

Aplinkos kokybė kaip vertybė vartotojiškoje visuomenėje: ekologinės, ekonominės ir kultūrinės-edukacinės dimensijos

Valdas Pruskus

Profesorius socialinių mokslų (sociologija)
habilituotas daktaras
Vilniaus pedagoginio universiteto
Sociologijos ir politologijos katedra
T. Ševčenkos g. 34, LT-03111 Vilnius
Tel. mob. 8961 515 346
El. paštas: v.pruskus@vpu.lt

Straipsnyje aptariama aplinkos kokybė kaip vertybė vartotojiškos visuomenės sąlygomis. Parodoma, kad vartotojiškos visuomenės ir gamtos santykiai visada buvo konfliktiški, tokie jie liko ir mūsų laikais. Nepaisant to, aplinkos kokybė, ilgą laiką individui buvusi išorinė vertybė, tampa vidinė, kurią jis linkęs vis aktyviau teigti ir ginti. Tačiau problema ta, kad rinkos sąlygomis už kokybę reikia mokėti brangiau – tada gali ir rinktis. Tuo tarpu vieša nuomonė teigia, kad „kokybė“ turi būti prieinama visiems, t. y. rinktis turi teisę kiekvienas. Būtent čia ir kertasi demokratinės valstybės ir rinkos nuostatos.

Remiantis gamtos parko fenomenu, išskiriamos trys aplinkos kokybės vertingumo dimensijos – ekologinė, ekonominė ir kultūrinė-edukacinė. Atskleidžiama jų tarpusavio sąveika, raiškos svarba ir galimybės nustatant aplinkos kokybės vertingumą. Parodoma kokybiškos aplinkos edukacinis vertingumas, jos panaudojimo galimybės ugdant ir tobulinant asmens santykius su gamta. Aptariamas demokratinės valdžios ir švietimo institucijų vaidmuo puoselėjant vertybiškai orientuotus santykius su aplinka.

Pagrindiniai žodžiai: švietimas, ugdymas, vertybė, aplinkos kokybė, ekonominė ir kultūrinė aplinkos vertė, institucinė aplinka, ekologinė sąmonė.

Įvadas

Vartotojiškoje visuomenėje viską stengiamasi įvertinti pinigais ir parduoti. Tačiau egzistuoja sritis, kurios vertę sunku įvertinti pinigais ir kuriai vargiai gali būti taikomi rinkos dėsniai – tai aplinkos kokybė. Nuo aplinkos kokybės priklauso žmogaus gyvybė ir sveikata. Tad nenuostabu, kad

toks dėmesys skiriamas aplinkai. Jei neturėsime kokybiškos aplinkos, neturėsime ir sveikų žmonių, galinčių atlikti reikalingus darbus. Labai sumažės galimybė papildyti darbo rinką naujais, sveikais ir pajėgiais dirbti žmonėmis.

Kita vertus, aplinkos kokybės prastėjimas turės negatyvių pasekmių ir gyvūnijai, sparčiau nyks atskiros jų rūšys, o tai savo

ruožtu neigiamai paveiks ekosistemų pušiasvyrą. Didėjant aplinkos taršai, mažės rinkos plėtotės galimybės: vis sunkiau bus gauti reikiamų gamybai natūralių žaliavų, sveikų ir pajėgių darbuotojų, patenkinanti vartotojų poreikius ekologiškai saugia produkcija (Torado, 2000; Beck, 1995; Barbier, 1998).

Reikia pripažinti, kad vartotojiškos visuomenės ir gamtos santykiai visada buvo konfliktiški (Kalenda, 2002). Tokie pat konfliktiški jie ir mūsų laikais. Tiesa, į tvyrančią įtampą vis labiau reaguoja tiek politikai, siūlydami gamybai taikyti įvairius įstatymus, draudžiančius pažeisti ekologiją, tiek visuomenė, ypač ekologiškai jautriausia jos dalis, susibūrusi į įvairias gamtosaugos organizacijas, kurios vadovaudamosi griežtais ekologinės etikos principais itin uoliai reaguoja į menkiausius firmų veiksmus, kurie, kaip jie sako, turį neigiamos įtakos aplinkai (Grow, 1992).

Kartu teisybės dėlei reikia pastebėti, kad ne visada šie kaltinimai būna pagrįsti, argumentuoti, neretai jie būna gana subjektyvūs ir orientuoti į visuomenės emocijas. Problema ta, kad lig šiol nėra vienareikšmiškai moksliskai įrodyta, jog temperatūros kilimas žemėje – „šiltnamio efektas“ – yra tik žmogaus ūkinės veiklos (pramonės plėtotės) padarinys. Pastaraisiais metais atlikti tyrimai rodo, jog tai gali būti ir kur kas didesnių natūralių procesų, vykstančių gamtoje ir Visatoje, ciklo etapas, kuriam žmogaus veikla neturi tokios lemiamos įtakos kaip lig šiol manyta (Berke, 1992 ir kt.).

Nepaisant to, didėjantis visuomenės dėmesys aplinkosaugai rodo, jog tai iš tiesų svarbus dalykas kiekvienam iš mūsų. Ta-

čiau kartu reikia pripažinti ir tai, kad pamatuoti ir įvertinti aplinkos kokybę yra daug sunkiau nei konkretaus individo sveikatos būklę.

