевые слова: немецкий медиадискурс, необратимость, Unumkehrbarkeit, эсхатологические коды, германо-российские отношения, когнитивный диссонанс, циклическое время, языковая картина мира

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Москвина Ж.О., 2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

История статьи: поступила в редакцию 3 февраля 2026 г.; отрецензирована 1 марта 2026 г.; дата принятия к публикации 18 марта 2026 г.

Для цитирования: Москвина Ж.О. Семантика необратимости в немецком медиадискурсе о глобальном кризисе: эсхатологические коды в национальной языковой картине мира // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2026. Т. 31. № 2. С. 398–408. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-2-398-408> EDN: JBQWXQ

The Semantics of Irreversibility in German Media Discourse: Eschatological Codes and Audience Reaction in the Context of Crisis

Zhanna O. Moskvina 

HSE University, Moscow, Russian Federation

✉ zmoskvina@hse.ru

Abstract. This article explores the semantic and cognitive mechanisms governing the functioning of the lexeme “irreversibility” (*Unumkehrbarkeit*) within contemporary German media discourse covering the crisis in German-Russian relations. The study tests the hypothesis that the use of irreversibility semantics in the mass media serves as a rhetorical strategy intended to reinforce the perception of ongoing changes as definitive. However, as the analysis demonstrates, this strategy conflicts with the deep-seated structures of the German linguistic worldview, generating cognitive dissonance in the audience. The research material comprises texts from leading German media outlets (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Tagesschau*, *Süddeutsche Zeitung*) as well as data from relevant sociological surveys. Linguistic and conceptual analysis reveals that narratives of a “definitive rupture” are perceived negatively because, within the German mentality, eschatological codes are traditionally associated not with a linear apocalypse, but with a cyclical model of “ending – beginning” and the idea of renewal. Consequently, in times of crisis, an archaic, non-linear model of time perception is activated, rendering the linear rhetoric of “irreversibility” communicatively ineffective.

Keywords: German media discourse, irreversibility, *Unumkehrbarkeit*, eschatological codes, German-Russian relations, cognitive dissonance, cyclical time, linguistic worldview

Conflicts of interest. The author declares no conflict of interest.

Article history: submitted February 3, 2026; revised March 1, 2026; accepted March 18, 2026.

For citation: Moskvina, Zh.O. (2026). The Semantics of Irreversibility in German Media Discourse: Eschatological Codes and Audience Reaction in the Context of Crisis. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 31(2), 398–408. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-2-398-408> EDN: JBQWXQ

Введение

Глобальный кризис, усугубленный геополитической напряженностью, породил в немецком медиадискурсе устойчивую тенденцию к использованию лексемы *Unumkehrbarkeit* (необратимость), особенно в контексте отношений

с Россией. Такие формулировки, как *eine unumkehrbare zäsur* (необратимый перелом) или *das Ende einer Ära* (конец эпохи), стали регулярно появляться на страницах общенациональной печатной прессы Германии после 2022 г. Однако выбранная коммуникативная стратегия, опирающаяся на лексемы, подразумевающие окончательность перемен, сталкивается с глубинными когнитивными установками, укорененными в специфическом понимании окончательности, необратимости в немецкой языковой картине мира. Их особенность прежде всего определяется тем, что эсхатологические коды носят не линейно-терминальный, а бинарно-регенеративный характер, то есть «конец» воспринимается не как безвозвратная утрата, а как необходимое условие трансформации и нового начала (Auerbach, Simpson, 1997; Davidson, 1968; Phillipotts, 1920).

Исследовательские вопросы: как семантика необратимости функционирует в немецком медиадискурсе о кризисе; почему ее линейно-финалистская риторика вызывает когнитивное отторжение у аудитории.

Гипотеза: акцент на необратимости разрыва коммуникативно контрпродуктивен, так как вступает в противоречие с мифологемными структурами, репрезентированными в немецкой языковой картине мира, ориентирующими субъекта на цикличность и ответственность, а не на пассивное принятие финала.

