

ОСВІТНІЙ ПОТЕНЦІАЛ АНГЛОМОВНИХ НАПИСІВ НА ЕТИКЕТКАХ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ

THE EDUCATIONAL POTENTIAL OF ENGLISH-LANGUAGE LABELS FOR THE DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL AWARENESS

Карпенко Г.М.,

orcid.org/0000-0003-1034-4424

кандидат психологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземних мов

Карпатського національного університету імені Василя Стефаника

Дребулєнда А.А.,

orcid.org/0009-0007-4669-5644

студентка III курсу

Івано-Франківського фахового коледжу

Карпатського національного університету імені Василя Стефаника

Об'єктом дослідження статті є навчальний потенціал англomовних написів на продуктових етикетках як можливий ресурс для вивчення іноземної мови та формування екологічної свідомості. Наліпки на продуктах харчування – це не просто яскраве привернення уваги, а ще й передання важливої інформації (складники, терміни використання). Не можна не згадати, що іншомовні слогани на етикетках є міжкультурною взаємодією, які дуже швидко поширюються і запам'ятовуються через їх розповсюдження у соціальних мережах, додатках, сайтах, засобах масової інформації. Це може допомогти потенційним споживачам зробити правильний вибір серед десятків запропонованих товарів на полицях магазинів, адже конкуренція серед виробників збільшується щодня. Розкрито особливості використання «прихованої англійської» у повсякденному середовищі, як дорослими, так і дітьми. Проаналізовано етикетки, їх зміст та роль, яку вони відіграють у розвитку мовних та екологічних навичок. Правильне розуміння інформації на етикетках може зіграти важливу роль у виборі товарів. Етикетки на харчових продуктах повинні містити правдиву і точну інформацію. За законодавством України виробники повинні чітким шрифтом надавати якомога більше інформації про товар. Винятком не є продукти, які можуть містити алергени чи інгредієнти, що викликають непереносимість – обов'язково зазначаються на маркуванні. Запропоновано семиступеневу стратегію вивчення англійської мови за допомогою етикетки. Результати дослідження підтверджують ефективність інтеграції навчання у повсякденне життя. Тема є актуальною, оскільки у сучасному житті не можна відсторонитись від глобалізації, розвитку навколишнього середовища та впливу англiцизмів на сьогодення.

Часто невдалий переклад іншомовних назв може зашкодити реалізації продуктів у тих країнах, де не зберегли оригінальну задумку розповсюдження про якийсь товар.

Ключові слова: англomовні написи, екологічна свідомість, екокомпетентність, етикетки, стратегія, навчання, наліпки.

The object of this research article is the educational potential of English-language texts on product labels as a possible resource for foreign language learning and the development of ecological awareness. Food labels are not only a bright way to attract attention but also a means of conveying important information (ingredients, expiration dates). It is also worth mentioning that foreign-language slogans on labels represent intercultural interaction, spreading and becoming memorable very quickly through social media, apps, websites, and mass media. This can help potential consumers make the right choice among dozens of products displayed on store shelves, as competition among manufacturers increases every day.

The article has revealed the peculiarities of using "hidden English" in the everyday environment both by adults and children. Labels, their content, and the role they play in the development of linguistic and ecological skills have been analyzed. Correct understanding of the information on labels can play an important role in product selection. Food labels must contain truthful and accurate information. According to Ukrainian legislation, manufacturers must provide as much information about the product as possible in a clear font. Products that may contain allergens or ingredients causing intolerance are no exception – they must be indicated on the labels.

A seven-step strategy for learning English through labels has been proposed. The results of the study confirm the effectiveness of integrating learning into everyday life. The topic is relevant because, in modern life, it is impossible to distance oneself from globalization, environmental development, and the influence of anglicisms on modern society.

An unsuccessful translation of foreign-language product names may negatively affect product sales in countries where the original marketing concept has not been preserved.

Key words: ecological awareness, eco-competence, strategy, labels, learning, stickers.