Pavyzdžiui, kad ir tokių gamtos turtų kaip miškai, upės. Rinkai tai yra ekonominės vertybės, kurias galima įvertinti pinigais (pvz., vienas hektaras miško kainuoja 10 000 Lt., jį galima nusipirkti ir paversti privačia valda). Tačiau kur kas sunkiau įvertinti pinigais šią vertybę (mišką kaip ekosistemą), kuri yra svarbi ir vertinga individui, jo pasaulio pažinimui, estetiniam lavinimui, asmens savisklaidai. Taip pat ji svarbi ir visai visuomenei. Juk miško ekosistema užtikrina, grynina orą visai Lietuvai, o ne tik pavieniam individui – miško savininkui. Taigi jau iš pirmo žvilgsnio matyti, kad požiūriai į aplinkos kokybės ekonominę ir kultūrinę-educacinę vertinimą skiriasi. Nenuostabu, kad pastaruoju metu vis daugiau dėmesio skiriama jo ypatumams nusakyti.

Aplinkos kokybės ekonominiams aspektams aptarti skirtos rimtos šiai tematikai skirtos studijos (Power, 1990; Goldblatt, 1996 ir kt.). Lygia greta tyrinėjamas ir aplinkos kultūrinis vertingumas: siekiant nustatyti vertę ir svarbą individo ir visuomenės tapsmui ir vystymuisi. (Clark, 1995; Throsby, 2001 ir kt.). Tyrinėjama ir asmenybės ekologinės pozicijos svarba užtikrinant visuomenei saugią aplinką, aiškiai suvokiant jos priklausomybę nuo individo vertybinės brandos (Kalenda, 2005; Barbier, 1998; Boswell, 1990 ir kt.). Tačiau minėtos aplinkos kokybės vertinimo dimensijos ir jų svarba suprantama nevienodai. Nėra aiškiau įvardytos ir aplinkos kokybės ekonominio bei kultūrinio-educacinio

cinio įvertinimo galimybės. Nevienareikšmiškai vertinamos ir demokratinės valdžios bei švietimo institucijų atsako rinkos iššūkiams galimybės.

Šio straipsnio *tikslas* – kaip tik ir būtų aptarti aplinkos kokybės vertingumo dimensijas ir bandyti nusakyti demokratinės valdžios ir švietimo institucijų vaidmenį atremiant rinkos iššūkius, ugdant visuomenės ekologinę sąmonę ir puoselėjant vertybiškai orientuotus santykius su aplinka.

Siekiant šio tikslo keliami tokie *uždaviniai*:

1. Pateikti aplinkos kokybės vertingumo supratimą vartotojiškoje visuomenėje.
2. Aptarti aplinkos kokybės vertingumo nustatymo galimybes.
3. Nusakyti demokratinės valdžios ir švietimo institucijų vaidmenį atremiant rinkos iššūkius ir ugdant vertybiškai orientuotus santykius su aplinka.

Metodas – kritinė lyginamoji literatūros analizė ir autoriaus įžvalgos.

Aplinkos vertingumo supratimas vartotojiškoje visuomenėje

Vartotojiškoje visuomenėje teikiami gamtoje patogumai bei malonumai gali turėti (ir dažniausiai turi) rinkos vertę (kitaip tariant, už juos reikia mokėti). Kartais gamtos objektai (miškai, ežerai) perduodami į privačias rankas tam, kad jie galėtų labiau būti naudingi visuomenei. Individas savo rekreacijai naudojasi gamtos vertybėmis, įvairiais patogumais (įranga gamtos objektuose). Abiem atvejais už teikiamas paslaugas, patogumus reikia mokėti: naudojantis mišku – privačiam savininkui, naudojantis mišku – valstybei, kuri surenka lėšas

už naudojimąsi gamtiniais objektais per mokesčius. Tikėtina, kad privačios miško valdos savininkas gali suteikti piliečiui didesnių patogumų negu valstybė.

Žinoma, už tai teks daugiau mokėti. Kita vertus, tai ir bus realus pasirinkimas rinkos sąlygomis: vykstu į privatų mišką, nes žinau, kad ten bus daugiau patogumų ir esu pasirengęs už teikiamas papildomas paslaugas sumokėti.

Taigi vartotojiškoje visuomenėje natūralios aplinkos suvokimas skiriasi nuo ankstesniais laikais, ypač XIX a. vyravusio požiūrio į gamtą, kaip natūralų kapitalą – „laisvos gamtos dovanas“, kurios gali būti visiems vienodai prieinamos ir laisvai panaudojamos (Ricardo, Malthus).

Didelės įtakos tam turėjo nauja sociologinės minties kryptis – ekologinė ekonomika, ypač sparčiai besiplėtojanti JAV nuo XX a. aštuntojo dešimtmečio. Šios krypties atstovai (Barbier, 1998; Tooman, 1998) laikosi pažiūros, kad natūralų kapitalą sudaro keturi komponentai:

- ✓ Atkuriami natūralūs gamtos šaltiniai – tokie kaip miškai, žuvis ir kt.
- ✓ Neatkuriami natūralūs gamtos šaltiniai – kaip nafta ir mineralinės iškasenos.
- ✓ Ekosistemos, kurios palaiko oro, vandens ir žemės kokybę.
- ✓ Plati gyvūnijos ir augalijos genetinė įvairovė, kuri dar vadinama bioįvairove (Barbier, 1998: 65–75).

Remiantis šia koncepcija, natūralų gamtinį kapitalą bandyta skirstyti į dvi dalis:

- ✓ Natūralaus kapitalo pagrindą (kamieną) – žuvis, miškai, mineraliniai išteklių ir kt. (Tooman, 1998: 57–60).

✓ „Pagerintą“ natūralų kapitalą (natūralaus kapitalo pagerinimą) – tai yra atkurtus ir išsaugotus gamtinius išteklius (pavyzdžiui, vertingų žuvų rūšių atkūrimas, dirvos erozijos kontrolė, eroduojančių žemių atkūrimas, gamtinės aplinkos estetinio vaizdo išsaugojimas ir pagerinimas ir kt.).

