



ТУРИСТИЧНІ ТРЕНДИ СУЧАСНОСТІ: МОВНИЙ ВИМІР (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ)

Карпова К. С.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації
Навчально-науковий інститут філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 60, Київ, Україна
orcid.org/0000-0002-0024-940X
karpova_k@ukr.net*

Ключові слова: *лексико-семантична система, лексична одиниця, вокабуляр, неологія, неологізм, словотворення, деривація, афіксація, словоскладання, телескопія, okazionalnyi slovoivir.*

Закономірно, що кардинальні зміни у суспільному житті країни, визначні історичні події, карколомні трансформації на рівні економіки, політики чи культури, а також всеосяжна глобалізація та цифровізація соціуму знаходять своє безпосереднє відображення у мові як важливому складникові національної ідентичності та культурному кодові нації. Серед розмаїття мовних систем та підсистем саме лексико-семантична система є потужним індикатором мовних змін, що віддзеркалюються на рівні узуальних та okazionalnih лексичних одиниць. Свідченням мовної динаміки та відповідної диверсифікації номінативних засобів є поява інновацій, якими послуговуються носії сучасної англійської мови. Мета нашого дослідження полягає у визначенні ключових тенденцій розвитку сучасного туризму, що виявляються у новітніх лексичних одиницях, словосполученнях, колокаціях, термінах та поняттях. У запропонованій статті розглянуто низку питань, зокрема охарактеризовано туристичний вокабуляр сучасної англійської мови, проаналізовано лінгвістичну сутність неології та термінів для позначення нових понять і явищ, вивчено теоретичне підґрунтя їх лінгвістичних досліджень. Окрім того, у статті систематизовано та класифіковано корпус зібраної інноваційної лексики з обраної тематичної сфери туризму в 4 лексико-семантичні групи на основі спільного денотативного значення. Дослідження базується на аналізі неологізмів, отриманих методом суцільної вибірки з англійських медіатекстів останньої декади XXI століття. Разом із тим, у статті окреслені ключові методи та способи словотворення неологізмів, дотичних до туристичної тематики, серед яких продуктивними виявилися деривація, афіксація, словоскладання, телескопія, okazionalnyi slovoivir. Результати проведеного лінгвістичного аналізу засвідчують тісний зв'язок між соціокультурними змінами, політичними, історичними та глобалізаційними процесами, а також мовною динамікою, що сприяє формуванню нової туристичної картини світу в англійському просторі.

MODERN TRAVEL TRENDS: LANGUAGE DIMENSION (BASED ON ENGLISH)**Karpova K. S.**

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of English Philology
and Intercultural Communication*

*Educational and Scientific Institute of Philology
of Taras Shevchenko National University of Kyiv*

Volodymyrska str., 60, Kyiv, Ukraine

orcid.org/0000-0002-0024-940X

karpova_k@ukr.net

Key words: *lexical and semantic system, lexical unit, vocabulary, neology, neologism, word formation, derivation, affixation, compounding, blending, occasional word formation.*

Mind-boggling changes in the societal life, significant historical events as well as drastic transformations in the sphere of economy, politics, or culture, total globalization and digitalization of the society are inevitably reflected in the language being an important component of national identity and its cultural code. Among the diversity of language systems and subsystems, the lexico-semantic system appears to be a powerful indicator of language variations, mirrored in both usual and occasional lexical units. The advent of newly-coined lexemes is the evidence of language dynamics and diversification of verbal means in modern English-speaking world. The article aims at identifying main trends in the development of present-day tourism and hospitality sector, verbalized in newly-coined lexical units, phrases, collocations, terms and phenomena. The present study examines a range of issues, in particular describing modern English tourism-related lexicon, analyzing the linguistic nature of neology and terms used to denote new phenomena, concepts, and processes, and exploring theoretical background of their linguistic examination. The article rests on the analysis of the corpus of collected data of neologisms and occasional coinages in the domain of tourism and hospitality. Additionally, the purpose of the research is to classify the abovementioned verbal means into 4 lexico-semantic groups taking into consideration their common denotative meaning. The study is based on the analysis of neologisms and occasional words obtained via continuous sampling method from English media texts. Furthermore, key word formation tools of tourism-related lexicon are substantiated, among which derivation, affixation, compounding, blending, and occasional word formation have proved to be productive. The results of our linguistic analysis reveal a close connection between sociocultural changes, political, historical and globalization processes, as well as language dynamics, which contribute to the formation of a new tourism worldview in English-speaking world.

Постановка й обґрунтування актуальності проблеми. Стрімкий науково-технічний прогрес останніх десятиліть, а також політичний, історичний, економічний, соціальний та культурний поступ у глобалізованому світі чинять безпосередній вплив на мову, яка, як відомо, є культурним кодом нації. Оновлення та збагачення мовних ресурсів, зі свого боку, є закономірним явищем, оскільки кожна мова володіє здатністю до самовдосконалення та саморефлексії. Характерною рисою будь-якої мови є також її динамізм, що проявляється у постійних змінах та пристосуванні до умов суспільного буття. На думку М. Кочергана, «у динамізмі й відкритості мовної системи виявляється її потенційність, яка полягає не тільки в тому, що в мові є, але й у тім, що в ній можливе. Якщо б мова вичерпала всі свої можливості, вона перестала б задовольняти суспільство, не могла б виразити нові явища, перестала б бути засобом спілкування» [Кочерган, 2006, с. 211]. З опертям на позицію Михайла Кочергана можемо стверджувати, що найбільшу здатність до трансформацій демонструє вокабуляр, оскільки будь-які зміни в об'єктивній реальності, а відповідно і житті суспільства, відображаються у лексичному складі мови. Наразі особливе зацікавлення лінгвістів викликає лексична система, що здатна екстраполювати не лише лінгвальні, але й екстралінгвальні явища та процеси. Як своєрідне дзеркало соціуму, словниковий склад мови є найбільш чутливим до суспільних змін та відображає активну мобілізацію мовних ресурсів для позначення нових явищ та реалій життя.

Найяскравішим свідченням мовного динамізму є виникнення нових одиниць, для позначення яких лінгвісти застосовуються широкий спектр термінологічних засобів. Сучасний стан мовознавства засвідчує наявність таких термінів, як *неологія*, *неологізм*, *неономінація*, *новотвір*, *мовна інновація*, *лексична інновація*, *неонім*, *неослів*, *оказіоналізм*, тощо. З огляду на таку розмаїту метамовну палітру неології, у мовознавстві почастишали наукові публікації, присвячені різноманітним її аспектам, зокрема варто згадати фундаментальні праці І. Андрусяк [Андрусяк, 2003], Ю. Зацного [Зацний, 1999; 2004; 2007; 2021], Є. Карпіловської [Карпіловська, 2013]. Сьогодні наукові розвідки розкривають неологію як перспективний напрям лінгвістичної думки, а також стосуються функціонування мовних інновацій у різних тематичних сферах. Праці останнього десятиліття присвячені вивченню неологізмів, серед яких вагомими є дослідження вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, а саме Hroteková [Hroteková, 2021], Крамар [Крамар, 2022], Мельник [Мельник та ін., 2025], Сандига [Сандига, 2022; 2023; 2025], Селіверстова [Селіверстова, 2025], Чирвоний [Чирвоний, 2025].

