

*Крижанівська Г. Т.,
кандидат філологічних наук, доцент
Львівського національного університету імені Івана Франка
<https://orcid.org/0009-0004-1435-9783>*

ГЕНДЕР І МЕТАФОРА В ФІНАНСОВИХ ВІДЕОБЛОГАХ: КОГНІТИВНИЙ ПІДХІД

Анотація. Сучасна лінгвістика дедалі більшу увагу зосереджує на вивченні цифрових жанрів дискурсу, які набули популярності в соціальних медіа як джерело інформації, зокрема економічного характеру. У когнітивній лінгвістиці концептуальна метафора розглядається як фундаментальний механізм осмислення абстрактних понять, а цифровий дискурс надає широкі можливості для виявлення її функціонування, зокрема у площині гендерних відмінностей.

Статтю присвячено дослідженню гендерних відмінностей у концептуальних метафорах, які використовуються в англійських фінансових відеоблогах. Метою роботи є виявити та порівняти когнітивні стратегії, які застосовують чоловіки та жінки для моделювання економічних процесів, зокрема таких як інфляція та інвестування. У межах дослідження фінансові відеоблоги розглядаються як різновид *self-help* дискурсу, що використовує метафоричні та наративні засоби для популяризації економічних знань і формування уявлень про фінансову реальність.

Емпіричною базою дослідження є корпус із 20 транскриптів фінансових відеоблогів, по десять для кожного гендерного підкорпусу. Тексти були отримані з платформи YouTube. Основним носієм економічної інформації є усне мовлення блогера. Для ідентифікації концептуальних метафор застосовано когнітивно-метафоричний підхід та системний контекстуальний аналіз.

Результати показали, що блогери-чоловіки найчастіше використовують метафори змагання, контролю та боротьби, які формують уявлення про економічні процеси як активну, конкурентну діяльність, де успіх залежить від рішучості та стратегічного управління. Натомість жінки надають перевагу метафорам зростання, піклування та стабільності, що відображає поступовий і контрольований підхід до інвестування та заощадження. Навіть однакові концепти інтерпретуються по-різному: у чоловіків вони підкреслюють стратегію та конкурентний аспект, а у жінок – підтримку, безпеку і поступовий розвиток.

Отримані дані свідчать, що метафори у фінансових відео-блоггах виконують важливу когнітивну та комунікативну функцію, формуючи гендерно-специфічні моделі сприйняття економічних процесів та впливаючи на фінансову грамотність аудиторії. Дослідження є актуальним для лінгвістики, когнітивних студій та медіа-досліджень, оскільки поєднує аналіз цифрового усного дискурсу, когнітивні механізми концептуалізації та гендерний аспект у сучасних медіа.

Ключові слова: фінансовий відеоблог, концептуальна метафора, гендер, цифровий дискурс, когнітивно-метафоричний аналіз, соціальні мережі, *self-help*.

Постановка проблеми. Сучасна комунікативно-прагматична лінгвістична парадигма зосереджує дослідження

на вивченні особливостей мови в різних типах дискурсу та жанрових формах. Стрімкий розвиток цифрових технологій і соціальних медіа у XXI столітті сприяв появі нових форматів подання економічної інформації та трансформації традиційних способів комунікації. Фінансові відео-блоги на платформах *YouTube, TikTok та Instagram Reels* набули широкої популярності та стали важливим джерелом формування економічної грамотності і фінансових уявлень аудиторії, особливо у контексті нестабільних економічних умов.

Такий цифровий усний дискурс поєднує інформаційно-освітній і розважальний аспекти, має значний переконливий потенціал і активно використовує мовні та наративні засоби спрощення складних економічних понять. Ключовим когнітивним механізмом цього спрощення є концептуальна метафора, що дозволяє репрезентувати абстрактні фінансові категорії через наочні образи, зрозумілі широкій аудиторії. Попри зростання популярності фінансових відео-блогів, усний цифровий економічний дискурс досі лишається недостатньо вивченим, зокрема щодо когнітивних і лінгвістичних механізмів, що лежать в основі сприйняття інформації, а також ролі гендерних відмінностей у формуванні комунікативних стратегій.