Научная новизна состоит в междисциплинарной интеграции подходов лингвистики (концептосфера языковой картины мира), когнитивной и символической антропологии (теории мифологического мышления и ритуальной лиминальности), а также медиаисследований (рецептивный анализ аудитории). Впервые в едином аналитическом поле соотносятся семантическая структура лексемы *Unumkehrbarkeit* в немецком медиадискурсе, глубинные когнитивные установки, укорененные в национальной языковой картине мира, и эмпирические данные о психическом состоянии и реакциях аудитории.

Феномен необратимости исследуется как в социогуманитарных, так и в естественно-научных областях знания. В философии проблема необратимости традиционно рассматривается в перспективе онтологической проблематики времени (Августин, Э. Гуссерль, А. Бергсон и др.) и анализа трех модусов: прошлого, настоящего и будущего. Прежде всего здесь следует отметить концепцию времени, разрабатываемую Августином¹, согласно которой необратимость является следствием падшего состояния человека, обреченного существовать во времени, и оказавшую влияние на последующие философские концепции, в частности Э. Гуссерля (1994). Осмысляя идеи Гуссерля о внутреннем сознании времени, следует подчеркнуть, что прошлое, актуализируемое в памяти настоящего момента, содержит не только индивидуальный жизненный опыт, но и коллективно репрезентированный пласт культурологического знания, включающий мифологическое мышление как одну из его конститутивных составляющих (Rank, 1919; Strich, 1910). Аналогичную мысль

¹ Блаженный Аврелий Августин. Исповедь. URL: https://azbyka.ru/otechnik/Avrelij_Avgustin/ispoved/ (дата обращения: 14.01.2026).

развивал французский философ А. Бергсон (2024), который ввел различие между *temps* (физическим, измеримым временем) и *durée* (качественной длительностью сознания). Именно *durée* сохраняет память изменений и делает возможным возрождение – не буквальное возвращение, но творческое повторение.

Проблема необратимости времени, традиционно исследуемая и в естественных науках как эпифеномен, обусловленный неполнотой знания, подвергается радикальному переосмыслению в работах бельгийского физика И.Р. Пригожина. В книге «Конец определенности. Время, хаос и новые законы природы» он утверждает, что «необратимость приводит к огромному множеству новых явлений – образованию вихрей, химическим колебаниям и лазерному излучению, каждое из которых иллюстрирует конструктивную роль стрелы времени. Необратимость стало невозможно отождествлять с «видимостью» или «кажимостью», которая непременно исчезла бы, если бы мы располагали всей полнотой знания» (1999, с. 10). Эта концепция оказывает значительное влияние не только на естествознание, но и на гуманитарные дисциплины, в частности на представления о временной структуре культуры, памяти и дискурса. Именно в этом гуманитарном измерении проявляется глубинная особенность немецкой культурной традиции: ее способность переосмысливать «конец» не как безвозвратную утрату, а как момент трансформации.

Стремление общества к структуризации хаоса, характерного для периодов социальных потрясений, объясняется в работе *Minds Make Societies: How Cognition Explains the World Humans Create* (Boyer, 2018): мифологическое мышление не следует рассматривать как проявление иррациональности или культурной архаики; напротив, оно представляет собой естественный когнитивный механизм, активизирующийся в условиях неопределенности, дефицита достоверной информации или эрозии доверия к ее источникам. Человеческий разум, согласно когнитивистской парадигме, склонен к гиперактивному обнаружению агентности (Barrett, 2011) и интерпретации сложных или хаотичных событий через нарративы, наделенные намерением, причинностью и судьбой. Мифологические представления, особенно те, что содержат минимально контринтуитивные концепты (*minimally counterintuitive concepts*), обладают повышенной меметической устойчивостью, поскольку оптимально сочетают привычные схемы восприятия с небольшим отклонением от них, делая сообщение одновременно понятным и запоминающимся. Эта модель объясняет, почему в высокорациональных обществах, таких как Германия или Швеция, в периоды глубоких политических, социальных, экономических или военных кризисов наблюдается реактивация мифологического мышления. Мифологемы начинают функционировать не как предмет веры или элемент национальной культуры, а как когнитивный инструмент, позволяющий быстро структурировать непредсказуемую реальность, восстановить ощущение контроля и обеспечить коллективное смысловое ориентирование. Хаос должен быть упорядочен, привычный порядок когнитивного пространства восстановлен, а ощущение необратимости нейтрализовано.