Kitaip tariant, į natūralaus gamtinio kapitalo supratimą įeina ir tos žmogaus pastangos (indėlis), kurios susijusios ne tik su gamtos natūralumo sąlygų išsaugojimu, bet ir pagerinimu. Taigi šis požiūris iš esmės skiriasi nuo ankstesniais amžiais vyravusio, kai į gamtą žiūrėta tik kaip gamybos žaliavų šaltinį, nesiekiant jo atkurti ir netgi pagerinti. Šitai vartotojui siūloma nauja pagerinta aplinka ir jos „produktai“, už jais naudojimąsi reikia papildomai sumokėti. Ir tam jis yra pasirengęs.

Kokiomis vertybinėmis nuostatomis vadovaujasi pilietis – vartotojas, rinkdamasis aplinką, kuri jam esanti vertinga?

Galima būtų išskirti tris prielaidas, kurios nusako, kaip vartotojas (pilietis) žiūri į aplinkos kokybę, kaip vertybę, ir teikia priemonę prekės ekologiškumui ją pirkdamas. Netiesiogiai tai rodo, kokią reikšmę žmogui turi jo gyvenimo aplinkos kokybė.

Pirma, pirkdamas prekę vartotojas stengiasi pagerinti savo gerovę. Jis žiūri, ar toji prekė ekologiniu požiūriu vertinga (ekologiškai saugi), pavyzdžiui, daržovės, neturinčios nitratų ir kt. Taigi ekologiškai saugi prekė, kurią jis nusiperka, tampa savotiška priemone, įgalinančia jį pasverti savosios gerovės lygį. Kitaip tariant, kuo žmogus turi daugiau galimybių pirkti ir vartoti ekologiškai saugų ir švarų produktą, tuo labiau jis jaučiasi esąs pasiekęs di-

desnės gerovės. Taigi, „švarioje žemėje“ išaugintas produktas įgalina žmogų pagerinti ir savo gyvenimą.

Antra, vartotojas jausis „gaunąs“ kokybę, jeigu asmeniškai jis tik vienas gališ ta aplinka (jos teikiama patogumais) pasinaudoti. Kitaip tariant, galimybė asmeniškai naudotis aplinka, o ne su kolektyvu, didina jo patogumus ir kartu kelia asmeninės gerovės lygį. Rinkoje egzistuoja vertės nustatymas, kuris tai užtikrina: autentiškos paslaugos, teikiamos vienam, kainuoja daugiau negu visiems

Trečia, kuo labiau gamtos objektai (miškai, ežerai ir t. t.) yra tapę prekėmis, kurios rinkoje turi mažesnę vertę ir gali būti labiau prieinamos visiems, tuo aplinkos kokybė turi mažesnę vertę individo akyse: ji netampa individo gyvenimo kokybės rodikliu, nes kiekvienam ši vertybė yra prieinama. Ir atvirkščiai – kuo gamtos natūralios vertybės prieinamos mažesniai piliečių skaičiui, tuo galimybė naudotis švaria gamta turi didesnę svarbą individui. Tas naudojimas tampa jo žmogiškojo gyvenimo kokybės rodikliu. Kartu jis parodo ir to gyvenimo ekologinę dimensiją – ekologinės gerovės lygį.

Ekologinė gerovė gali būti nusakyta remiantis tokiais **kriterijais**:

- ✓ Informacijos apie ekologinius standartus turėjimas (jos prieinamumas).
- ✓ Turėjimas realių galimybių pasinaudoti aukštos kokybės aplinkosaugos paslaugomis (gamtos objektų prieinamumas).
- ✓ Turėjimas realių galimybių dirbti aplinkoje, kur diegiamos ir nuolat tobulinamos ekologiškai saugios gamybos technologijos.

- ✓ Priimamų įstatymų ekologinės ekspertizės buvimas, siekiant, kad įstatymai būtų orientuoti ir į individui ekologiškai saugios aplinkos sąlygų kūrimą.

Demokratinės valstybės viešoji politika orientuota į tai, kad ekologinė gerovė, aplinkos kokybė, ekologiškai saugūs produktai būtų ne tik skirti, bet ir prieinami visiems piliečiams. Tačiau būtent čia ir kertasi valstybės viešosios politikos ir rinkos nuostatos.

Rinka teigia, kad už kokybę reikia mokėti brangiau. Tada gali ir rinktis.

Tuo tarpu *viešoji nuomonė teigia*, kad aplinkos „kokybė“ turi būti prieinama visiems, t. y. rinktis turi teisę kiekvienas, nesvarbu, kad jis neturi galimybių mokėti už ekologinį saugumą. Pagrindiniai čia argumentai būtų tokie:

Pirma, aplinkos kokybė yra visuotinė vertybė (kaip ekonominė ir kultūrinė), o ne pavienio žmogaus, nes susijusi su visuomenės gyvenimu ir jos ateitimi.

Antra, nuo aplinkos kokybės priklauso piliečių sveikata, o ji yra viena gyvybiškai svarbiausių žmogaus ir visuomenės vertybių: nesveikas, palieęs žmogus bus nereikalingas ir rinkai, taps jai tik našta.