Аналіз досліджень. Проблематика дискурсу та жанру займає важливе місце в сучасних лінгвістичних дослідженнях. Мас-медійний дискурс розглядається як міждисциплінарна сфера аналізу, що передбачає комплексне дослідження мовних, соціальних, психологічних, комунікативних та культурних чинників [1; 2]. Жанрові форми медіа-дискурсу, що виникають та трансформуються у відповідь на потреби суспільства, постійно привертають увагу мовознавців, оскільки відображають зміни в способах комунікації та конструюванні знань [3; 4; 5; 6]. Зокрема, дослідження показують, що цифрові форми дискурсу, зокрема відео-блоги, дозволяють поєднувати освітні, мотиваційні та розважальні функції, створюючи нові когнітивні моделі сприйняття економічної інформації.

У когнітивній лінгвістиці концептуальна метафора постає як базовий механізм структурування абстрактних понять [7] і широко застосовується для аналізу економічного дискурсу та бізнес-комунікації [8; 9; 10]. Проте більшість досліджень сконцентрована на письмових текстах і традиційних медіа, тоді як усний цифровий дискурс досі вивчено фрагментарно.

Відео-блоги розглядалися з точки зору жанрово-тематичної класифікації, комунікативно-прагматичних характеристик та наративної організації [5; 6; 11]. Окремі роботи також вказують на відмінності між чоловічим і жіночим мовленням у бізнес-дискурсі щодо домінуючих риторичних стратегій та когнітивних моделей [9; 12]. Незважаючи на це, фінансові відео-блоги залишаються малодослідженими з позицій когні-

тивних механізмів, зокрема концептуальних метафор, а гендерний аспект їхнього мовлення залишається недостатньо висвітленим.

Метою цього дослідження є виявити та порівняти концептуальні метафори, які використовують фінансові блогери – чоловіки та жінки – для пояснення ключових економічних процесів, зокрема інфляції, ринкових коливань, ризику та інвестиційних стратегій. Дослідження також спрямоване з'ясувати, як гендерні особливості мовлення впливають на формування когнітивної картини економічної реальності та сприйняття фінансової інформації аудиторією.

Щоб краще зрозуміти контекст дослідження та його матеріал, спершу зосередимося на жанрі *self-help*, який виступає середовищем функціонування концептуальних метафор у фінансових відео-блоггах, та розглянемо його особливості та наукову інтерпретацію.

У наукових і публіцистичних джерелах цей жанр трактується під різними назвами: жанр саморозвитку, мотиваційний жанр, жанр особистісного зростання тощо [13; 14]. У межах цього дослідження використовуємо термін *self-help*, який охоплює як письмові, так і цифрові форми мотиваційного дискурсу. Мета жанру стимулювати особистісне, професійне та фінансове зростання індивіда через мотиваційний вплив, популярно-психологічні концепції і практичні рекомендації. Тексти жанру зазвичай акцентують увагу на саморефлексії, індивідуальній відповідальності та досягненні успіху, пропонуючи алгоритмізовані стратегії подолання життєвих і професійних викликів без професійного втручання [13].

Англомовні дослідження підкреслюють, що *self-help* виступає особливою формою мотиваційного дискурсу, який конструює нормативні уявлення про успіх, ефективність і самореалізацію [14]. У сучасному цифровому медійному просторі жанр активно реалізується через відео-блоги, де мовні, наративні та метафоричні засоби посилюють переконливий потенціал і вплив на аудиторію. Такий контекст робить *self-help* дискурс релевантним для аналізу концептуальних метафор у фінансових відео-блоггах, оскільки він дозволяє простежити, як абстрактні економічні категорії репрезентуються через зрозумілі когнітивні образи.

Емпіричною базою дослідження слугує спеціально сформований корпус англомовного фінансового відео-блогінгу з урахуванням принципів жанрової та тематичної відповідності. Загальний обсяг корпусу становить 20 транскриптів фінансових відео-блогів, з яких 10 текстів – чоловічий підкорпус і 10 – жіночий. Середній обсяг одного транскрипту становить 1 500–2 000 слів.

Основною платформою для добору матеріалу є *YouTube* через наявність відносно стабільних авто-субтитрів. Матеріалом дослідження стали транскрипти усних відео-блогів, у яких саме мовлення блогера є основним носієм економічної інформації, а мультимодальні засоби (графіка, анімація, текстові підказки) виконують допоміжну функцію.