Материалы и методы

Исследование выполнено в рамках смешанного подхода, сочетающего качественный дискурс-анализ и количественную интерпретацию социологических данных. Для анализа немецкого медиадискурса была сформирована репрезентативная выборка из 44 текстов ведущих немецких СМИ за период 2022–2025 гг.: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Tagesschau*, *Cicero*, *Der Spiegel*.

Общий объем выборки составляет ~58 500 слов. Критерии отбора: жанр – аналитическая статья, комментарий эксперта, редакционный материал; тематика – германо-российские отношения, безопасность, энергетика; обязательное наличие ключевых лексем – *Unumkehrbarkeit*, *Zäsur*, *Ende einer Ära*, *endgültig*, *für immer*.

Применены лексико-семантический анализ (для выявления дифференциации значений близких лексем *Unumkehrbarkeit* vs. *Irreversibilität* vs. *Endgültigkeit*), дискурс-анализ (для интерпретации риторических стратегий и их прагматической направленности), а также рецептивный анализ (для интерпретации данных опросов RKI (*Gesundheit in Deutschland*, 2024) и ARD/ZDF-Medienstudie (2024) о состоянии психического здоровья и уровне доверия к СМИ).

Инструментарий: программное обеспечение для качественного анализа NVivo 14; сводная таблица корпуса (Excel) с метаданными, цитатами и ссылками; статистические данные RKI и ARD/ZDF. Полный перечень проанализированных медиатекстов (2022–2025) с метаданными, ключевыми цитатами и ссылками размещен в разделе «Дополнительные материалы» на сайте журнала².

Результаты и обсуждение

В ходе исследования, проводимого в рамках лексико-семантического анализа концепта «необратимости» в немецком медиапространстве³, выявлена смысловая и стратегическая дифференциация ряда близких по значению лексем, функционирующих в различных дискурсивных сферах.

Наиболее нейтральным эквивалентом выступает существительное *Irreversibilität* (необратимость), широко употребляемое в естественных науках и философской традиции для обозначения процессов, не допускающих возврата к исходному состоянию. В медиадискурсе доминируют маркеры финальности: существительное *Endgültigkeit* (окончателность) акцентирует внимание на бесповоротности происходящих событий, подчеркивает статичность и исключает возможность пересмотра решений; лексема *Unwideruflichkeit* (необратимость) смещает семантический фокус в область мораль-

² Москвина Ж.О. *Corpus_Media_Irreversibility_Germany_2022-2025* // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2026. № 2. Дополнительный материал.

³ Проанализированы статьи в газетах *Süddeutsche Zeitung*, *FAZ*, *Tagesschau*, *Tagesspiegel*, журнале *Cicero* с 2022 по 2025 г., посвященные российско-украинскому конфликту.

ной или юридической ответственности, указывая на невозможность отзыва или аннулирования ранее принятого действия; существительное *Unabänderlichkeit* (неизменность, неотвратимость) несет оттенок фатализма или предопределенности и тем самым апеллирует скорее к мировоззренческим, нежели к операциональным установкам.

Эмпирические данные социологических исследований⁴, проведенных в Германии в период с 2022 по 2025 г., свидетельствуют, что способ конструирования образа «необратимого разрыва» через выявленные маркеры окончательности существенно определяет как эмоциональную, так и когнитивную реакцию реципиента, включая колебания степени доверия к сообщению и неготовность к интерпретации геополитических изменений как финальных.

Комплексный дискурс-аналитический и рецептивный анализ, включающий как лингвистическую экспликацию медиатекстов, так и интерпретацию данных социологических исследований (2022–2025)⁵, демонстрирует, что использование лексем необратимости в контексте российско-германских отношений чаще вызывает у аудитории чувство тревоги, пассивности или отторжения, чем убеждение в неизбежности и окончательности заявленных перемен. Этот эмоционально-когнитивный отклик аудитории на риторику «необратимости» находится в согласии с более широкими тенденциями в состоянии психического здоровья населения Германии.

