

## Література:

1. Promoting Sustainable Agriculture and Rural Development: Agenda 21 Chapter 14. Rome: FAO, 1996.
2. Статівка А.М. Від пріоритетності й протекціонізму сільського господарства до його сталого розвитку: правові питання / А.М. Статівка // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присв. 70-річчю Прикарпат. нац. ун-ту ім. В. Стефаника. – Івано-Франківськ, 2010. – Т. 1. – С. 53-55.
3. Гурнович Т.Г. Основные факторы устойчивого и эффективного развития сельскохозяйственного производства / Т.Г. Гурнович, А.С. Безлепко, Р.А.Кузнецов // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2010. – № 4. – С. 124-130.
4. Ильина З.М. Глобальные проблемы и устойчивость национальной продовольственной безопасности. В 2 кн. Кн. 2 / З.М. Ильина. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2012. – 161 с.
5. Власова І.С. Правове регулювання екологізації сільськогосподарського виробництва в Україні / І.С. Власова // Аграрне право як галузь права, юридична наука і навчальна дисципліна: матеріали Всеукраїнського круглого столу (25 травня 2012 року): зб. наук. пр. / за заг. ред. проф. В.М. Єрмоленка, В.І. Курила, В.І. Семчика. – К.: Видавничий центр НУБіП України, 2012. – 168 с.
6. Олійник О.Р. Правові передумови екологізації аграрного виробництва / О.Р. Олійник // Сталій розвиток економіки, всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2012. – № 5 (15). – С. 154-158.

*Старосуд Ірина Миколаївна  
здобувач кафедри екологічного права  
Національного університету «Юридична  
академія України ім. Ярослава Мудрого»*

## **СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА, ЯК ЗАСІБ ЕКОЛОГІЧНИХ ОСВІТИ ТА ВИХОВАННЯ НАСЕЛЕННЯ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ**

Незважаючи на зростання екологічних проблем слід констатувати, що в сучасних умовах українського суспільства, на фоні складних економічних процесів, увага до них знижується, що значною мірою впливає на реалізацію екологічної політики. Вказані явища, в свою чергу, призводять до нехтування з боку суб'єктів господарювання та населення до проблем пов'язаних з охороною довкілля, використання екологічно-небезпечних технологій, ігнорування енерго- та ресурсозберігаючих технологій та їх впровадження тощо. Зважаючи на це є логічним, що в Основних засадах (стратегії) державної екологічної політики України на період до 2020 року значне місце приділено заходам формування екологічної свідомості населення. Зокрема, в цьому документі

передбачається необхідність до 2015 року розробити та розпочати реалізацію Стратегії екологічної освіти з метою сталого розвитку українського суспільства та економіки України; створити системи екологічного навчання та підвищення кваліфікації державних службовців, до компетенції яких належать питання охорони навколишнього природного середовища; створити мережу регіональних екологічно-просвітницьких центрів на базі закладів освіти, неурядових природоохоронних організацій тощо; розробити організаційний механізм місцевого, регіонального та національного рівня для активного залучення громадськості до процесу екологічної освіти з метою сталого розвитку, екологічної просвіти та виховання тощо.

Реалізація цих та ряду інших заходів покликані забезпечити формування світоглядних цінностей населення, яка базується на основних принципах сталого розвитку, що включає в себе комплексне вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем.

Слід зазначити, що наразі законодавство України має значний невикористаний потенціал реалізації засобів екологічної освіти та виховання населення, одним з яких є використання соціальної реклами. Законом України «Про рекламу» передбачено, що «реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформуванню або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару». Крім того, цим же законом окремо виділено такий вид реклами, як «соціальна реклама – інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку». Виходячи з визначення можна зробити висновок про те, що реклама яка поширює екологічні цінності, інформацію щодо стану довкілля, використання екологічно безпечних технологій відноситься до соціальної реклами. Побічно це підтверджується й тим, що в первинній редакції згадуваного закону визначення соціальної реклами давалося в наступному вигляді: «Соціальна рекламна інформація – це інформація державних органів з

питань здорового способу життя, охорони здоров'я, охорони природи, збереження енергоресурсів, профілактики правопорушень, соціального захисту та безпеки населення, яка не має комерційного характеру. В такій рекламі не повинні згадуватись конкретна продукція та її виробники».

Зважаючи на вищевикладене набуває особливої актуальності передбачені ст. 12 Закону України «Про рекламу» вимоги щодо розміщення соціальної реклами:

«3. На осіб, які безоплатно виробляють і розповсюджують соціальну рекламу, та на осіб, які передають свої майно і кошти іншим особам для виробництва і розповсюдження соціальної реклами, поширюються пільги, передбачені законодавством України для благодійної діяльності.

4. Засоби масової інформації - розповсюджувачі реклами, діяльність яких повністю або частково фінансується з державного або місцевих бюджетів, зобов'язані розміщувати соціальну рекламу державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських організацій безкоштовно в обсязі не менше 5 відсотків ефірного часу, друкованої площі, відведених для реклами.

5. Засоби масової інформації - розповсюджувачі реклами, що повністю або частково фінансуються з державного або місцевих бюджетів, зобов'язані надавати пільги при розміщенні соціальної реклами, замовником якої є заклади освіти, культури, охорони здоров'я, які утримуються за рахунок державного або місцевих бюджетів, а також благодійні організації».

На важливість збільшення рівня екологічно орієнтованої соціальної реклами наголошено й у Основних засадах (стратегії) державної екологічної політики України на період до 2020 року де в якості одного завдання з досягнення стратегічних цілей визначено необхідність збільшення частки екологічної інформації та соціальної реклами природоохоронного спрямування, що регулярно поширюється засобами масової інформації: до 2015 року – на 15 відсотків, до 2020 року – на 30 відсотків порівняно з рівнем 2010 року. Крім того, частку реклами природоохоронного змісту на національних теле- і радіостанціях віднесено до одного з показників ефективності Стратегії.

Однак, з метою уникнення декларативного характеру зазначених правових норм доцільно було б поєднати вимоги цих двох законів закріпивши законодавчо положення про те, що частка соціальної реклами природоохоронного спрямування не може складати менше ніж 15 відсотків від ефірного часу, друкованої площі, відведених для соціальної реклами.

*Федчишин Д. В.*  
*аспірант кафедри земельного та аграрного права*  
*Національний університет «Юридична академія України*  
*імені Ярослава Мудрого*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ ЗАБУДОВИ В КОНТЕКСТІ ПРОЦЕСІВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

У межах міст важливе значення мають землі, які використовуються під забудову. Вони займають центральне місце серед земель, що знаходяться в межах населених пунктів, адже на їх території розташовуються жилі будинки, будівлі та споруди адміністративних, торгових, культурних, комунально-побутових підприємств, установ та організацій і, крім того, проживає більша частина населення країни. Чинний ЗК України виділяє таку категорію земель як землі житлової та громадської забудови. громадської забудови.

Згідно зі статтею 38 ЗК до земель житлової та громадської забудови належать земельні ділянки в межах населених пунктів, що використовуються для розміщення житлової забудови, громадських будівель і споруд, інших об'єктів загального користування[1]. Ці землі призначені для зведення будівель і споруд та їх наступного обслуговування.

Землі цієї категорії з огляду на їх цільове призначення є просторово-територіальною основою життєдіяльності міського населення. Ці землі слугують для розміщення та обслуговування різноманітних об'єктів забудови, а також об'єктів загального користування. Так, до земель даної категорії відносять не лише земельні ділянки, що використовуються для розміщення житлової забудови, громадських будівель і споруд, інших об'єктів загального