Trečia, nuo aplinkos kokybės didžia dalimi priklauso ir ekonominė, ir kultūrinė visuomenės būklė. Taigi žmogaus gerovė, jo ateitis, o kartu ir visuomenės ekonominė ir kultūrinė gerovė neįsivaizduojama be aplinkos kokybės. Nenuostabu, kad žmonės reikalauja išsaugoti ekosistemas, gyvūnijos populiaciją, miškus, ežerus, upes, kurti biosferos draustinius ir kt. Taip pamažu aplinkosauga, buvusi *išorine vertybe* žmogui, tampa *vidine vertybe* (svarbia jam as-

meniškai ir dėl jos jis pasirengęs grumtis). Tą rodo ir ekologiniai sąjūdžiai, vienijantys milijonus žmonių visame pasaulyje.

Pažymėtina ir tai, kad gamtinės aplinkos vertybės yra ypatingos: jos turi ne tik naudos aspektą, bet ir estetinį. Tiesa, ekonomistai aplinkos estetiniam aspektui nelinkę suteikti didesnės svarbos. Tačiau, šiaip ar taip, saugi, graži aplinka turi ir estetinę-edukacinę vertę – ji plečia individo pažinimo horizontus, ugdo individo estetinių jausmą, daro neabejotiną įtaką asmenybės vertybinių nuostatų formavimuisi.

Kraštovaizdžio estetinė vertė ypač svarbi ir turizmo plėtotei. Graži aplinka gali pritraukti ir daugiau turistų, kurie per apsilankymus paliks ir daugiau pinigų. (Nesitiktinai Kenijoje draudžiama medžioti dramblius ir eksportuoti jų iltis. Sumedžiotų dramblių ilčių eksportas atneštų kasmet 3 mln. dolerių, o atvykusieji pasižiūrėti dramblių turistai kasmet šaliai atveža per 50 mln. dolerių pajamų).

Kita vertus, ir pats žmogus gali imtis veiksmų, siekdamas padidinti ekologinę ir estetinę žemės valdų vertę: nusausindamas menkavertes pelkes, nykius kemsynus paversdamas pušynais ir t. t. Aišku, tam būtinos papildomos išlaidos. Tačiau taip sukultūrinta ir ekologizuota žemės valda įgyja ne tik didesnę estetinę vertę, kyla ir žemės kaina.

Kainos kilimas nereiškia žemės vertės didėjimo, bet išauga konkretaus sklypo vertė pavienio žmogaus akyse. Kitaip tariant, tiesiog atsiranda toks sklypas, unikalioji vieta, už kurią žmogus pasirengęs mokėti daugiau, nes:

- 1) tai jam asmeniškai maloni vieta, tenkinanti jo poreikius,

2) jis nori būti vienintelis jos turėtojas (būdamas jos savininkas, jis jaučiasi esąs išskirtinis).

Žinoma, ne visi gali (finansiskai pajėgūs) tokią norimą unikalią vietą įsigyti. Taip pat ne visiems aplinkos kokybė yra tapusi *vidine vertybe*.

Reikalauti aplinkos kokybės, kad ji taptų *vidine vertybe*, dar nereikia reikalauti, kad ji taptų atpildu, kompensacija individui. Kitaip tariant, nedera siūlyti saugios aplinkos vietoj atlyginimo. Juk ne visiems žmonėms aplinkos kokybė yra vienodai asmeniškai svarbi tapusi vidine vertybe. Žmonės turi savų interesų ir tikslų, kurių siekia. Tiesa, natūrali gamta žmones įkvėpia, priverčia stebėtis, gerėtis. Kartu gamta yra mūsų buvimo Žemėje prielaida. Ji teikia žaliavas gamybai ir priglobia žmonių. Todėl negalima žiūrėti į gamtą tik kaip į materialinių išteklių sandėlį ir manyti, kad gamtą ir jos išteklius galima tvarkyti griežtai pagal rinkos dėsnius. Kai kurios aplinkos vertybės (oras, miškai, vanduo), nors yra materialaus pobūdžio dalykai, tačiau kartu tai – aukštesnio lygmens vertybės negu paprastos prekės, pavyzdžiui, automobiliai, pastatai ir t. t.

Be to, gamtos objektai kaip ekologinės vertybės, kaip minėjome, turi ypatingą estetinį aspektą, kurį sunku išreikšti ir nusakyti griežtais terminais, tuo labiau jį įvertinti pinigais. Todėl monetarizuoti gamtinės aplinkos (ekologines) vertybes sunku. Taip pat negalima jų įvertinti ir vien tik per rinkos santykius. Rinkos normos čia nedaug gali padėti, nes jos neapima aukštesnio lygmens – aplinkos vertybių normų. Būtent pastarosios padeda

kurti visuomenei ypatingą naudą, duoda pelną, kurį pinigais sunku išreikšti.

Nepaisant to, pastangos įvertinti gamtos objektų ekonominį vertingumą nemažėja. Kita vertus, akivaizdu ir tai, kad gamtos objektai dar turi ir ekologinį bei kultūrinį-educacinį vertingumą.

Taigi, visos minėtos aplinkos kokybės vertingumo dimensijos yra glaudžiai tarpusavyje susijusios, ir gali būti suprastos ir tinkamai įvertinta tik glaudai vienovė.

Aplinkos kokybės vertingumo nustatymo galimybės: skirtis ir sąveika

Gamtinės aplinkos objektų ekonominį ekologinį ir kultūrinį-educacinį vertingumą padeda geriau suprasti *gamtos parko fenomenas*. Jį aptarsime detaliau.