Согласно данным панельного исследования Robert Koch-Institut *Gesundheit in Deutschland*⁶ за 2024 г. 21,9 % взрослых демонстрировали признаки депрессивной симптоматики (PHQ-9 $\geq$ 10), 14,3 % – признаки тревожной симптоматики (GAD-7 $\geq$ 10). При этом у 25,1 % респондентов наблюдалась хотя бы одна из этих форм симптоматики, что указывает на высокий уровень общей психической нагрузки. Особенно выражена эта нагрузка среди молодых женщин (18–29 лет): почти половина (47,0 %) этой группы сообщила о наличии депрессивных или тревожных симптомов. Таким образом, использование медиадискурсом лексем, усиливающих ощущение кризиса как окончательного и необратимого, может не только способствовать деструктивной интерпретации геополитических трансформаций, но и усугублять уже существующий фон хронической тревоги.

Эта тенденция находит отражение и в изменении отношения аудитории к традиционным СМИ: согласно данным ARD/ZDF-Medienstudie 2024⁷ наблюдается устойчивый спад доверия и вовлеченности, особенно в отношении

⁴ Vorabinformationen externer Stellen über statistische Ergebnisse // Destatis Statistisches Bundesamt. Available from: <https://www.destatis.de/DE/Presse/uebersicht-vorab-information.html> (accessed: 14.01.2026).

⁵ ARD-Deutschlandtrend. 2024–2025 // tagesschau24 live. Available from: <https://www.tagesschau.de/inland/deutschlandtrend> (accessed: 14.01.2026)

⁶ Public Health – Gesundheit für alle // Robert Koch Instituts. Available from: https://www.rki.de/DE/Home/home_node.html (accessed: 14.01.2026).

⁷ Archiv ARD/ZDF-Medienstudie. Available from: <https://www.ard-zdf-medienstudie.de/> (accessed: 14.01.2026).

линейных медиаформатов. Так, дневной охват линейного телевидения сократился за год с 64 до 58 %, а среди молодежи (14–29 лет) – до 24 %, что свидетельствует о глубокой дезинтеграции массового медиапотребления.

Одновременно снижается и общая продолжительность медиапотребления: в 2024 г. она составила в среднем 384 минуты в день, что на 28 минут меньше, чем в 2023-м. При этом сокращение затронуло все ключевые медиаформаты (видео, аудио и текст), указывая не просто на смену платформ, а на усталость от информационной перегрузки и растущее недоверие к нарративам, построенным на категориях «окончателности» и «разрыва». В условиях фрагментации медиаландшафта и роста числа пользователей социальных сетей (до 60 % населения хотя бы раз в неделю) традиционные СМИ теряют не только аудиторию, но и свою роль в качестве авторитетного источника смысловой ориентации в кризисных условиях.

Аналогичные результаты зафиксированы в исследовании ARD/ZDF (2024)⁸ (S. 87–89): сообщения с лексикой *endgültig* (окончательный), *für immer* (навсегда) и аналогичная фаталистическая риторика снижают доверие. Исследование Алленсбахского института изучения общественного мнения показывает, что у 63 %⁹ аудитории лексика безысходности вызывает чувство тревоги без конструктивного выхода, тогда как тексты с метафорами *neuer Anfang* (новое начало) или *Wende* (поворот) воспринимались как более надежные и морально устойчивые.

В современных условиях медиадискурс, ориентированный на кризисные темы, сталкивается с растущим скептицизмом даже со стороны аудиторий, традиционно склонных доверять СМИ. Как показывает ARD/ZDF-Mediastudie 2024¹⁰, доверие к освещению «горячих» социальных проблем, таких как миграция, безопасность или жилищный кризис, демонстрирует устойчивое снижение: лишь 24 % респондентов в 2018 г. выразили доверие медиарепортажам о преступности среди беженцев, тогда как 35 % оценили их как «скорее недостоверные» или «вообще недостоверные» (S. 72–73). При этом наблюдается четкая корреляция между недоверием по конкретной кризисной теме и общей установкой на медиаскептицизм: даже в случае мало спорных вопросов, таких как нехватка жилья, низкое доверие к подаче темы часто сопровождается обобщенным недоверием к СМИ в целом (S. 76).