Окремої уваги заслуговує колективна монографія вчених Центру наукових досліджень та викладання іноземних мов НАН України «Неологізми у сучасному комунікативному просторі», створена під керівництвом Василя Яковича Жалая [Жалай та ін., 2024]. Праця висвітлює актуальні питання неології на матеріалі європейських мов, переклад лексичних інновацій українською мовою, ключові тенденції у розвитку англійського термінологічного апарату у сфері екології та змін клімату та низку інших актуальних питань мовознавства.

Примітно, що кардинальні зміни у словниковому складі мови, зумовлені значною мірою розвитком її словотвірної парадигми, появою нових чи модифікацією вже існуючих моделей словотворення, збільшенням чи зменшенням їх продуктивності. У площині нашого дослідження на особливу увагу заслуговують наукові праці, ціллю яких є виокремлення та лінгвістичне тлумачення різноманітних моделей словотворення неологічної лексики [Borys, 2018; Gao, 2023; Pinker, 1999; Shakina, et al. 2022; Shi, 2025; Мельник, 2025].

Таким чином, стан сучасної неології як підрозділу загального мовознавства характеризується розмаїттям підходів до вивчення неологізмів як найбільш динамічного пласту лексики будь-якої мови. Однак, уніфікованої точки зору на цей лінгвістичний феномен все ж таки немає, тому дослідження вітчизняних та закордонних лінгвістів, зокрема на матеріалі англійської мови, що стосуються лексичних інновацій та okazіональних утворень, потребують подальшої систематизації та узагальнення. Окрім того, впорядкування та певної кодифікації вимагає власне неолексика певної предметної сфери або ж лексико-семантичної групи.

Мета цього дослідження полягає у комплексному вивченні туристичних трендів англійського світу, які експлікуються на рівні новітніх лексичних одиниць та словосполук.

Для досягнення мети сформульовані наступні **завдання**:

- проаналізувати мовні інновації останнього десятиліття, що виникли у туристичній галузі як результат кардинальних змін у шляхах та способах подорожування, технологічних та наукових інновацій, а також глобалізаційних тенденцій;
- систематизувати та класифікувати корпус зібраної інноваційної лексики з обраної тематичної сфери в 4 лексико-семантичні групи на основі спільного денотативного значення;
- виокремити та описати продуктивні засоби словотворення сучасного англійського туристичного лексикону.

Предметом аналізу у запропонованій публікації є лексичні новотвори, що відображають інноваційні процеси в туристичному вокабу-

лярі сучасної англійської мови. **Об'єкт** дослідження – особливості функціонування та словотворення неологізмів на позначення туристичних понять та явищ. **Мовний матеріал** охоплює часовий проміжок з 2015 по 2025 роки. На думку української мовознавиці Є. Карпіловської [Карпіловська 2013], «десятиліття є тим періодом, протягом якого формується нове покоління носіїв мови». Отже, поділяючи цю точку зору зазначимо, що вивчення лексики в діячій є доволі продуктивним методом її аналізу, оскільки дозволяє прослідкувати актуальні тенденції соціальних, політичних, економічних та культурних змін в англійськом суспільстві досліджуваного періоду. Неологізми отримані методом суцільної вибірки з наступних лексикографічних ресурсів: Rice University Neologisms Database, About Words, Word Spy, Urban Dictionary, Dictionary of Obscure Sorrows, Oxford Dictionary of New Words, New Dictionary Words by Merriam-Webster, Oxford English Dictionary, Cambridge Dictionary, Collins English Dictionary. Прикладами контекстуального вживання сучасного туристичного лексикону у масмедійному просторі англійських країн слугують медіатексти із сучасних британських та американських ЗМІ та релевантних інтернет-ресурсів.

У роботі застосовано комплекс загальнонаукових (дедукція та індукція) та лінгвістичних методів, спрямованих на реалізацію поставленої мети та сформульованих завдань. Лінгвістичні **методи та прийоми**, залучені у роботі:

1. метод лінгвістичного спостереження та опису, як найдавніші та найпоширеніші методи дослідження. Зазначимо, що ці методи полягають у планомірній інвентаризації лексичних одиниць, поясненні особливостей їх побудови та функціонування як частини лексичного складу мови;

2. метод суцільної вибірки для збору метадачних та створення корпусу мовного матеріалу;

3. контекстуальний аналіз як метод дослідження узуальних та оказіональних мовних одиниць шляхом вивчення їх семантичних та функціональних особливостей, за допомогою якого охарактеризовано глибинні смисли номінативних новотворів та встановлено особливості вербалізації інноваційного туристичного лексикону в англійській мові;

4. дериваційний аналіз для визначення морфемного складу та дериваційного потенціалу неологізмів;

5. метод лінгвістичної інтерпретації та узагальнення отриманих результатів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Категоризація та концептуалізація дійсності за допомогою концептуальних метафор, як відомо, дозволяють установити ключові кореляції та асо-

ціації у свідомості мовців, якими вони оперують, створюючи новітні засоби вербального представлення того чи іншого ментального концепту.

На початку XXI століття туристичний лексикон як складний ментальний конструкт віддзеркалює інноваційні тенденції у туристичній галузі, яка акцентується на технологіях, мобільності, персоналізованому підході, соціальних мережах, цифровому відображенні подій, екосвідомості та сталому розвитку. Мова туристичної сфери є сукупністю загальноживаної та нової лексики, яка представляє туризм як прогресивний стиль життя сучасних глобтроттерів. Характеризуючи стан туристичної індустрії нашого часу, Ясмінна Біна, виконавчий директор Concept Bureau, вдається до концептуальної метафори *travel trends are a window: Travel trends are a window into what people really desire when the rules of everyday life are suspended* [The seven travel trends that will shape 2025]. Дженні Соутан, головний виконавчий директор Globetrender, у своїх промовах застосовує такі концептуальні метафори, як *travel trends are shared narratives* та *trend is a sense of collective discovery* для категоризації досвіду сучасного подорожуючого: *Travel trends like stargazing, holiday romance, nostalgia tourism, sleep tourism, digital detoxes and so on show us that people are searching to be reconnected to something bigger than themselves... Trends create a shared narrative – a sense of collective discovery – where we are all participants in a global dialogue about what matters* [там само].