Gamtos parkas yra svarbus daugeliui žmonių:

- ✓ Pirmiausia lankytojams, tai galimybė tiesiogiai susipažinti su unikaliais gamtos objektais, patirti jų estetinį žavesį ir praturtinti savąją ir artimųjų (vaikų) gamtos pažinimo patirtį;
- ✓ Gamtos parko darbuotojams, kurių pagrindinė funkcija – padėti išsamiau pažinti gamtos objektus suteikiant apie juos lankytojams atitinkamą informaciją;
- ✓ Mokslininkams kaip galimybė atlikti gamtinius stebėjimus;
- ✓ Menininkams ne tik kaip galimybė semtis įkvėpimo, bet ir kaip vieta, kur gali būti eksponuojami jų darbai (pvz., skulptūros, medžio dirbiniai ir t. t.);
- ✓ Verslininkams kaip proga pasiūlyti lankytojams papildomų paslaugų (unikalių pramogų ir naujų galimybių,

pvz., prekybos suvenyrais, organizavimas ir kt.). Turizmo verslo organizatoriams – šalia esantis gamtos parkas – tai galimybė pritraukti daugiau lankytojų.

Taigi gamtos parke savaip persipina, yra tinkamos, papildydamos viena kitą netgi trys vertybių rūšys: ekologinės, kultūrinės ir ekonominės. Toliau derėtų bandyti nusakyti, kas gi sudaro gamtos parko ekologinį, ekonominį ir kultūrinį vertingumą.

Ekologinis gamtos parko vertingumas – nustatomas pagal tai, kaip čia sutelkta gamtiniu požiūriu įvairi ir turtinga fauna bei flora, kaip jis funkcionuoja kaip viena, nepažeista ir unikali ekosistema.

Ekonominis gamtos parko vertingumas – yra tai, kaip šis parkas yra efektyviai panaudojamas, gali teikti lankytojui kuo daugiau jam būtinų paslaugų, susijusių su gamtos objektų pažinimu ir naujų patirčių įgijimu. Šis gamtos parko gebėjimas teikti tokias paslaugas yra neabejotina vertybė, kuri pripažįstama rinkoje. Tačiau kartu dėl to, koku mastu gamtos parkas kaip institucija gali teikti grynai ekonomines ne tik kultūrinės (informacinės) paslaugas, yra plačiai diskutuojama mokslo pasaulyje.

Nepaisant nuomonių įvairovės vis labiau pripažįstama, kad gamtos parkas, siekdamas sulaukti lankytojų dėmesio (ekonominis interesas), gali panaudoti gamtos objektų ir subjektų (faunos) pristatymui tokią įrangą ir būdus, kurie paskatintų lankytojų antplūdį ir šitaip padidintų parko pajamas (pvz., specialių stebėjimo vietų įrangą ar sudaryti galimybių lankytojams patirti neįprastų pojūčių tiesiogiai susiduriant su gamtos objektais ir subjektais)

Lankytojų trauką taip pat gali aktyvinti ir eksponuojami parko teritorijoje meno

kūriniai (skulptūros, unikalūs medžio drožiniai ir kt.). Eksponuodami šiuos meno kūrinius, parkai tikisi, kad lankytojai už teikiamą paslaugą sumokės, t. y. atsilygins. Stengiamasi kad paslaugos vartotojas (parko lankytojas) būtų patenkintas. Gamtos parko požiūriu parko ekonominis vertingumo matas yra lankytojų lankomumas. Be to, esant gausnesniam lankytojų skaičiui, didėja tikimybė, kad dalis jų apsilankys ir parko parduotuvėje, kur galės įsigyti įvairių jiems siūlomų prekių, suvenyrų. Tai tik pagerins parko įstaigos finansinę padėtį (parkas galės užsidirbti papildomai).

Šiuo požiūriu gamtos parkai veikia kaip organizacija, kurianti ekonomines vertybes teikdama specifines paslaugas lankytojams. Pavyzdžiui, per parke organizuojamus mokymus – moksleivių grupių instruktavimas ir kt., kur kuriamas ir bendras (viešas) ir privatus (individualus) turtas: jei žmogiškosios vertybės po tokio mokymo didėja, tai didesnė ir tikimybė, kad ateityje didės ir tų žmonių jautrumas aplinkai, ugdysis atsakingas požiūris, kad racionaliai ir taupiai būtų naudojami gamtos ištekliai, bus sukurtas ir didesnis bendras gėris.

Taigi parkų teikiamos paslaugos individams ir organizacijoms yra savotiški ekologinių ir ekonominių vertybių rinkiniai, kuriuos jis gauna nusipirkęs bilietą ir apsilankęs jame.

Kultūrinis-edukacinis gamtos parko vertingumas. Jį nusako du esminiai dalykai:

- 1) patys gamtos kūriniai (objektai) ir
- 2) parkas kaip institucija, gebanti sukurti jų pristatymo lankytojui erdvę ir sudaryti sąlygas jų priėmimui.

Gamtos kūriniai (objektai). Į jų kultūrinę vertę galima pažvelgti tiek visuomeniniu, tiek individo požiūriu. Tiesa, kiekvienas laikotarpis savaip žvelgia į gamtos objektus ir skirtingai suvokia jų vertingumą. Tačiau kartu juos bando ir kultūriškai įprasminti (pvz., tautosakoje, prisiminkime pasakojimą apie Puntuko akmens atsiradimą). Be to, dalis gamtos objektų yra susiję su reikšmingais istoriniais įvykiais, kurie nuo jų neatsiejami. Šitai dalis itin išraiškingų gamtos objektų tampa tam tikru kultūriniu ženklu, kuris kaip paveldas perduodamas naujoms kartoms. Jie tampa vertingi visuomenės akyse kaip turintys ne tik estetinę, bet ir dvasinę, edukacinę bei istorinę vertę.