Этот феномен усиливается восприятием медиа как источника избыточного негатива и тревоги. Респонденты регулярно указывают, что СМИ «преувеличивают тяжесть экономической ситуации», «гиперболизируют уровень насильственной преступности» и «раздувают политические скандалы» (S. 120). Подобные установки распространены даже среди тех, кто в принципе призна-

⁸ Archiv ARD/ZDF-Onlinestudie. Available from: https://archiv.ard-zdf-medienstudie.de/archiv-ardzdf-onlinestudie/?spm=a2ty_o01.29997173.0.0.789d5171wvliop (accessed: 14.01.2026).

⁹ Das Institut für Demoskopie Allensbach. Available from: https://www.ifd-allensbach.de/?spm=a2ty_o01.29997173.0.0.789d5171wvliop (accessed: 14.01.2026).

¹⁰ Archiv ARD/ZDF-Onlinestudie. Available from: <https://www.ard-zdf-medienstudie.de/> (accessed: 14.01.2026);

ет легитимность общественного вещания, что свидетельствует о глубинном диссонансе между медианарративом и повседневным опытом аудитории.

Особую роль в этом контексте играет субъективное состояние тревожности. Исследование фиксирует, что лица с низким уровнем экономического благополучия и пессимистическим взглядом на будущее демонстрируют значительно более низкий уровень доверия к СМИ (S. 58–60). Учитывая данные Федерального института оценки в здравоохранении (RKI), согласно которым 25 % взрослого населения Германии страдают от депрессивной или тревожной симптоматики, можно говорить о том, что постоянная акцентуация кризиса в медиадискурсе не только отражает реальность, но и усиливает психологическую уязвимость, провоцируя эффект отторжения.

Кроме того, все более выраженной становится установка на *Medienentfremdung* – отчуждение от СМИ, особенно характерное для неурбанизированных, социально уязвимых и политически консервативных групп. Эти слои населения все чаще заявляют: *In meinem persönlichen Umfeld nehme ich die gesellschaftlichen Zustände ganz anders wahr, als sie von den Medien dargestellt werden* (S. 130–133). Медиа воспринимаются как часть элитарного дискурса, оторванного от жизненной реальности, а их риторика – как намеренно алармистская, направленная на конструирование угрозы, а не на информирование.

Совокупность полученных данных позволяет сделать вывод о том, что апокалиптический, фаталистический тон кризисной журналистики, лишенный перспективы действия и надежды, системно подрывает доверие аудитории, особенно в условиях растущей социальной тревожности. Это подтверждает гипотезу о том, что использование семантики необратимости в немецком медиадискурсе о глобальном кризисе, особенно в контексте германо-российских отношений, функционирует как риторическая стратегия, направленная на консолидацию общественного мнения через акцент на окончательности и бесповоротности происходящих изменений. Однако эта стратегия оказывается когнитивно диссонантной по отношению к глубинным структурам немецкой языковой картины мира, в которой эсхатологические коды носят не линейно-терминальный, а бинарно-регенеративный характер: конец здесь не означает уничтожение, а выступает как предпосылка нового начала.

Этот механизм объясняется двойным несовпадением. Во-первых, медианарратив игнорирует бинарно-регенеративную структуру немецкой языковой картины мира, в которой кризис исторически кодируется как лиминальная фаза перехода (Turner, 2008), требующая не фиксации на разрыве, а проектирования нового порядка. Лиминальность, согласно концепции В. Тернера, представляет собой состояние социальной и символической неопределенности, возникающее между утратой прежних структур и формированием новых, именно в этот промежуточный период коллективное сознание активизирует мифологическое мышление как когнитивный инструмент структурирования реальности. Во-вторых, катастрофическая лексика активизирует фоновую тревожность, что в условиях уже высокой психологической нагрузки (25,1 %

населения с симптомами депрессии или тревоги) запускает защитные механизмы отторжения. Более того, использование катастрофической лексики способствует росту *Medienentfremdung* – ощущения дистанции между жизненной реальностью аудитории и ее медиарепрезентацией, что, в свою очередь, коррелирует со снижением доверия к СМИ и ростом скептицизма, переходящего в стадию *Medienzynismus*.