Актуальність наукових досліджень у сфері неології та оказіонального словотворення набирає обертів в умовах глобалізації й діджиталізації, що втілюються в активному впровадженні новітніх інформаційних трендів в усіх сферах суспільного буття. Вокабуляр сучасного мандрівника перебуває у постійному русі, він еволюціонує, відображаючи глобальні тенденції розвитку людства, зміни у соціальних пріоритетах та настроях, тощо. Мовні інновації, так звані неонімації та неолексеми, які безперервно виникають у сучасній англійській мові як результат бурхливого технологічного, наукового, соціально-політичного, економічного та культурного розвитку, представлені у нашому дослідженні у вигляді 4 лексико-семантичних груп, об'єднаних на основі спільної денотації.

1. **Лексико-семантична група «Інноваційний туризм».** Упродовж останнього часу все більшої популярності набувають так звані інноваційні подорожі, які радикально відрізняються від традиційних та створені не лише під впливом загальних глобалізаційних трансформацій, але й способу життя та особистих уподобань подорожуючих. У фокусі уваги людини XXI століття перебуває

подорож такого формату, за умов якої вона може не виїжджати за кордон чи далеко від дому. У зв'язку з цим, у сучасній англійській мові виникло поняття і відповідно лексема для його позначення **staycation** (словотвірна модель *stay* + (*va*)*cation*), яка сьогодні має статус узуальної, що підтверджується її наявністю у низці англійських словників, наприклад: *a holiday that you take at home or near your home rather than travelling to another place* [<https://dictionary.cambridge.org/uk/dictionary/english/staycation>]; *a holiday that you spend at or near your home* [<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/staycation?q=staycation>]; *a holiday that you spend in your own home or your own country, relaxing and enjoying leisure activities there* [<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/staycation>]. За аналогічною моделлю оказіонального словотвору утворилися неологізми **coolcation**, **calmcation**, **daycation**, **fakeation**, **haycation**, **justication**, **mancation**, **naycation**, **quietcation**, **racecation**, **schoolcation**, **slowcation**, **volunteercation** шляхом контамінації від усіченої основи **-cation** із додаванням твірної основи.

Варто зазначити, що з одного боку світ перебуває у стані стрімких змін, спричинених розвитком штучного інтелекту, однак з іншого, сучасні мандрівники прагнуть певного усамітнення та цифрового детоксу. Інноваційна номінація **calmcation** (словотвірна модель *calm* + (*va*)*cation*) на підтвердження цього використовується для позначення такої мандрівки, яка пріоритезує спокій та відновлення фізичного й ментального здоров'я на протигагу традиційним поїздкам з напруженим графіком та переповненими туристичними атракціями, наприклад: **Calmcations** – *holidays purely focused on creating a sense of tranquillity – continue to be popular for 2025. Havila Voyages has created quiet escapes along the Norwegian coast that offer a chance to step away from the clamour of everyday life, featuring sound monitoring stations and a live noise forecast that compares the output in decibels against cities including New York, Paris and London. Alternatively, Unplugged offers tech-free cabins in the UK and Europe with a mission "to help the always on switch off"; while brand new retreat Majamaja in the Helsinki archipelago comprises of a series of architect-designed off-grid cabins that allow you to reconnect with nature. It's all a sign that right now, the escapism of travel includes escaping technology* [The seven travel trends that will shape 2025]. Ключовими номінаціями, які вербалізують цей тип подорожі-ретриту, є **quiet escapes**, **tech-free cabins**, **off-grid cabins**, **switch off**, **escapism**. Близькими за семантичними ознаками до вище згаданих є неонінація **slowcation** (словотвірна модель *slow* + (*va*)*cation*) та інноваційна словосполука **mindful travel**, які уособлюють неспішну подорож, що

дозволяє відчути місцеву атмосферу, колорит національної культури, насолодитися моментом: *In a world moving increasingly faster, slowcation emerges as a counter-movement to speed culture. This isn't just another travel trend; it represents a fundamental shift in how we relate to leisure time in our increasingly accelerated world. It is the art of experiencing a destination rather than just visiting it* [Slowcation: the art of mindful travel].

Оскільки лексичний склад зазнає найпомітніших змін у відповідь на позамовні зміни, в англійському ареалі з'являється все більша кількість інноваційних номінацій туристичного спрямування, як от **me-mooning**, утворена за аналогією до **honeymooning** на позначення соло-поїздок, наприклад: *Hilton, a hospitality company, calls the trend "me-mooning" opposed to honeymooning. Travel bloggers attest that on white-sand beaches in Bali or Belize you can "become a truer version of yourself* [Travel buddies are out; solo trips are in]. Іншою лексемою, утвореною за аналогічною словотвірною моделлю є **babymooning** у значенні подорожі для майбутніх батьків: **Babymoon**: *a trip taken before a baby is born giving the couple a chance to reconnect and relax before entering into parenthood* [What is babymooning and why should you do it?]. У контексті аналізу сучасного туристичного інфопростору привертає увагу неонінація **noctourism**, утворена від усіченої основи **nocturnal** + лексема **tourism** у значенні *tourist activities that are designed to take place at night*. Звернімося до публікації у National Geographic, що є відомим науково-популярним виданням Національного географічного товариства США. У статті під назвою «*What is noctourism – and why is it on the rise?*» йдеться: **Noctourism**, *or the recent trend of exploring the world after dark, is set to transform how night owls see the world in 2025. In a Booking.com survey last year, nearly two-thirds (62%) of respondents across 33 countries said they were considering holidays with experiences at night, from stargazing and safari sleep-outs to after-dark city tours* [What is noctourism – and why is it on the rise?]. Поява лексичної контамінації **noctourism** зумовлена прагненням до нових вражень та спробою розвантажити туристичні маршрути денного часу, також належить до інновацій у сфері туристичного бізнесу.

Окрему підгрупу цієї лексико-семантичної групи становлять подорожі із застосуванням високих технологій. На слушне переконання О. Шевченко, у наш час постерігається значний інтерес до технологічних інновацій та цифрової трансформації. Слова, що описують нові технології, цифрову безпеку та інформаційну грамотність, свідчать про постійний розвиток і зміни у сфері технологій [Шевченко, 2025, с. 117].