У сучасному глобалізованому світі англійська мова виконує функцію універсального засобу комунікації, як для дорослих, так і для дітей. Вона змогла поширитися у всі сфери життя,

і навіть побутову мову. Одним із найкращих прикладів цього факту є англomовні написи на продуктах, які формують наше мовне середовище та можуть бути використані як ресурс навчання, як

для неповнолітніх, так і для старшого покоління українців.

Проникнення та вживання англійської мови можна спостерігати у всі сфери людського життя, серед яких: побут, культура, економіка, освіта. На світових аренах для переговорів домінантною є англійська – і це теж впливає на тенденції і тренди. Україна не є винятком, тому у 2024 році Верховною Радою України ухвалено закон України Про застосування англійської мови в Україні [2], яким передбачено:

- англійська мова належить до мов міжнародного спілкування в Україні;

- держава сприяє вивченню англійської мови громадянами України. Такі рішення на державному рівні позитивно впливають на посилене бажання вивчати і використовувати англійську та інші мови для освоєння сучасних технологій, серед яких цифрові технології, робота на іноземні корпорації, залучення інвестицій, спілкування у соціальних мережах.

Англійська мова у сучасному житті українців займає особливе місце. Сьогодні вона є однією з найпоширеніших мов у світі та відіграє важливу роль у різних сферах життя. Коли розвиваються технології, збільшується міжнародне спілкування та глобалізація знання англійської мови стало необхідністю для багатьох людей.

В Україні англійську мову починають вивчати ще з раннього дитинства. У навчальних закладах вона є одним із головних предметів, значна кількість абітурієнтів обирає її для здачі на НМТ, адже сучасна освіта неможлива без знання іноземних мов. Англійська допомагає учням і студентам користуватися сучасними засобами отримання інформації: підручниками, читати наукові статті, дивитися навчальні відео та брати участь у міжнародних освітніх програмах, а також долучатися до різних наукових онлайн-конференцій, що дає чудову можливість спілкуватися вживу з носіями мови та збагачувати свій словниковий запас. Багато молодих українців мріють навчатися за кордоном або проходити стажування в інших країнах, і саме знання англійської може допомагати реалізувати ці мрії.

Не менш важливою англійська мова є і в професійному житті. В даний час багато українських компаній співпрацюють із закордонними партнерами, тому працівникам часто потрібно володіти англійською на високому рівні, щоб виконати умови роботодавця. Люди, які добре спілкуються цією мовою, мають більше шансів отримати престижну та високооплачувану роботу, як і в Україні, так і за кордоном. Особливо це стосується сфери інформаційних технологій, меди-

цини, науки, туризму, журналістики та бізнесу. Для програмістів англійська є майже обов'язковою, адже більшість програм, сайтів та професійної літератури створені саме нею.

Англійська мова також відкриває доступ до світової культури. Наші співгромадяни можуть читати книги та дивитися фільми в оригіналі, слухати музику, стежити за перебігом подій у світі та знайомитися з традиціями інших народів. Це допомагає краще розуміти світ і розширювати свій кругозір. Крім того, знання іноземних мов сприяє розвитку пам'яті, мислення та навичкам спілкування.

Важливу роль англійська мова відіграє і під час подорожей. Вона допомагає спілкуватися з людьми в різних країнах, замовляти певні послуги, орієнтуватися в аеропортах, готелях і магазинах. Навіть базові знання англійської роблять подорожі комфортнішими та цікавішими.

У сучасних умовах українці дедалі більше прагнуть бути частиною світової спільноти. Англійська мова допомагає налагоджувати міжнародні зв'язки, представляти Україну у світі та розповідати про нашу культуру й традиції. Після початку повномасштабної війни значення іноземної мови для українців ще більше зросло, адже вона стала важливим інструментом для спілкування з міжнародними партнерами, волонтерами та друзями України за кордоном, які активно допомагають нам сьогодні.