Стоит подчеркнуть, что в силу сложившихся языковых традиций фатализм не является доминантой национальной языковой картины мира языков романо-германской группы. Мировосприятие народов, говорящих на языках этой группы, структурируется не через пассивное принятие судьбы, а через активную ответственность и моральное усилие (Вежбицкая, 1996). Например, в немецком языке использование лексемы *Schicksal* (судьба) сочетается преимущественно с глаголами действия, такими как *etwas als Schicksal annehmen* (принимать что-либо как судьбу) или *sein Schicksal meistern* (управлять своей судьбой), что свидетельствует не о пассивности субъекта, а об установке на этическое преодоление и активное осмысление судьбы и принятии ответственности за результат.

Таким образом, фаталистическое мировосприятие остается периферийным для немецкой языковой картины мира, уступая место модели, в которой человек – не жертва обстоятельств, а субъект, призванный формировать будущее через осознанный выбор и долг. В связи с этим в освещении будущего российско-германских отношений в медиапространстве чаще встречаются лексемы *Ende* (конец), *Schuld* (вина), *Verschulden* (чувство вины), *Verantwortung* (ответственность), *Mitschuld* (соучастие). Не стоит забывать и о том, что в немецком дискурсе концепт *Schuld* тесно связан с идеей *Verantwortung* и редко функционирует как пассивное состояние. В немецкой языковой картине мира вина предполагает субъекта действия и этическую позицию. Поэтому даже в кризисных нарративах предпочтение отдается конструкциям вроде *Verantwortung übernehmen* (брать на себя ответственность), а не *Schuld tragen* (нести вину) – последнее воспринимается как признание поражения, а не как шаг к преодолению.

В медиадискурсе, в свою очередь, часто используются контекстуальные замены: так, существительное *Zäsur* (перелом), будучи изначально термином из области эстетики и лингвистики, обозначающим паузу или разрыв в ритмической структуре стиха, приобретает в сочетании с определением *Unumkehrbar* (необратимый) значение радикального, необратимого исторического перелома, за которым следует полный разрыв с прошлым и невозможность возврата к прежнему состоянию. Эта семантическая трансформация свидетельствует о тенденции к эсхатологизации политического нарратива, где временной разрыв конструируется не как переходный этап, а как окончательная черта, лишенная перспективы регенерации или диалога. Часто встречающаяся лексема *Wendepunkt* (поворот) означает поворотный момент, однако без имплицитного указания на его необратимость. Существительное *Bruch* (трещина, разлом), особенно в модифицированных формах, например *endgültiger Bruch*,

unüberbrückbarer Bruch (случившийся разлом, необратимый разрыв), приближается по смыслу к концепту необратимости, акцентируя разрыв связей как качественно новое состояние.

Когнитивная модель объясняет, почему сообщения с метафорами *neuer Anfang* или *verantwortung Übernehmen* демонстрируют более высокую меметическую устойчивость и доверие: они минимально контринтуитивны, сохраняют агентность реципиента и вписывают кризис в знакомую схему «хаос – порядок – обновление», а не «прошлое – конечная точка». Таким образом, коммуникативная эффективность журналистики в условиях кризиса определяется не степенью драматизации, а способностью интегрировать трансформацию в нарратив преодоления.