Сучасна епоха характеризується появою нового типу людини розумної, так званої *homo digitalis*, тобто такої, яка живе у світі штучного інтелекту. Не дивно, що діджиталізація торкнулася також і туристичної сфери, що вдало демонструється у номінаціях-синонімах *virtual tourism, smart tourism, e-tourism, VR tourism*. Усвідомлюючи тісний зв'язок між власним комфортом та цифровими новинками, сучасні туристи все частіше використовують мобільні застосунки (*travel apps*) для купівлі квитків (*QR-tickets*), планування маршрутів (*mobile guides*), бронювання готелів та реєстрації (*online / digital check-in*), оплати у криптовалюти (*crypto payment for trips*), тощо. У готелях активно впроваджується технологія розумного обслуговування, що передбачає імплементацію автоматизованих систем реєстрації та застосування роботів на рецепції (*mobile-first experience*). Інтеграція ІІІ у мовне середовище представлена у лексичних новотворах, що відтворюють подорожі у віртуальному просторі або ж за допомогою пристроїв доповненої реальності: *In its simplest form, virtual tourism may comprise of a video of a tourism destination. The 'tourist' watches the video, utilising their hearing and sight senses. More sophisticated forms of virtual tourism include being immersed in an environment through use of a headset or simulator. It may involve use of various props, users may be required to wear gloves and there may be additional sensations such as movement (like in a rollercoaster simulator), feeling (for example if the user is sprayed with water) and smell. Virtual tourism covers a broad spectrum of digitally mediated reality, which includes virtual reality, as well as mixed reality and augmented reality* [What is virtual tourism?].

2. Лексико-семантична група «Інклюзивний туризм». Варто наголосити на тому, що проблема забезпечення безбар'єрних мандрівок для людей з обмеженими можливостями є надзвичайно актуальною у наш час. Відтак, інклюзивний туризм забезпечує рівний доступ до туристичних та рекреаційних послуг для всіх категорій населення незалежно від їх фізичного чи ментального стану. Примітно, інклюзивний туризм у країнах Європи та США розпочинається насамперед із розробки спеціальних сайтів, націлених на відповідну аудиторію. Розглянемо ключові принципи доступного туризму на прикладі іспанського туристичного агентства Barcelona Special Traveler. Сайт компанії пропонує інформацію про історичні та культурні пам'ятки, доступні для людей з інвалідністю, а також функціонування транспортної та готельної інфраструктури, наприклад: *Our aim is to seek out, design and offer a series of one-off and completely satisfying experiences to anybody suffering from disabilities of all types and to people with reduced mobility problems. A project born out of*

a passion to offer and provide products and services of the highest quality to those who are habitually overlooked and excluded. A project that sets out to contribute a grain of sand to the building of a better, fairer world based on equal opportunities. A project that embodies creativity and innovation, which we see as the best tools for meeting the challenges of the modern business world [Barcelona Special Traveler]. Країни, які активно впроваджують заходи по підтримці інклюзивного туризму, пропонують увесь перелік послуг для людей з обмеженими можливостями. Відтак, у загальному мововжитку спостерігаємо активізацію термінології безбар'єрності: *wheelchair-accessible hotel rooms and bathrooms; ramps, elevators, and tactile paving in public areas; accessible public transport and shuttle services; audio descriptions in museums and cultural sites; sign language interpreters for tours and events; online booking systems compatible with screen readers; clear, easy-to-read signatures and information materials*.

Зважаючи на той факт, що інклюзивність стала трендом сучасної туристичної галузі, у мовний обіг надійно увійшла лексика на позначення туристичних можливостей для людей з певними обмеженнями: *inclusive tourism, barrier-free tourism / experience, friendly-built tourism, friendly-built environment*. Сьогодні у межах інклюзивного туризму дедалі частіше використовують номінацію *assistance* у цілій низці словосполучень: *mobility assistance, assistance travel services, travel assistance for passengers with reduced mobility*. Наприклад, у багатьох країнах світу існують спеціально навчені службові собаки (*mobility assistance dogs, mobility dogs*), які допомагають людям з певними фізичними обмеженнями, наприклад: *Assistance Dogs is a generic term for a guide, hearing, or service dog specifically trained to do three or more tasks to mitigate the effects of an individual's disability* [Assistance Dogs International]. Іншим ключовим терміном, що зустрічається у проаналізованих медіатекстах з інклюзивного туризму, є *accessibility*. Фіксуємо зростання кількості мовних засобів з цією ключовою лексемою, як от *accessible tourism, accessible information, access requirements, comprehensive access: Inclusive tourism enables people with access requirements, such as mobility, vision, hearing and cognitive dimensions of access, to function independently with equity and dignity through the delivery of universally designed tourism products, services and environments* [Accessible and inclusive tourism]. Отже, розвиток інклюзивного туризму сприяє соціальній інтеграції, підвищенню якості життя людей з обмеженими можливостями та формуванню гуманістичних цінностей у суспільстві.

3. Лексико-семантична група «Автентичний туризм». За влучним висловом Л. Андрієнко та О. Скопненка [Андрієнко, Скопненко, 2025, с. 4], «Терміни й номенклатура як одиниці плану вираження не можуть бути довільними, оскільки з'являються відповідно до епідігматичних і дериваційних механізмів, наявних у конкретній мові». Саме причино-наслідкові зв'язки пояснюють виникнення певного репертуару мовних засобів, адаптованого до потреб сьогодення. Однією з таких потреб є отримання унікального досвіду завдяки унікальним поїздкам (*experience-driven tourism*). Лакшері туризм є доволі затребуваним унаслідок того, що змінюються потреби, рівень доходів та підхід до вибору місця майбутньої подорожі. Мандрівники все частіше шукають не просто масового туризму, а унікальних вражень в унікальній локації, популярності набувають *gamma destinations* для позначення туристичних локацій третього, так званого нішевого сегменту, які зазвичай відвідує обмежена кількість туристів: *Over the next five years and beyond, high-net-worth explorers will increasingly be avoiding over-crowded "Alpha Destinations" such as Machu Picchu in Peru, Angkor Wat in Cambodia, Uluru in Australia and famous peaks such as Mount Everest and Kilimanjaro. With China likely reopening in 2023, opening the flood-gates to a vast outbound travel market, as well as the rise of the middle classes in Asia, competition to see the world's most recognisable destinations will become fierce. Even "Beta Destinations" such as Bhutan, Rwanda and Antarctica will start to become overly busy at certain times of year. Pelorus has always been a leader in seeking out the "rare" and "extraordinary" so is well-placed to cater to the rising demand for new discoveries. As luxury travellers dream of even more extreme adventures, there is a greater opportunity to devise trips to emerging Gamma Destinations that offer an array of entirely new experiences* [Luxury travel and yachting trends revealed for 2023-2027]. Номінація *gamma destination* виникла за аналогією до *alpha destination* (масові туристичні локації) та *beta destination* (доволі популярні, але менш перевантажені туристами локації). Запозичені з радіофізики, вони відображають ноу-хау у туристичній галузі нашого часу.