Добір блогерів і відеоматеріалу здійснювався за такими критеріями: англомовність контенту, регулярність публікацій, чітка фінансова тематика, наявність не менше 100 000 підписників. З метою мінімізації впливу індивідуального стилю до корпусу включено лише один відеоблог від кожного автора, що дозволяє зосередитися на гендерних, а не ідіолектних особливостях метафоричного мовлення.

Важливим принципом формування корпусу є тематична симетрія. Кожна ключова економічна тема – інфляція, інвестування, ризик, ринкові коливання та фінансова стабільність – представлена парою текстів, створених чоловіком і жінкою відповідно. Такий підхід унеможливує пояснення виявлених відмінностей виключно тематичними чинниками та підвищує методологічну надійність порівняльного аналізу.

Методологічною основою дослідження є когнітивно-метафоричний підхід, запропонований Дж. Лакоффом і М. Джонсоном [7], який розглядає концептуальні метафори як механізм структурування абстрактних економічних понять. Для системної ідентифікації метафоричних одиниць у транскриптах застосовано процедуру MIPVU [15], що передбачає поетапне зіставлення контекстуального та базового значень лексичних одиниць. Для кількісного та контекстуального аналізу метафор використано корпусний інструмент AntConc, який допоміг визначити частотність метафоричних одиниць, типові колокації, контекстні патерни та їх уживання. Порівняльний аналіз чоловічого та жіночого підкорпусів дав змогу виявити домінантні метафоричні концепти та особливості їхнього функціонування у гендерно-маркованому фінансовому відео-дискурсі.

Результати дослідження. Аналіз корпусу показав, що фінансові блогери – як чоловіки, так і жінки – застосовують різні когнітивні стратегії при моделюванні економічних процесів. Навіть у межах однієї теми простежуються гендерні відмінності як у типі метафор, так і у способах когнітивного представлення фінансових явищ. Результати подано нижче у вигляді таблиць.

Аналіз здійснено з урахуванням ієрархічної організації метафорики (від концептуальної метафори через метафоричні сценарії до їхніх мовних реалізацій – метафоричних патернів (словосполучень)). У межах дослідження концептуальні метафори подано як аналітичні узагальнення домінантних метафоричних сценаріїв, що відображають різні рівні абстракції

Таблиця 1

Частотність та колокації метафоричних патернів у темі *Investing*

| Корпус | Метафоричний патерн | Кількість одиниць | % від підкорпусу | Типові колокації |
|--------|-----------------------|-------------------|------------------|--|
| ч | <i>battlefield</i> | 21 | 35% | market, volatility, risk |
| ч | <i>control</i> | 15 | 25% | assets, portfolio, strategy |
| ч | <i>fight</i> | 12 | 20% | volatility, losses, risk |
| ж | <i>growth</i> | 18 | 30% | portfolio, returns, savings |
| ж | <i>nurture</i> | 14 | 23% | portfolio, investments, financial plan |
| ж | <i>steady returns</i> | 16 | 25% | savings, income, financial goal |

концептуалізації поняття та не завжди відповідають канонічній формулі X IS Y. Кількісний аналіз охоплює метафоричні патерни як регулярні мовні реалізації, а відсоткові показники відображають частку домінуючих патернів у підкорпусі; менш частотні патерни у таблицях не наведені.

Як видно з таблиць, домінуючі метафоричні патерни формують дві когнітивні стратегії концептуалізації інвестування – конфліктно-стратегічну та розвитково-турботливу, що чітко корелюють із гендерним розподілом матеріалу.

Аналіз мовного матеріалу засвідчує, що у чоловічому підкорпусі переважають метафоричні одиниці, пов'язані з концептуальними доменами боротьби, змагання та контролю. Ці метафори реалізуються на різних мовних рівнях і утворюють узгоджену систему концептуалізації інвестування як активної діяльності, пов'язаної з ризиком. Так, фраза *the market is a battlefield* є прикладом номінативної предикативної метафори, у якій іменник *battlefield*, що належить до військово-конфліктного семантичного поля, активує фрейм війни та переносить його на економічний домен *market*. Категоріальне отождоження, виражене зв'язкою *is*, не пом'якшує метафоричний перенос, а навпаки, підсилює інтерпретацію ринку як простору постійного протистояння. У вислові *You need keep your assets under control* реалізується реляційна метафора контролю: фразове дієслово *keep under control* містить просторовий компонент *under*, що кодує ієрархічні відношення домінування суб'єкта над об'єктом, тоді як модальне дієслово *need* задає нормативний, інструктивний характер висловлювання і підкреслює обов'язковість активного управління ресурсами. Процесуальна вербальна метафора *fight against volatility* репрезентує абстрактне явище *volatility* як персоніфіковану загрозу; дієслово *fight* у поєднанні з прийменником *against* формує конфліктну схему дії, акцентуючи динамічний характер інвестування та активну роль інвестора.