Individo požiūriu gamtos objekto vertingumas priklauso nuo to, kaip jis įdomus, estetiškai patrauklus. Taigi lemia subjektyvus vertinimas – estetinio santykio su vizualia aplinka patirtis ir turimas ekologinis išmanymas (Mulevičienė, 2005: 64–70).

Taigi, jis tampa tiek vertingas, kiek yra suformuota ekologinė sąmonė, išugdytas jautrumas aplinkai. Kitaip tariant, kaip individas yra parengtas (ir pasirengęs) jį priimti kaip vertybę. Tad galima sakyti, kad gamtos objektai, nors patys savaime yra svarbūs kaip individo gyvenamos aplinkos komponentai, sudarantys jo egzistencijos terpę, tačiau jų vertingumo supratimas priklauso nuo ugdymo ekologinių nuostatų. Aplinka bus tokia saugi, koks bus išugdytas išsąmonintas kokybiškos aplinkos poreikis ir būtinumas

Deja, realybė tokia, kad šiandien aplinkos vertingumo supratimui vis didesnę įtaką turi vartotojiškų nuostatų išgalėjimas įvairiose žmogiškosios veiklos srityse.

Jaunimas yra itin jautrus negatyvios praktikos pavyzdžiams. Vis labiau išgalint vartotojiškumo nuostatoms, jos paliečia ir mokinius. Tą rodo atlikti tyrimai. Kaip pastebi V. Aramavičiūtė, beveik trečdaliui tirtų mokinių buvo būdingas nelabai teigiamas santykis su gamta (Aramavičiūtė, 2005: 235). Gamta įvardijama kaip atsipalaidavimo ar poilsio vieta, o ne dvasinės atgaivos šaltinis. Gamta kaip vertybė, kuri savaime yra žmogaus traukos centras, šioje tiriamųjų grupėje beveik neįdomi. Autorė pastebi, kad utilitarinis vartotojiškas požiūris į gamtą darosi vis ryškesnis, užgožia jos filosofinį bei estetinį vertinimą. Todėl ir į gamtą einama tada, kai norima atitrūkti nuo kasdieninių rūpesčių, darbų, miesto triukšmo. Vartotojiškumas, gamtinių išteklių neracionalus naudojimas ir nebaudžiamumas už ekologinius pažeidimus skatina nepagarbą gamtai ir gyvybei apskritai. (Lamanauskas, Lukošiuūtė, 2004: 66–73).

Kita vertus, sveika gamtinė aplinka jau savaime turi edukacinę vertę, nes skatina tobulinti savo santykius su aplinka plačiajame prasme. Lankymasis gamtos parke sudaro galimybę stoti į akistatą su nekasdienine, neįprasta, jautria ir greitai pažeidžiama aplinka, kur reikia laikytis tam tikrų taisyklių, ir kartu būti įpareigojamai jautriems, elgesys savo ruožtu skatina individą atsiverti, atsiskleisti, parodyti giliai užslėptą savo vidinį jautrumą ir meilę mažesniai ir trapesniai. Šitai buvimas gamtoje ne tik papildo ekologinių žinių kraitį, plečia kultūrinį akiratį, bet ir padeda atsiskleisti asmens dvasingumui (Martišauskienė, 2004; Vasiliauskas, 2005).

Gamtos parko institucinė aplinka. Gamtos parkas kaip institucija sukuria

ypatingą aplinką, kur atėjęs žmogus gali pasigrožėti gamtos kūriniais. Šitaip parko sukurta aplinka jau savaime tampa kultūrine vertybe. Ir kuo daugiau parkas sugeba pateikti lankytojo pageidaujamų paslaugų plėsdamas jo pažinimą ir ugdydamas naujus gebėjimus ir kompetenciją, tuo labiau išauga parko kaip institucijos, turinčios kultūrinę-educacinę vertę, vertingumas. Parko tikslas yra išsaugoti jo, kaip gamtos objektų saugotojo ir galimybių plačiam visuomenei susipažinti su juo sudarytojo, vaidmenį. Šiuo požiūriu parkas yra vieta, kur vyksta individualus ir socialinis grupės žmonių (lankytojų) bendravimas, kurio metu skleidžiasi edukacinės vertybės, orientuojančios individą į naujų gebėjimų ir kompetencijų ugdymąsi (Higher Education, 2000: 214).

Taigi galima tarti, kad parko teikiamos paslaugos individams ir visuomenei yra savotiškas ekologinių, ekonominių ir kultūrinių-educacinių vertybių rinkinys, kurį galima įsigyti nusipirkus bilietą ir apsilončius jame.

Aplinkos kokybės supratimo formavimas reikalauja atitinkamo ugdymo ir didelių pastangų – šeimos, mokyklos, visuomenės, žiniasklaidos ir valstybės apskritai. Vyraujant vartotojiškumo nuostatomis ir pragmatiniam požiūriui į aplinką, kuri stengiasi įdiegti mūsų sąmonėje rinkos principų diegimo visose gyvenimo srityse propaguotojai, kyla klausimas: koks demokratinės valdžios ir švietimo institucijų vaidmuo ir galimybės atremiant rinkos iššūkius, užtikrinant visuomenei aplinkos kokybę ir puoselėjant vertybiškai orientuotus santykius su aplinka?