Аналізуючи способи словотворення у даній лексико-семантичній групі ми дійшли висновку, що продуктивним засобом словотворення виявилось словоскладання, до прикладу мовні інновації *campervanning* (словотвірна модель *camper + van + ing*) та *glampervanning* (словотвірна модель *glamper + van + ing*). Перша неомінація означає мандрівку у житловому фургоні або автобудинку (кемпері), яка передбачає власне подорож та одночасне проживання в транспортному засобі.

Основними перевагами такої подорожі є свобода пересування, економія коштів, життя наближене до природи, гнучкість розкладу, тощо. Друга неомінація вживається для позначення подорожі у кемпері або ж автодомі з максимальним комфортом, наближеним до готелю чи класичного кемпінгу. На відміну від кемпервану, що передбачає базовий рівень зручностей, глемперван представляє собою сучасний автодім з повноцінними зручностями.

До продуктивних засобів словотворення належить також вже згадана нами телескопія. Слово-портмонта *glamping* утворилося у результаті контамінації лексем *glamorous* та *camping* для характеристики відпочинку на природі, що поєднує наметове містечко з комфортом повноцінного готелю. Окрім розкішних подорожей, привабливою та доволі інноваційною для сучасних мандрівників є так звана *set-jetting*, що уособлює подорож до місця зйомок відомих фільмів чи серіалів: *Inspired by smash-hit television shows, travellers continue to holiday in real-world film locations around the globe. Laura Barry examines the ever-growing phenomenon of set-jetting* [What is set-jetting? How film locations became holiday hotspots].

Аналіз корпусу інноваційних мовних одиниць на позначення автентичних подорожей засвідчив існування низки номінацій, що означають мандрівки з метою поєднання роботи та відпочинку, для позначення яких вживаються неологізм *hush trip* та телескопізми *bleisure* (словотвірна модель *business + leisure*), *workation* (словотвірна модель *work + (vac)ation*). Подібна тенденція до змішання відпочинку з дистанційною роботою, яка популяризувалася під час пандемії Covid-19, репрезентована у колокації *half-tourist*, наприклад: *Ed Francis, 37, from London, who runs London-based hospitality consultancy The Rebel Agency, is among a new breed of remote workers, or "half-tourists". After giving up his office in Soho during lockdown, he spent July and August living and working in Palma, Mallorca* [The rise of the "half-tourist" who combines work with a change of scene].

Суспільна потреба у нових номінаціях для позначення нових реалій, явищ та процесів є, як відомо, індикатором постійного суспільного розвитку. Дедалі більший інтерес сучасна людина виявляє до ментального та психічного здоров'я, духовних практик, психологічного розвантаження та позитивного мислення, що стимулює формування нових одиниць для вербальної експлікації цих понять. Оздоровчий туризм (*wellness tourism, wellbeing tourism, wellness luxury travel*), як частина глобального туристичного бізнесу, має на меті підтримку або покращення фізичного й духовного стану. Наприклад, подорож до бальне-

ологічних курортів (*thermal tourism, spa tourism*) поєднує відпочинок із практиками оздоровлення, а саме спа-процедури, медитацію, йогу, водолікування, тощо: *Thermal tourism is a form of travel experience that harnesses the concept of thermalism: a practice that has been used since ancient times to make use of the properties of thermal waters and mud to treat diseases and improve the body's psychophysical well-being. Spa tourism offers a wide range of services and solutions that aim to improve the health and well-being of visitors* [Journey into the world of thermalism: from thermal tourism to the pursuit of well-being]; *Thermal tourism is a travel to a warmer country to spend the winter months there in order to avoid the cold weather and higher heating bills in your own country.* [<https://dictionary.cambridge.org/>].

4. Лексико-семантична група «Сталий туризм». У сучасному світі екологічний туризм на часі з огляду на важливість усвідомленого підходу до світу навколо нас. Сьогодні у мовний узус представників англomовної спільноти входить ціла низка номінативних одиниць на позначення сталого туризму, що зважає на екологічні, соціальні та економічні наслідки подорожей (*sustainable tourism, responsible tourism, eco-tourism, eco-conscious travel, green tourism, ethical tourism, low-impact tourism, environmentally / nature / planet-friendly tourism, conservation tourism, conscious adventure*), наприклад: *Sustainable, green, responsible, planet-friendly ways to explore the world are more popular than ever but how do you start to make better decisions when you travel? The first step is to understand what sustainable travel is and why it's important* [How to travel better: a beginner's guide to sustainable travel]; *Being a sustainable traveller is not about making grand, one-off gestures, it's a state of mind, an ongoing attitude to conscious adventure that influences all aspects of how we holiday* [там само].

У фокусі суспільної уваги носіїв англійської мови перебувають екологічні подорожі, які передбачають зменшення шкідливих викидів у атмосферу, що експлікуються у словосполучах *carbon-neutral travel, zero-waste travel: A carbon neutral travel policy is a set of guidelines and practices that aim to reduce or offset the amount of carbon dioxide released into the atmosphere through travel. This can include using renewable energy sources, reducing air travel, carpooling, taking public transportation when possible, and purchasing carbon offsets* [Carbon neutral travel: how to reduce your carbon footprint]; *Zero waste is one of the biggest lifestyle shifts of the 21st century, aiming to combat the human impact on our planet by reducing consumption, minimising waste and maximising recycling. But with travelling anywhere (other than on foot or by bike) generating a*

carbon footprint, is zero-waste travel a realistic – and achievable – goal? [A sustainability expert's guide to-zero-waste travel]. Популярність сталого туризму засвідчено також у номінації *green stay*, основна ідея якої полягає у відповідальному проживанні під час мандрівок. Найчастіше зустрічаємо цей термін у готельній справі для опису такого типу готелів, які намагаються мінімізувати свій шкідливий вплив на довкілля. Прикметно, що всесвітньовідома мережа готелів Хілтон пропонує своїм відвідувачам низку заходів (*travel with purpose initiative, sustainable stays*), спрямованих на збереження навколишнього світу: *We are creating more sustainable stays that guests can feel good about by embedding responsible travel practices throughout the hotel experience. From design to daily operations, our hotels bring sustainable innovation to life – reducing emissions, conserving natural resources, preserving the surrounding biodiversity and purchasing products, amenities and materials in our hotels that are sourced responsibly* [Hilton. For the stay]. Досліджувані масмедійні матеріали виявили корпус неологічних одиниць на позначення сталих подорожей, що є яскравим свідченням їх актуальності та популярності, наприклад: *Regenerative tourism is an approach to travel that goes beyond simply reducing negative impacts on the environment and local communities. It aims to create net positive effects for destinations, actively contributing to the regeneration of natural, cultural and social systems* [Regenerative tourism: what it is and why it is the future of conscious travel]; *Between 2023 and 2027, we anticipate an increase in demand for High-Impact Conservation from high-net-worth clients who really want to make a difference. Not only do they want to actively learn about the flora and fauna of Earth, but they also want to ensure that their presence contributes to its preservation, protection and future flourishing* [Luxury travel and yachting trends revealed for 2023-2027]; *A regenerative-focused trip could involve hands-on conservation at an Ecuadorian ecolodge or choosing an Australian hiking experience helping to revive Aboriginal culture* [8 ways to travel more sustainably in 2025].