Англійська мова «приховано» присутня у житті українців майже щодня, навіть якщо ми з вами цього не помічаємо. Часто використовуємо англійські слова у повсякденному мовленні, техніці, музиці, соціальних мережах та рекламі. Багато сучасних слів прийшли до української мови саме з англійської. Наприклад: «смартфон», «лайк», «чат», «офіс», «онлайн», «блогер», «сканер», «файл» чи «маркетинг». Люди вживають їх настільки часто, що вже не задумуються про їхнє походження та лексичне значення.

Особливо потужно англійська мова впливає через інтернет та технології. Майже кожна людина користується телефонами, комп'ютерами або соціальними мережами, де багато кнопок, програм і команд написані англійською мовою. Навіть ті, хто не вивчав англійську поглиблено, знають слова «login», «save», «delete», «wifi» або «YouTube». Це показує, наскільки англійська стала частиною нашого сучасного життя.

Прихований вплив англійської можна помітити й у молодіжному спілкуванні. Підлітки та молодь часто використовують англійські слова та вирази у розмовах: «okay», «super», «cool»,

«hype», «respect», «top». Такі слова та навіть вислови поступово входять у активне мовлення українців.

Крім того, англійська мова присутня у музиці, фільмах та іграх. Українці слухають пісні англійською, дивляться фільми з англомовними назвами або грають у комп'ютерні ігри, де знову ж більшість термінів також англомовні. Навіть реклама в магазинах чи назви брендів часто написані англійською мовою, що примушує людей на підсвідомому рівні вивчати ті чи інші чужоземні слова.

Етикетки на продуктах харчування мають велике значення для споживачів в Україні, адже допомагають людям обирати корисну та безпечну їжу. Завдяки інформації на упаковці покупці можуть дізнатися склад продукту, його калорійність, вміст білків, жирів, вуглеводів, цукру та солі. Це особливо важливо для людей, які мають проблеми зі здоров'ям або дбають про нього та дотримуються спеціального харчування.

Ярлики на продуктах допомагають уникати шкідливих добавок та алергенів. Наприклад, люди з алергією можуть перевірити, чи містить продукт ті чи інші «непотрібні» для них продукти: горіхи, молоко або глютен. Також споживачі можуть звертати увагу на кількість цукру чи жирів, щоб зменшити ризик ожиріння, діабету та інших захворювань.

Важливе значення мають і терміни придатності продуктів. Етикетка дозволяє переконатися, що їжа свіжа та безпечна для вживання. Крім того, на упаковці часто вказують умови зберігання, які допомагають довше зберігати якість продукту.

Для людей, які прагнуть вести здоровий спосіб життя, етикетки є своєрідним помічником у виборі продуктів. Вони допомагають порівнювати між собою та робити правильний вибір тих чи інших продуктів.

У сучасному суспільстві, коли англійська мова є розповсюдженою і торкається усіх сфер людського буття, важливими стають способи її вивчення. Найпростішим і найдоступнішим методом можуть слугувати етикетки на продуктах харчування. Усі ми незалежно від того де купуємо продукти чи у великих гіпермаркетах, чи у маленьких магазинах щодня бачимо продукти з англомовними етикетками. І саме це допомагає швидко і без жодних труднощів вивчити англійську, навіть не зауважуючи цього.

На зовнішніх маркуваннях прописані назви інгредієнтів, вказані особливості того чи іншого складника, маркування щодо органічності, харчові добавки, термін придатності та умови зберігання, інструкції, попередження тощо. Багато

з цих слів є непідробними, актуальними та широкоживаними у

світовій харчовій промисловості.

Який людина обирає продукт залежить теж від етикетки. Чим яскравіша і більш оригінальна бирка на продукті, тим більша імовірність, що її швидше придбають. На сучасному ринку є велика конкуренція між продуктами харчування, тому виробники застосовують усі можливі способи зацікавлення потенційних клієнтів, а етикетки один із найбільш вдалих способів.