Demokratinės valdžios ir švietimo institucijų vaidmuo puoselėjant vertybiškai orientuotus santykius su aplinka

Demokratinėje visuomenėje viešos valdžios institucijos atsakingos už tai, **kokios ir kaip** yra suteikiamos piliečiams materialinės paslaugos ir kokia yra jų kokybė. Tačiau šių institucijų galimybės labai sumažėja, kai kalbama apie neprekinį (nematerialių) paslaugų suteikimą, pavyzdžiui, tokių kaip sveikatos apsauga, švietimas ir aplinkos kokybė. Akivaizdu, kad patenkinti piliečių poreikį ir garantuoti minėtų paslaugų kokybę valdžios institucijos turi daug mažiau galimybių negu rinka. Tačiau demokratinėje visuomenėje siekiama, kad piliečiai galėtų dalyvauti politinėje srityje ir įgyvendinti švietimo, sveikatos apsaugos ir socialinio saugumo teises. O svarbiausia – turėti realias galimybes daryti įtaką valdžiai ir taip pat jai priimant sprendimus (Delanty, 1999: 27–31). Jie gali bandyti privirsti (aktyviais veiksmais) Vyriausybę skirti daugiau lėšų sveikatos apsaugai, švietimui ir ekologijos reikalams, t. y. toms sritims (vertybėms), kurioms teikia pirmenybę.

Taigi užtikrinti ir aplinkos kokybę, nes tai laikytina svarbia vertybe. Savo ruožtu demokratinė institucijų pareiga imtis konkrečių priemonių.

Kita vertus, piliečiai nėra apsaugoti nuo valdžios siūlomų abejotinų eksperimentų, kurių įgyvendinimas daug kainuoja ir neduoda jokios naudos. Siekiant užkirsti kelią tokiems eksperimentams, ypač svarbūs du dalykai:

- 1) projektų rengimo ir teikimo viešumas, galimybė piliečiams dalyvauti jų svarstymuose ir taip daryti įtaką priimančioms sprendimams;
- 2) piliečių aktyvumo skatinimas (piliečių aktyvumas kaip demokratijos mokykla).

Demokratiinių institucijų atsakomybė piliečiams už ekologinį saugumą grindžiama dviem svarbiomis prielaidomis.

Pirma, demokratinės institucijos privalo rūpintis individo gyvenimo socialinių sąlygų gerinimu ir suteikti jam nesuinteresuotą pagalbą įgyvendinant savus tikslus ir puoselėjant savas vertybes. Tuo tarpu darbdaviai stengiasi privatizuoti, nusavinti šias individo puoselėjamas išorines ir vidines vertybes ir priversti jomis naudotis siekiant firmos tikslų. Firma linkusi gerinti tik tas aplinkos sąlygas, kurios, jos vadovų manymu, padės greičiau pasiekti geidžiamą tikslą. Taigi čia darbdavio vertybinė orientacija – pelno siekimas – kertasi su darbuotojo siekais: už atliktą darbą gauti ne tik gerą atlyginimą, bet ir galimybę visapusiškai saviraiškiai, o ne laikytis tam tikrų ribų, kurias jam yra nustatiusi firma. Todėl natūralu, kad žmogus niekada nebus visiškai patenkintas darbu, nes firma nesuteiks visapusiškų galimybių ir nesusidarys iki galo jo poreikius visai atitinkančių sąlygų. O jeigu ir suteiks – tai lauks pirmiausia *sau naudingo* rezultato. Kitaip tariant, aplinkos sąlygų gerinimas, kurį atliks firma, visada turės naudos aspektą. Darbuotojas firmai bus tik „galimybė“ maksimaliai panaudoti jo gebėjimus, išspausti viską, ką galima. Darbuotojo puoselėjamos vertybės bus traktuojamos per prekinio fetišizmo prizmę: palaikomos ir skatinamos tos jo „vertybės“, kurias ilgai-

niui bus galima paversti preke (žmogaus sugebėjimą, leidžiantį sukurti produktą, kuris atneš pelną). Tuo tarpu demokratinės valdžios institucijos veikia (turėtų veikti) nesuinteresuotai.

Demokratinėms institucijoms pilietis yra vienas iš daugelio – lygus su kitais. Jis gali reikalauti tokių teisių ir galimybių gauti sau iš visuomenės dispozicijos esančių gėrybių dalį kaip ir kiti. Institucijos stengiasi visiems, nepriklausomai nuo jų amžiaus, išsilavinimo ar lyties tas turimas gėrybes paskirstyti. Tuo tarpu rinkos situacijose darbuotojai neturi vienodai lygių teisių ir sąlygų reikalauti pagerinti padėtį. Juk, šiaip ar taip, firmos aktyse darbuotojai nėra lygūs – vieni vertinami labiau už kitus. (Lemia ne tik kvalifikacijos lygis, sugebėjimai, bet ir asmeniniai ryšiai ir kt.) Todėl firmos dėmesys vienam darbuotojui bus nebūtinai toks pat kaip kitam.

Antra, demokratinės institucijos sudaro galimybę individui reikšti savo požiūrį į rinką ir joje puoselėjamas vertybes. Tą požiūrį pilietis gali pareikšti ne tik kaip vartotojas, bet ir kaip rinkėjas, taigi jis gali netiesiogiai įvertinti esamos rinkos rezultatus. Tai jis daro balsuodamas arba dalyvaudamas įvairiose akcijose, kurios išoriškai nėra priešiškos pačiai rinkai. Tačiau tie veiksmai yra iš dalies išprovokuoti ir rinkos būklės, joje vyraujančių santykių pobūdžio (pavyzdžiui, nepasitikėjimo Vyriausybe dėl sunkios ekonominės padėties pareiškimai, skelbiami įvairių profesinių sąjungų, firmų, skatinančių visuomenei nepriimtinių vertybių ir elgsenos būdų palaikymą, boikotas ir kt.). Savo ruožtu aktyvūs piliečių veiksmai gali turėti įtakos ir socialinei sferai, ir rinkos santykiams –

paskatinti rinkos dalyvius ieškoti optimalės sąveikos ir interesų suderinamumo. Kartu jie rodo ir piliečių socialinį brandumą, solidarumo svarbos, siekiant bendrų tikslų, supratimą. Savo ruožtu šie solidarūs veiksmai turės įtakos ir socialinių santykių kaitai ir jos kryptį.