Висновки та перспективи подальших розробок у даному напрямі. Незворотні зміни у суспільно-політичному, економічному та культурному житті соціуму, поява нових умов існування, інноваційних галузей знань та ноу-хау у сфері науки і техніки вимагають відповідних мовних змін, здатних відображати нову навколишню дійсність та внутрішній світ людей. Наукові пошуки в царині неології засвідчили, що саме лексика є тим компонентом мови, якому притаманні гнучкість та відкритість, що пояснюється новими когнітивними та комунікативними потребами мовців. Поява нових слів, їх активізація, а також

перехід до нового статусу від оказіональних до узуальних є запорукою розвитку будь-якої мови, важливою передумовою її існування. Лексичний склад сучасної англійської мови як світової lingua franca також відзначається динамізмом, оскільки він відображає усі сфери життя сучасного англо-мовного суспільства, зокрема туристичні тренди сьогодення. Оновлення лексичного фонду мовними новотворами зі сфери туризму відбувається як за рахунок екстралінгвістичних факторів, так і завдяки внутрішнім ресурсам англійської мови. Англомовні інновації утворюються насамперед унаслідок деривації, афіксації, словоскладання, телескопії, оказіонального словотвору, тощо.

Перспективу дослідження вбачаємо в подальшому вивченні інноваційного потенціалу англійської мови у різноманітних предметних сферах, а також аналізі продуктивних моделей словотворення неологічної лексики та фразеології.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрієнко Л.О., Скопненко О.І. Відродження мови як поняття і термін: проблеми дефініції, соціокультурний і соціолінгвістичний аспекти вживання. *Мовознавство*. 2025. № 1. С. 3–20. <https://doi.org/10.33190/0027-2833-340-2025-1-001>
2. Андрусак І.В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу. Дис. к.філол.н. К.: КНУ імені Тараса Шевченка. 2003. 268 с.
3. Жалай В.Я., Крамар Н.А., Рубашова Л.М., Ільченко О.М. Неологізми у сучасному комунікативному просторі: збірник наукових праць / за ред. Жалай В.Я. К.: Видавниче підприємство «ЕДЕЛЬВЕЙС». 2024. 188 с.
4. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-ті – 90-ті роки ХХ століття. Дис. д.філол.н. Запоріжжя: ЗДУ. 1999. 403с.
5. Зацний Ю.А. Соціолінгвістичні аспекти вивчення словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя: ЗДУ. 2004. 284 с.
6. Зацний Ю.А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу. Л.: ПАІС. 2007. 228 с.
7. Зацний Ю.А., Янков А.В. Лексичні та фразеологічні інновації англійської мови. Кременець: КОГПА ім. Тараса Шевченка. 2021. 287с.
8. Карпіловська Є.А. Активні ресурси сучасної української номінації. Ідеографічний словник нової лексики. К.: ТОВ «КММ». 2013. 30 с.
9. Крамар Н.А. Словник англомовних неологізмів ХХІ століття. К.: ТОВ НВП «Інтерсервіс». 2022. 240 с.
10. Кочерган М.П. Загальне мовознавство: підручник. 2-ге видання. К.: Видавничий центр «Академія». 2006. 464 с.
11. Мельник О.В., Кисельова І.І. Лексичні неологізми в англійській мові: формування, тенденції та культурний вплив. *Studia Philologica*. 2025. Вип. 24. С. 183-19. <https://doi.org/10.28925/2311-2425.2025.2413>
12. Сандига Л.О., Кишєня Ю.В. Ділові неологізми в сучасній англійській мові. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2025. Вип. 1(77). С. 86-98. <https://doi.org/10.17721/2520-6397.2025.1.05>
13. Сандига Л.О., Полонська І.П. Неологізми у сфері туризму як відображення змін у англомовній картині світу. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*. 2023. № 2(34). С. 118-121. <https://doi.org/10.17721/1728-2659.2023.34.23>
14. Селіверстова А.О. Функції італійських новотворів у публіцистиці. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2025. № 47. С. 145-153. <https://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.13>
15. Чирвоний О.С. Мова штучного інтелекту: лінгвістичний та соціолінгвістичний аналіз неологізмів сфери ІІІ (2016–2025). *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2025. Серія «Філологія». Вип. 61. С. 175–180. <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2025.61.20>
16. Шевченко О.К. Лексична еволюція: відображення глобальних тенденцій у формуванні та трансформації мовної картини світу. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2025. Вип. 1(77). С. 99-124. <https://doi.org/10.17721/2520-6397.2025.1.06>
17. Borys D. Clipping in English slang neologisms. *Lege Artis. Language yesterday, today, tomorrow*. 2018. Vol. III. Issue 1. P. 1-45. <https://doi.org/10.2478/lart-2018-0001> ISSN 2453-8035
18. Gao Y. A lexicographical approach to neologisms created through blending. *Lexicography. Journal of Asialex*. 2023. Vol. 10(2). P. 161-172. 10.1558/lexi.26356
19. Hroteková M., Lančarič D., Bojo P. 1920 vs 2020 English neologisms: a case study of contrastive semantics. *Lege Artis. Language yesterday, today, tomorrow*. 2021. Vol. VI. Issue 2. P. 33-68.
20. Pinker S. Words and rules: the ingredients of language. New York: Basic Books. 1999. 348p.
21. Sandyha L., Oliinyk I., Petrovskyi M., Shevchenko L., Sviatiuk Yu. Selfie neologisms in social networks. *Amazonia Investiga*. 2022. Issue 11(49). P. 126-135. <https://doi.org/10.34069/AI/2022.49.01.14>
22. Shakina S., Salawati A. Morphological processes of social media neologisms. *Development in*

Language Studies. 2022. Vol 2(1). P. 19-29. <https://doi.org/10.30880/dils.2022.02.01.003>