У когнітивному плані така метафорична система концептуалізує інвестування як діяльність, що потребує постійної готовності до дії, швидкого реагування та раціонального контролю

над ресурсами. У комунікативному вимірі ці метафори виконують мотиваційну функцію, слонуючи аудиторію до активних дій, прийняття ризику та формуючи образ інвестора як «бійця», відповідального за власний фінансовий успіх.

Натомість у жіночому підкорпусі домінують метафори розвитку й турботи, зокрема *growth*, *nurture* та *steady returns*, які концептуалізують інвестування як поступовий, контрольований і довготривалий процес. Метафора *growth* реалізує номінативну модель, у межах якої інвестиційний портфель або доходи осмислюються як живий організм, здатний до органічного розвитку. Метафора *nurture* акцентує активну, але неконфліктну взаємодію інвестора з фінансовими ресурсами, підкреслює регулярну підтримку, догляд і планування. Словосполучення *steady returns* передає не стільки разовий результат, скільки тривалий процес підтримки стабільності, поступового зростання, що узгоджується зі сценарієм довгострокового розвитку.

На лексичному та синтаксичному рівнях ці метафори поєднують дієслова турботи й підтримки з підметами, які кодують ідеї поступовості, прогнозованості та збереження балансу. З когнітивної точки зору, вони формують модель інвестування як планомірної діяльності, орієнтованої на стабільність і майбутню безпеку, тоді як з комунікативної – мотивують аудиторію до відповідального, системного підходу до управління фінансами, конструюючи образ інвестора як обачливого планувальника, що дбає про довгостроковий фінансовий успіх.

Ще однією важливою темою фінансових відеоблогів є інфляція. Розглянемо домінуючі метафоричні патерни та їх відповідність метафоричним сценаріям і концептуальним метафорам, щоб показати когнітивні стратегії блогерів у висвітленні цього економічного процесу.

Аналіз мовного матеріалу засвідчує, що у чоловічому підкорпусі домінують метафоричні одиниці, пов'язані з концептуальними доменами агресії, конфлікту та активної протидії загрозам. Наприклад, словосполучення *attack the economy* є прикладом номінативної метафори: іменник *attack* активує фрейм війни та переносить його на еконо-

Таблиця 2

Відповідність метафоричних патернів, метафоричних сценаріїв і концептуальних метафор у темі *Investing*

| Метафоричний патерн | Метафоричний сценарій | Концептуальна метафора |
|-----------------------|------------------------------------|--|
| <i>battlefield</i> | конфлікт / протистояння | INVESTING IS WAR |
| <i>fight</i> | активна протидія загрозам | INVESTING IS A STRUGGLE |
| <i>control</i> | управління / домінування | INVESTING IS POWER MANAGEMENT |
| <i>growth</i> | органічний розвиток / збільшення | INVESTING IS ORGANIC GROWTH |
| <i>nurture</i> | турбота / підтримка живого | INVESTING IS NURTURING A LIVING SYSTEM |
| <i>steady returns</i> | стабільність / поступове зростання | INVESTING IS LONG-TERM DEVELOPMENT |

Таблиця 3

Частотність та колокації концептуальних патернів у темі *Inflation*

| Корпус | Метафоричний патерн | Кількість одиниць | % від підкорпусу | Типові колокації |
|--------|---------------------------|-------------------|------------------|-------------------------------------|
| ч | <i>attack</i> | 20 | 36% | <i>economy, prices, risk</i> |
| ч | <i>eating away</i> | 17 | 28% | <i>savings, income, budget</i> |
| ч | <i>battle</i> | 13 | 24% | <i>prices, inflation, strategy</i> |
| ж | <i>gently erodes</i> | 19 | 33% | <i>budget, expenses, savings</i> |
| ж | <i>tend a garden</i> | 15 | 25% | <i>finances, expenses, income</i> |
| ж | <i>maintain stability</i> | 16 | 27% | <i>budget, portfolio, cash flow</i> |