Сучасні дослідники наголошують на мультимодальній природі текстів з етикеток. Я. Бистров та М. Миронник зазначають, що “вербальні компоненти в таких текстах взаємодіють із невербальними, як-от візуальними, графічними, колірними, композиційними, що сприяє значному розширенню меж текстової репрезентації” [1, с. 180].

Саме за зовнішнім виглядом першочергово покупець звертає увагу на продукт, а вже потім вивчає складники, характеристики, терміни придатності. Ці назви, а то і цілі слогани використовують у рекламах, для точного впізнавання продукту саме їхньої марки.

У 2025 році було проведено дослідження, яке базувалося на вивченні англомовних етикеток та практичному їх застосуванні серед покупців. Були опитані люди різного віку про шість категорій продуктів харчування, які були придбані у Івано-Франківських супермаркетах. Критеріями вибору продуктів були: англомовна етикетка, лексико-семантична наповнюваність та інша інформація.

Дослідивши різні категорії продуктів, серед яких чипси, сир, десерти ми можемо стверджувати, що потенційні покупці розуміють, що написано на маркуванні, що входить до складу, впізнають англомовні слова «есо», що є важливим у сучасному світі.

Міжнародний маркетинг не стоїть на місці. Він розвивається, удосконалюється, змінюється спосіб передавання інформації, зараз реклама поширюється значно швидше, ніж колись. Тому для продуктів, які планують продавати на світовому ринку потрібно враховувати потреби різних культур та мовних груп. Не точний переклад може не лише завадити хорошій реалізації продуктів, а то й зовсім відвернути прихильність потенційних покупців.

Зараз, у період повномасштабної війни в Україні є зміни у законодавстві стосовно маркування продуктів. Такі рішення були вимушеними через ввезення гуманітарної допомоги із європейських країн.

Текст на пакуванні дає змогу покупцю отримати всю інформацію, яка йому може знадобити-

тися. З 2019 року в Україні діє закон "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів". У ньому прописано усі вимоги до етикетки. А саме не можна акцентувати на окремі параметри чи непритаманні властивості товару чи можливі наслідки після його споживання.

Не рекомендують зазначати на пакуванні про лікувальний ефект, якщо це не лікарський засіб.

На етикетці має бути зазначено:

- 1) Назва продукту;
- 2) Перелічені матеріали, які містяться, допоміжні інгредієнти (природного чи штучного походження);
- 3) Обов'язково зазначаються алергени (колір та шрифт мають відрізнятися від основного тексту);
- 4) Вага або кількість продукції в упакуванні;
- 5) Термін придатності товару та дата виготовлення;
- 6) Вимоги стосовно зберігання та використання продукту;
- 7) Поживна цінність;
- 8) Для ввезених товарів за кордону найменування виробника та місце його розташування;
- 9) Позначка про вміст або ж відсутність ГМО, допустима норма – частка не більша, ніж 0,9% в інгредієнтах певного продукту.

На англійських етикетках наліплюється додаткова, яка повинна містити переклад українською мовою. В Міністерстві агрополітики та продовольства України роз'яснюють, що **всі товари на полицях супермаркетів повинні бути з маркуванням державною мовою. Відповідна вимога викладена в статті 10 закону "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів"**.

Оскільки люди щодня харчуються, тому і продукти є найбільш продаваним товаром. Все, що зазначається на етикетках, споживачі вивчають у процесі вибору «свого»

інгредієнту. Сама ідея вивчення англійської мови за допомогою етикеток виникла через спостереження за тим, як часто на полицях є англійські бирки. На пакуваннях зазначають усю вищезгадану інформацію. Багато слів та абревіатур є автентичними і широко вживаються харчовою промисловістю усього світу. Ще на маркуванні зазначено інформацію у справжньому контексті, а не так як у навчальних посібниках, тому і легше засвоювати лексику на побутовому рівні.