23. Shi A. An analysis of word-formation processes in neologisms: a case study of the Oxford Advanced Learner's Dictionary. *Lexicos*. 2025. Vol. 35(1). P.26-43. <https://doi.org/10.5788/35-1-1977>

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Accessible and inclusive tourism. Retrieved from <https://www.tourismtasmania.com.au/industry/inclusive-tourism/>
2. Assistance Dogs International. Retrieved from <https://assistancedogsinternational.org/main/looking-for-an-assistance-dog/>
3. A sustainability expert's guide to zero-waste travel. Retrieved from <https://www.lonelyplanet.com/articles/guide-to-zero-waste-travel>
4. Barcelona Special Traveler. Retrieved from <https://www.barcelonaspecialtraveler.com/about-us>
5. Carbon neutral travel: how to reduce your carbon footprint. Retrieved from <https://www.worldpackers.com/articles/carbon-neutral-travel>
6. Hilton. For the stay. Retrieved from <https://travelwithpurpose.hilton.com/our-hotels/>
7. How to travel better: a beginner's guide to sustainable travel. Retrieved from <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/how-to-travel-better-a-beginners-guide-to-sustainable-travel-in-2023-and-beyond>
8. Journey into the world of thermalism: from thermal tourism to the pursuit of well-being. Retrieved from https://www.iltempiodellasalute.it/en/blog/post/journey-into-the-world-of-thermalism-from-thermal-tourism-to-the-search-for-wellbeing?srsId=AfmBOop_VkhT14r-Jw1AbSxES3bCSFz_dKrMAs1nASr5zMvLko5d5IPm
9. Luxury travel and yachting trends revealed for 2023-2027. Retrieved from <https://globetrender.com/2022/11/27/luxury-travel-and-yachting-trends-revealed-2023-2027/>
10. Regenerative tourism: what it is and why it is the future of conscious travel. Retrieved from <https://ecobnb.com/blog/2026/02/regenerative-tourism/>
11. Slowcation: the art of mindful travel. Retrieved from <https://www.slowtravelsweden.se/en-slowcation-mindful-travel/>
12. The rise of the "half-tourist" who combines work with a change of scene. Retrieved from <https://www.theguardian.com/travel/2020/sep/25/the-rise-of-the-half-tourist-who-combines-work-with-a-change-of-scene>
13. The seven travel trends that will shape 2025. Retrieved from <https://www.bbc.com/travel/article/20250106-the-seven-travel-trends-that-will-shape-2025>

14. Travel buddies are out; solo trips are in. Retrieved from <https://www.economist.com/culture/2025/05/12/travel-buddies-are-out-solo-trips-are-in>
15. What is babymooning and why should you do it? Retrieved from <https://www.pramworld.co.uk/blog/what-is-babymooning-and-why-should-you-do-it/>
16. What is noctourism – and why is it on the rise? Retrieved from <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/what-is-noctourism-rise-of-after-dark-activities>
17. What is set-jetting? How film locations became holiday hotspots. Retrieved from <https://www.vacationstravel.com/set-jetting/>
18. What is virtual tourism? Retrieved from <https://tourismteacher.com/virtual-tourism/>
19. 8 ways to travel more sustainably in 2025. Retrieved from <https://www.bbc.com/travel/article/20250509-8-ways-to-travel-more-sustainably-in-2025>
20. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/staycation>
21. <https://dictionary.cambridge.org/>
22. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/staycation?q=staycation>

REFERENCES

1. Andriienko, L.O., Skopnenko, O.I. (2025). Vidrodzhennia movy yak poniattia i termin: problemy definitsii, sotsiokulturnyi i sotsiolinhvistychnyi aspekty vzhvyannia [‘Vidrodzhennia movy’ as a concept and a term: sociocultural and sociolinguistic aspects of usage and problems of defining]. *Movoznavstvo*. Vyp. 1. S. 3-20.
2. Andrusiak, I.V. (2003). Angliiski neolohizmy kintsia XX stolittia yak skladova movnoi kartyny svitu [English neologisms of the end of the 20th century as a part of language worldview]. *Dys. c. filol. n. KNU imeni Tarasa Shevchenka*. 268 s.
3. Zhalai, V.Ya., Kramar, N.A., Rubashova, L.M., Ilchenko, O.M. (2024). Neolohizmy u suchasnomu komunikatyvnomu prostori [Neologisms in modern communication]. *Zbirnyk naukovykh prats / za red. Zhalaia V.Ya. Kyiv: Vydavnyche pidpriemstvo «Edelveis»*. 188 s.
4. Zatsnyi, Yu.A. (1999). Rozvytok slovnykovoho skladu anhliiskoi movy v 80-ti – 90-ti roky XX stolittia [The development of English vocabulary of the 80-90th of the 20th century]. *Dys. d. filol. n. Zaporizhzhia: ZDU*. 403 s.
5. Zatsnyi, Yu.A. (2004). Sotsiolinhvistychni aspekty vyvchennia slovnykovoho skladu suchasnoi anhliiskoi movy [Sociolinguistic aspects of modern English vocabulary]. *Zaporizhzhia: ZDU*. 284 s.