Таблиця 4

Відповідність метафоричних патернів, метафоричних сценаріїв і концептуальних метафор у темі *Inflation*

| Метафоричний патерн | Метафоричний сценарій | Концептуальна метафора |
|---------------------------|--------------------------------------|--|
| <i>attack</i> | агресія / атакуюча дія | INFLATION IS AN AGGRESSOR |
| <i>eating away</i> | споживання / поступове зменшення | INFLATION IS A CONSUMING FORCE |
| <i>battle</i> | конфлікт / боротьба | INFLATION IS A STRUGGLE |
| <i>gently erodes</i> | повільне руйнування / ерозія | INFLATION IS A NATURAL PROCESS |
| <i>tend a garden</i> | догляд / контроль | INFLATION IS A MANAGED SYSTEM |
| <i>maintain stability</i> | підтримання рівноваги / стабілізація | INFLATION IS A SYSTEM TO BE STABILIZED |

мічний домен, а дієслово *attack* підкреслює динамічний, агресивний характер процесу. Фраза *eating away at savings* реалізує процесуальну метафору споживання, поступового зменшення: дієслово *eat away* переносить семантику поступового руйнування на фінансові ресурси, а колокації *savings* та *budget* конкретизують об'єкт впливу. Вислів *battle rising prices* демонструє реляційну метафору протистояння, де іменник *battle* у поєднанні з дієсловом *rising* формує схему активного протистояння між суб'єктом (інвестором або споживачем) та об'єктом (цінами, інфляцією).

У жіночому підкорпусі домінують метафори поступового впливу та турботи, такі як *gently erodes*, *tend a garden* та *maintain stability*. Вислів *gently erodes the budget* реалізує процесуальну метафору повільного руйнування, де дієслово *erodes* кодує поступовість і непомітність впливу інфляції. Фраза *tend a garden of finances* є номінативно-реляційною метафорою, де інфляцію або фінансові ресурси уявляють як об'єкт, що потребує догляду, а дії інвестора спрямовані на збереження та примноження ресурсів. Вислів *maintain stability of cash flow* реалізує метафору підтримання рівноваги та системності, де дієслово *maintain* іменує дію суб'єкта щодо об'єкта та вказує на прагнення до стабільності та передбачуваності фінансових процесів. На лексичному і синтаксичному рівнях ці метафори поєднують дієслово турботи та підмети, що підкреслюють поступовість і системність дій. З когнітивної точки зору, вони формують образ інвестора як уважного та обачного стратега, який забезпечує стабільність і безпеку фінансів; з комунікативної – стимулюють аудиторію до поміркованого реагування на економічні виклики.

Висновки. Аналіз показав, що блогери використовують чіткі когнітивні стратегії у викладі матеріалу. Висока умовна частота когнітивних метафор свідчить про їх системний, а не випадковий характер, що дозволяє говорити про стабільну когнітивну стратегію, притаманну сучасному фінансовому відеоблогінгу. Чоловіки частіше апелюють до метафор боротьби, контролю та змагання, тоді як жінки надають перевагу метафорам догляду, системності, обачності. Це свідчить про те, що навіть однакові теми можуть бути представлені через різні когнітивні схеми.

Отже, концептуальні метафори виконують не лише пояснювальну функцію, а й формують уявлення аудиторії про економічні процеси та ризики. Результати дослідження також демонструють важливу роль гендеру на представленні економічних процесів, що є важливим для фінансової освіти, розробки навчальних програм та медіа-грамотності, адже розуміння метафоричного моделювання допомагає покращити

сприйняття складних економічних концептів аудиторією, а спосіб викладу інформації впливає на сприйняття та поведінкові моделі аудиторії.

Оскільки дослідження обмежене жанровим та тематичним аспектом, перспективними видаються дослідження інших тем фінансових відео-блогів у цьому ж жанрі, чи інших популярних жанрів фінансового медіа-дискурсу. Цікавим також видається дослідження сфокусоване не лише на гендерних, а й на вікових, чи навіть професійних характеристиках блогерів.