Харчова промисловість має велике коло застосування різних популярних термінів: від екологічних складників у харчуванні до різних технологій. Тому лексика має як і складні слова для вивчення англійської, так і прості, які співзвучні

з українськими словами-відповідниками. Знаємо, що мову найкраще вивчати систематично повторюючи її, і слухати чи бачити слова та перекладати їх для себе. Якщо ми обираємо один і той же продукт щодня, то ця назва буде нам зрозумілою і такі слова легше запам'ятати. Найвагомішою перевагою вивчення англійської мови вдома – це навчання у зручний для вас час, при невимушеній атмосфері і це не впливатиме на щоденну зайнятість чи якісь плани.

У науці визначають такий термін як ейдетика – це система розвитку пам'яті та мислення, що базується на здатності людини створювати яскраві образи та асоціації. В основі цієї форми навчання лежить принцип емоційного та образного сприйняття інформації. Все що нас оточує вдома, на роботі, у магазині допомагає вивчити іноземну мову значно легше, ніж просто відвідувати курси і вчити лише теорію та виконувати вправи.

Під час використання ейдетичних методів люди не просто механічно запам'ятовують матеріал, а створюють асоціативні зв'язки між новою інформацією та вже відомими образами, тобто проводять паралелі в українській мові та англійській, за допомогою етикеток це робити дуже просто. І викликає позитивний вплив на процес засвоєння знань.

До основних методів ейдетики належать асоціативне мислення, метод візуалізації, мнемонічні прийоми, створення фантастичних образів, емоційне запам'ятовування та ігрові технології.

Тобто ми щодень використовуємо візуалізацію, навіть не задумуючись над цим. І це допомагає вивченню іноземної мови.

Використання ейдетичних прийомів сприяє розвитку уваги, мислення, мовлення та творчих здібностей учнів. Крім того, цей метод засвоєння підвищує мотивацію до навчальної діяльності та створює позитивну емоційну атмосферу, яка не є нав'язливою і підходить для людей будь-якого віку.

Серед основних переваг ейдетичної форми навчання можна виокремити:

- розвиток образного мислення;
- покращення довготривалої пам'яті;
- підвищення інтересу до навчання;
- розвиток творчих здібностей;
- активізацію пізнавальної діяльності;
- формування позитивної мотивації до навчання.

Під час досліджень вивчення як краще засвоювати іноземну мову, вчені прийшли до висновку, інтуїтивний підхід може існувати, але потрібні

чіткі структуровані критерії. Тому і візуалізація є одним із важливих підходів. Існує семиступеневий алгоритм вивчення англійської мови через продуктові етикетки.

Очевидно, що в першу чергу покупець звертає на яскравість етикетки і на нові слова, які містяться на ній. Після того читає вміст, щоб зрозуміти склад і як можна використовувати той чи інший продукт на кухні. Саме це позитивно впливає на вивчення нового слова і використання його у подальшому словниковому запасі. У процесі розуміння лексичного значення покупець згадує асоціативний ряд, перекладає його, намагається пов'язати та вживати невідоме досі йому слово.

При потребі можна скористатися онлайн перекладачем для точності отримання інформації, адже одне слово може мати кілька перекладів. А далі викликає певні асоціації. Дизайн упаковки, кольори, шрифт теж впливає на запам'ятовування, чим вона яскравіша, ефектніша, креативніша, тим швидше інформація зберігається у мозку, оскільки задіяно багато сенсорних зв'язків.

А коли ми бачимо на полицях магазинів етикетки з таким же словом наша пам'ять автоматично нам сигналізує про переклад і значення того слова. І вони з пасивної лексики переходять у активну, яку ми використовуємо щодня у побуті. Коли ми знаходимося у неформальній обстановці і використовуємо іншомовні слова, то наші співрозмовники або розуміють про що йде мова, або ж уточнюють і дізнаються значення сказаного. А відтак наш словниковий запас збільшується і ми не докладаючи зусиль вивчаємо англійську за допомогою етикеток.