6. Zatsnyi, Yu.A. (2007). Suchasnyi anhlomovnyi svit i zbahachennia slovnykovoho skladu [Modern English-speaking world and enrichment of vocabulary]. Lviv: PAIS. 228 s.
7. Zatsnyi, Yu.A., Yankov, A.V. (2021). Leksychni ta frazeolohichni innovatsii anhliiskoi movy [Lexical and phraseological innovations in English]. Kremenets: KOHPA. 287 s.
8. Karpilovska, Ye.A. (2013). Aktyvni resursy suchasnoi ukraïnskoi nominatsii. Ideohrafichni slovnyk novoi leksyky [Active resources of modern Ukrainian nomination. Ideographic dictionary of neologisms]. Kyiv: TOV «KMM». 30s.
9. Kramar, N.A. (2022). Slovnyk anhlomovnykh neolohizmiv XXI stolittia [The dictionary of English neologisms of the 21st century]. Kyiv: TOV NVP «Interservis». 240 s.
10. Kocherhan, M.P. (2006). Zahalne movoznavstvo [General linguistics]: pidruchnyk. 2-he vydannia. Kyiv: Vydavnychi tseñtr «Akademii». 464 s.
11. Melnyk, O.V., Kyselova, I.I. (2025). Leksychni neolohizmy v anhliiskii movi: formuvannia, tendentsii ta kulturnyi vplyv [Lexical neologisms in English: formation, trends, and cultural impact]. *Studia Philologica*. Vyp. 24. S. 183-191. <https://doi.org/10.28925/2311-2425.2025.2413>
12. Sandyha, L.O., Kysheñia, Yu.V. (2025). Dilovi neolohizmy v suchasñii anhliiskii movi [Business neologisms in modern English]. *Movni i kontseptualni kartyny svitu*. Vyp. 1(77). S. 86-98. <https://doi.org/10.17721/2520-6397.2025.1.05>
13. Sandyha, L.O., Polonska, I.P. (2023). Neolohizmy u sferi turyzmu yak vidobrazhennia zmin u anhlomovñii kartyni svitu [Neologisms in tourism reflecting changes to English worldview]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*. Literaturoznavstvo. Movoznavstvo. Folklorystyka. № 2(34). S. 118-121. <https://doi.org/10.17721/1728-2659.2023.34.23>
14. Seliverstova, A.O. (2025). Funktsii italiiskykh novotvoriv u publitsystytsi [Functioning of Italian neologisms in publicist style]. *Problemy semantyky, prahmatyky ta kohnityvnoi linhvistyky*. № 47. S. 145-153. <https://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.13>
15. Chyrvonyi, O.S. (2025). Mova shtuchnoho intelektu: linhvistychnyi ta sotsiolinhvistychnyi analiz neolohizmiv sfery ShI (2016-2025) [The language of artificial intelligence: linguistic and sociolinguistic analysis of AI-related neologisms]. *Problemy humanitarnykh nauk: zbirnyk naukovykh prats Drohobyskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka*. Serii «Filolohiia». Vyp. 61. S. 175–180. <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2025.61.20>
16. Shevchenko, O.K. (2025). Leksychna evoliutsiia: vidobrazhennia hlobalnykh tendentsii u formuvannii ta transformatsii movnoi kartyny svitu [Lexical evolution: reflection of global trends in the formation and transformation of the language picture of the world]. *Movni i kontseptualni kartyny svitu*. Vyp. 1(77). S. 99-124. <https://doi.org/10.17721/2520-6397.2025.1.06>
17. Borys D. (2018). Clipping in English slang neologisms. *Lege Artis. Language yesterday, today, tomorrow*. Vol. III. Issue 1. P. 1-45. <https://doi.org/10.2478/lart-2018-0001> ISSN 2453-8035
18. Gao Y. (2023). A lexicographical approach to neologisms created through blending. *Lexicography. Journal of Asialex*. Vol. 10(2). P. 161-172. 10.1558/lexi.26356
19. Hroteková M., Lančarič D., Bojo P. (2021). 1920 vs 2020 English neologisms: a case study of contrastive semantics. *Lege Artis. Language yesterday, today, tomorrow*. Vol. VI. Issue 2. P. 33-68.
20. Pinker S. (1999). Words and rules: the ingredients of language. New York: Basic Books. 348p.
21. Sandyha L., Oliinyk I., Petrovskyi M., Shevchenko L., Sviatiuk Yu. (2022). Selfie neologisms in social networks. *Amazonia Investiga*. Issue 11(49). P. 126-135. <https://doi.org/10.34069/AI/2022.49.01.14>
22. Shakina S., Salawati A. (2022). Morphological processes of social media neologisms. *Development in Language Studies*. Vol 2(1). P. 19-29. <https://doi.org/10.30880/dils.2022.02.01.003>
23. Shi A. (2025). An analysis of word-formation processes in neologisms: a case study of the Oxford Advanced Learner's Dictionary. *Lexicos*. Vol. 35(1). P.26-43. <https://doi.org/10.5788/35-1-1977>

SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. Accessible and inclusive tourism. Retrieved from <https://www.tourismtasmania.com.au/industry/inclusive-tourism/>
2. Assistance Dogs International. Retrieved from <https://assistancedogsinternational.org/main/looking-for-an-assistance-dog/>
3. A sustainability expert's guide to-zero-waste travel. Retrieved from <https://www.lonelyplanet.com/articles/guide-to-zero-waste-travel>
4. Barcelona Special Traveler. Retrieved from <https://www.barcelonaspecialtraveler.com/about-us>
5. Carbon neutral travel: how to reduce your carbon footprint. Retrieved from <https://www.worldpackers.com/articles/carbon-neutral-travel>
6. Hilton. For the stay. Retrieved from <https://travelwithpurpose.hilton.com/our-hotels/>

7. How to travel better: a beginner's guide to sustainable travel. Retrieved from <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/how-to-travel-better-a-beginners-guide-to-sustainable-travel-in-2023-and-beyond>
8. Journey into the world of thermalism: from thermal tourism to the pursuit of well-being. Retrieved from https://www.iltempiodellasalute.it/en/blog/post/journey-into-the-world-of-thermalism-from-thermal-tourism-to-the-search-for-wellbeing?srsIid=AfmBOop_Vkh t 1 4 r - J w l A b s X E S 3 b C S F z _ dKrMAS1nASr5zMvLko5d5IPm
9. Luxury travel and yachting trends revealed for 2023-2027. Retrieved from <https://globetrender.com/2022/11/27/luxury-travel-and-yachting-trends-revealed-2023-2027/>
10. Regenerative tourism: what it is and why it is the future of conscious travel. Retrieved from <https://ecobnb.com/blog/2026/02/regenerative-tourism/>
11. Slowcation: the art of mindful travel. Retrieved from <https://www.slowtravelsweden.se/en-slowcation-mindful-travel/>
12. The rise of the “half-tourist” who combines work with a change of scene. Retrieved from <https://www.theguardian.com/travel/2020/sep/25/the-rise-of-the-half-tourist-who-combines-work-with-a-change-of-scene>
13. The seven travel trends that will shape 2025. Retrieved from <https://www.bbc.com/travel/article/20250106-the-seven-travel-trends-that-will-shape-2025>
14. Travel buddies are out; solo trips are in. Retrieved from <https://www.economist.com/culture/2025/05/12/travel-buddies-are-out-solo-trips-are-in>
15. What is babymooning and why should you do it? Retrieved from <https://www.pramworld.co.uk/blog/what-is-babymooning-and-why-should-you-do-it/>
16. What is noctourism – and why is it on the rise? Retrieved from <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/what-is-noctourism-rise-of-after-dark-activities>
17. What is set-jetting? How film locations became holiday hotspots. Retrieved from <https://www.vacationstravel.com/set-jetting/>
18. What is virtual tourism? Retrieved from <https://tourismteacher.com/virtual-tourism/>
19. 8 ways to travel more sustainably in 2025. Retrieved from <https://www.bbc.com/travel/article/20250509-8-ways-to-travel-more-sustainably-in-2025>
20. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/staycation>
21. <https://dictionary.cambridge.org/>
22. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/staycation?q=staycation>

Дата першого надходження статті до видання: 15.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 17.04.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 12.05.2026