Література:

1. Яхонтова Т. Лінгвістична генологія наукової комунікації: монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. 420 с.
2. Vax S. Discourse and Genre: Using Language in Context. Bloomsbury, 2018. 224 p.
3. Крижанівська Г. Блог як жанр інтернет комунікації / Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»: збірник наукових праць. – Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 53. Том 1. С. 77–80.
4. Лазарчук Т. Дискурс-картина блогосфери на YouTube: жанрово-тематичний аспект. Media Studies Journal. 2022. 11(2), 56–70.
5. Гавриленко О., Мелешко О. Комунікативно-прагматичні характеристики наукових відеоблогів. Лінгвістичний вісник. 2023. 30(4), 78–95.
6. Vlahovic M., Ercegovic I., Tankosic D. Oral Digital Discourse: YouTube and Cognitive Strategies. Digital Discourse Studies, 2023. 7(2), 112–130.
7. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago: University of Chicago Press. 1980. 256 p.
8. Charteris-Black J. Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2004. 244 p.
9. Koller V. Metaphor and Gender in Financial Discourse. London: Routledge, 2019. 214 p.
10. Semino E. Metaphor in Discourse. Cambridge: Cambridge University Press, 2024. 310 p.
11. Гавран Я., Грабарчук І., Грубич М. Жанрова класифікація відеоблогів у цифрових медіа. Український медіадискурс, 2021. 5(1), 33–50.
12. Semino E. Gendered Cognition in Financial Discourse: A Comparative Study. Journal of Business Communication. 2024. 61(1), 45–68.
13. Годіс Ю. Комунікативно-когнітивні засади мотиваційного жанру «мистецтво успіху» (на матеріалі англомовних текстів): дис. канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2019.
14. Koay J. Persuasion in Self-improvement Books. Palgrave Pivot (Postdisciplinary Studies in Discourse) 2019. 86 p.
15. Steen G., Dorst A., Herrmann J., Kaal A., Krennmayr T., Pasma T. A Method for Linguistic Metaphor Identification: From MIP to MIPVU. Amsterdam: John Benjamins. 2010. 238 p.

Kryzhanivska H. Gender and metaphor in financial video blogs: a cognitive approach

Summary. Modern linguistics increasingly focuses on the study of digital discourse genres that have gained popularity in social media as sources of information for audiences. Within cognitive linguistics, conceptual metaphor is viewed as a fundamental mechanism for conceptualizing abstract notions, while oral digital discourse offers extensive opportunities for examining its functioning, particularly with regard to gender differences.

This article explores gender differences in the use of conceptual metaphors in English-language financial video blogs. The aim of the study is to identify and compare the cognitive strategies employed by male and female bloggers to model key economic processes such as inflation, investment, and saving. Within this framework, financial video blogs are analyzed as a type of *self-help* discourse that employs metaphorical and narrative resources to popularize economic knowledge and shape perceptions of financial reality.

The empirical basis of the study is a specially constructed corpus of 20 financial video blog transcripts, with ten texts representing each gender subcorpus. The material was collected from the *YouTube* platform. The primary carrier of economic information in the analyzed data is the blogger's spoken discourse. The identification of conceptual metaphors is carried out using a cognitive-metaphorical approach combined with systematic contextual analysis.

The results show that male bloggers most frequently use metaphors of competition, control, and struggle, portraying economic processes as active, competitive activities where success depends on decisiveness and strategic management. In contrast, female bloggers prefer metaphors of growth, care, and stability, reflecting a gradual and controlled approach to investing and saving. Even identical concepts are interpreted differently: for men, they emphasize strategy and competition, while for women, they convey support, safety, and incremental development.

These findings indicate that metaphors in financial video blogs play an important cognitive and communicative role, forming gender-specific models of understanding economic processes and influencing financial literacy among audiences. The study is relevant to linguistics, cognitive studies, and media research, as it combines analysis of digital spoken discourse, cognitive mechanisms of conceptualization, and the gender dimension in contemporary media.

Key words: financial video blog, conceptual metaphor, gender, digital discourse, cognitive-metaphorical analysis, social media, self-help.

Дата першого надходження статті до
видання: 18.02.2026

Дата прийняття статті до друку після
рецензування: 16.03.2026

Дата публікації (оприлюднення)
статті: 29.04.2026