Звичайно, що у кожному підході є як свої позитивні моменти, так і негативні. Можна виокремити такі переваги:

- не затратність, такий спосіб можуть використовувати всі;
- систематичність, адже продукти харчування купуємо чи не щодня;
- не нав'язливу та спокійну атмосферу вивчення;
- допомагає зорієнтуватися у вивченні вмісту продукту і кращому розумінні чи саме він вам потрібен;
- розвиток сенсорного сприйняття через застосування органів чуття.

Отже, досліджуючи тему вивчення англійської мови за допомогою етикеток на продуктах харчування можемо стверджувати, що це позитивно впливає не лише для бажаючих вивчати мови, а ще й розвиває людей різнобічно. Особливо активно формується екологічна компетентність, яка є важ-

ливою у час глобалізації. Вплив англізмів у наше життя збільшує словниковий запас. А відтак роль англійської мови у глобалізованому світі описано як домінуючий засіб міжнародної комунікації, що підтверджено посиланнями на Д. Кристала про її глобальний статус, забезпечений економічною та культурною потужністю англословних країн. В Україні це підкріплено Законом про застосування англійської мови (2024 р.), який сприяє її вивченню [3].

Англізми проникають у повсякденне життя із надписів, які нас оточують і на підсвідомому рівні, без зайвих зусиль люди вивчають англійську мову. Етикетки на продуктах харчування є джерелом корисної та потрібної лексики, яку ми вивчаємо і можемо використовувати для здорового способу життя. У статті згадується про легше засвоєння англійської мови у невимушених обставинах – при купівлі продуктів, використанні їх щодень.

Ознайомлення зі змістом написаного на етикетках найкраще впливає на природне вивчення англійської мови. Тому сучасна англословна реклама на телебаченні, в інтернеті, на етикетках продуктів свідчить про реалізацію в сучасному багатоканальному комунікативному просторі.

У статті проаналізовано вплив англословних назв продуктів, які залучають велику кількість сенсорних каналів для сприйняття навколишнього середовища. Вони направлені на краще сприйняття, вивчення та відтворення почутого чи побаченого у потрібний момент. Аналіз англословних етикеток дає підстави стверджувати, що дотримуючись алгоритму: розуміння, запис, візуалізація, повторення, поширення знань, систематизація – можна не лише вивчати нові слова, а ще й покращити свої екологічні навички вибору продуктів у супермаркетах, адже аббревіатури і значки є загальноприйнятими у Європі.

Наліпки на харчових продуктах є невід'ємною частиною сучасного комунікативного простору. Етикетка зараз – це своєрідне «лице» товару і чим воно яскравіше та неординарніше, тим краще запам'ятовується покупцям. Хоча не можна відкидати важливість інформації, що повинна міститися на ній. Тому таке маркування є невід'ємною частиною свідомого споживача.

У статті простежується, що зовнішній вигляд етикеток впливає на спостережливого на уважного покупця і допомагає йому зробити правильний вибір серед продуктів, і сформулювати корисні звички та допомогти у легкому вивченні англійської мови, адже зараз без неї неможливо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бистров Я. В. Синергія вербальних і невербальних засобів в англomовній мультимодальній телевізійній рекламі продуктів харчування. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2025. Вип. 3 (214). С. 179–185.
2. Макогін В. Як правильно читати етикетки та обирати безпечні продукти (відео) *Головне управління Держпродспоживслужби в Черкаській області*. URL: <https://www.cherk-consumer.gov.ua/novyny/1134-yak-pravylno-chytaty-etyetky-ta-obyraty-bezpechni-produkty-video> (дата звернення: 26.11.2025).
3. Про застосування англійської мови в Україні : Закон України від 04.06.2024 № 3760-IX *База даних «Законодавство України» Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3760-20> (дата звернення: 26.11.2025).



Стаття поширюється на умовах
ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

Дата першого надходження статті до видання: 25.06.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 27.07.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 20.08.2026