Заключение

Исследование подтвердило, что использование семантики необратимости в немецком медиадискурсе о кризисе функционирует как риторическая стратегия консолидации, однако ее коммуникативная эффективность блокируется когнитивным диссонансом. Линейно-финалистская риторика вступает в противоречие с бинарно-регенеративными установками немецкой языковой картины мира, в которой «конец» кодируется как условие трансформации, а не как безвозвратный разрыв. Эмпирические данные демонстрируют, что акцент на *endgültig/unumkehrbar* коррелирует с ростом тревожности, снижением доверия к СМИ и усилением *Medienentfremdung*. В качестве практических рекомендаций могут выступать следующие положения: в кризисных нарративах целесообразно заменять лексику финальности (конец эпохи, необратимый разрыв) на лексику ответственности и перехода (поворотный момент, новый этап, зоны ответственности); редакционная политика должна учитывать психологический фон аудитории: алармистские формулировки системно подрывают доверие, тогда как нарративы, интегрирующие кризис в цикл преодоления, сохраняют агентности реципиента и повышают медиаустойчивость; понимание необратимости как качественного скачка, а не линейного завершения, позволяет отражать сложные геополитические процессы без финалистской риторики, что соответствует как традиционным когнитивным установкам целевой аудитории, так и современным стандартам профессиональной этики.

References / Список литературы

- Auerbach, L., & Simpson, J. (1997). *Sagas of the Norsemen: Viking and German Myth*. Time-Life Books.
- Barrett, J.L. (2011). *Cognitive Science, Religion, and Theology: From Human Minds to Divine Minds*. Templeton Press.
- Bergson, H. (2024). *Time and Free Will: An Essay on the Immediate Data of Consciousness*. Cambridge University Press.
- Бергсон А. Непосредственные данные сознания: время и свобода воли / пер. Б.С. Бычковского. 5-е изд. М. : Ленанд, 2024. 224 с.

- Boyer, P. *Minds Make Societies: How Cognition Explains the World Humans Create*. Yale University Press¹¹.
- Davidson, H.R.E. (1968). *The Road to Hel: A Study of the Conception of the Dead in Old Norse Literature*. Greenwood Press.
- Husserl, E. (1994). On the phenomenology of the consciousness of internal time. In V.I. Molchanov (Ed.), *Collected Works* (Vol. 1). Moscow: Logos; Gnosis Publ. (In Russ.)
Гуссерль Э. Собрание сочинений / под общ ред. В.И. Молчанова. Т. 1. Феноменология внутреннего сознания времени. М. : Логос ; Гнозис, 1994. 162 с.
- Lavoie, S. (2020). Review of the book *Minds Make Societies: How Cognition Explains the World Humans Create* by P. Boyer. *Anthropologica*, 61(2), 366–367. <https://doi.org/10.3138/anth.2019-0024.br07>
- Phillipotts, B.S. (1920). *The Elder Edda and Ancient Scandinavian Drama*. Cambridge University Press.
- Prigogine, I. (1997). *The End of Certainty: Time, Chaos, and the New Laws of Nature*. Free Press.
Пригожин И. Конец определенности. Время, хаос и новые законы природы / пер. с англ. Ю.А. Данилова. Ижевск : РХД, 1999. 216 с.
- Rank, O. (1919). *Psychoanalytische Beiträge zur Mythenforschung. Gesammelte Studien aus den Jahren 1912 bis 1914*. Internationaler Psychoanalytischer Verlag.
- Strich, F. (1910). *Die Mythologie in der deutschen Literatur von Klopstock bis Wagner* (Vol. I–II). Niemeyer.
- Turner, V. (2008). *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. Routledge.
- Wierzbicka, A. (1992). *Semantics, Culture, and Cognition: Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations*. Oxford University Press.
Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / пер. с англ. ; отв. ред. и сост. М.А. Кронгауз ; вступ. ст. Е.В. Падучевой. М. : Рус. слов., 1996. 411 с.

Сведения об авторе:

Москвина Жанна Олеговна, кандидат филологических наук, доцент, Институт медиа, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Российская Федерация, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. ORCID: 0009-0002-0111-6681; SPIN-код: 7009-7666. E-mail: zmoskvina@hse.ru

Bio note:

Zhanna O. Moskvina, PhD in Philology, Associate Professor, Institute of Media, HSE University, 20 Myasnitskaya St, Moscow, 101000, Russian Federation. ORCID: 0009-0002-0111-6681; SPIN-code: 7009-7666. E-mail: zmoskvina@hse.ru

¹¹ Организация объявлена нежелательной на территории РФ.