Žmonėms rūpi, kad socialiniai santykiai būtų kontroliuojami ir kad nebūtų patiriama pernelyg daug rizikos. O svarbiausia – kad tie santykiai būtų nusakomi, prognozuojami ir negrėstų ekonomikos bei padėties pablogėjimas. Aplinkos, sveikatos ir švietimo paslaugų kokybė savaip charakterizuoja socialinius santykius ir patį socialinį gyvenimą, jame vyraujančias vertybines nuostatas bei prioritetus. Daugeliui piliečių tai yra svarbios vertybės. Todėl viešoji politika ir orientuota į tai, kad aplinkos kokybė, sveikatos ir švietimo teikiamos paslaugos būtų ne tik kokybiškos, bet ir prieinamos kuo daugiau piliečių. Tačiau būtent čia ir kertasi viešosios politikos ir rinkos nuostatos

Rinka teigia – už kokybę reikia mokėti, bet tada gali ir rinktis. Tuo tarpu viešoji nuomonė skelbia – aplinkos, sveikatos ir švietimo paslaugų kokybė turi būti prieinama visiems, t. y. rinktis turi teisę kiekvienas, nesvarbu, kad jis neturi galimybių už tai sumokėti. Juk aplinkos, sveikatos ir švietimo kokybė yra visuotinė visuomenės, o ne pavienio žmogaus vertybė. Nuo jos priklauso visuomenės gyvenimas ir ateitis. Taip pat ir rinkos ateitis – nesveikas, paliejęs, negalįs pasinaudoti kokybiškomis sveikatos paslaugomis, menko išsilavinimo žmogus bus nereikalingas ir rinkai, jis taps jai tik papildoma našta.

Taigi žmogaus gerovė, jo ateitis, o drauge ir visuomenės gerovė neišsivaizduojama be aplinkos, sveikatos ir švietimo kokybės.

Nenuostabu, kad reikalaujama išsaugoti ekosistemas, gyvūnijos populiaciją, miškus, ežerus ir upes, kurti biosferos draustinius ir kt. Taip pat reikalaujama skirti vis daugiau dėmesio sveikatos ir švietimo paslaugų kokybės gerinimui taikant praktikoje naujausius mokslo pasiekimus. Taip pamažu aplinkosauga, švietimas, sveikatos apsauga žmogui vis labiau tampa *vidine vertybe*, svarbia jam asmeniškai ir dėl jos jis pasirengęs grumtis su ekologijos reikalavimų nesilaikančiomis firmomis ir reikalauti, kad valdžia priimtų patikimesnių įstatymų, galinčių pasitarnauti žmogui, kad būtų realiai užtikrinta aplinkos, sveikatos ir švietimo paslaugų kokybė.

Įsigali nuomonė, kad negalima žiūrėti į gamtą kaip į materialinių išteklių sandėlį ir manyti, kad juo galima laisvai disponuoti ir tvarkyti pagal rinkos dėsnius. Kai kurios aplinkos vertybės (oras, miškai, vanduo), nors ir yra materialinės, tačiau visai kito – aukštesnio lygmens nei paprastos prekės. Be to, aplinkos vertybės turi ypatingą estetinį aspektą, kurį sunku išreikšti ir nusakyti griežtais terminais. Todėl monetarizuoti aplinkos vertybių negalima. Negalima jų įvertinti ir per rinkos santykius – šios vertybės padeda kurti ypatingą naudą, duoda pelną, kurio pinigais išreikšti neįmanoma.

Tas pat pasakytina ir apie švietimą.

Nors išlaidas švietimui ir galima suskaičiuoti, tačiau kur kas sunkiau nustatyti, kaip suformuotos ekologinės piliečių nuostatos paveikė visuomenės vystymąsi, koks iš tikrųjų jų indėlis į ekonominę ir socialinę pažangą. Išreikšti to pinigais

neįmanoma. (Wolfensohn, 2000) Tačiau kartu negalima jo nepastebėti. Kita vertus, ekologinėmis pastangomis puoselėjama kokybiška aplinka sudaro ne tik palankią terpę žmogaus buvimui, tuo gerindama jo gyvenimo kokybę, bet ir skatina ieškoti būdų, kaip ją tobulinti, o kuriant materialinę gerovę – prekes ir paslaugas, paisyti ekologijos reikalavimų.

Tačiau toks aplinkos vertingumo supratimas neateina savaime. Jis turi būti ugdomas įveikiant vartotojiškumo vienusiškumą.

Tad kyla klausimas: kokios valstybės ir jos demokratinių institucijų galimybės?

Reikia pripažinti, kad Valstybės ir jos demokratinių institucijų galimybės bandyti „įveikti“ rinką, monetarinį požiūrį į aplinkos ir švietimo vertybes yra gero-kai menkesnės, negu piliečių, savo pasirinkimais galinčių daryti jai realią įtaką. Valstybė kaip ir rinka atlieka kai kurias panašias funkcijas. Jos siekia patenkinti individą ir tuo pelnyti jo dėmesį – būti jam reikalingos. Iš esmės viena siūlo patenkinti tai, ko negali padaryti kita, tačiau tą patenkinimo efektyvumą vertina skirtingais kriterijais.

Valstybė per savo demokratinės valdžios institucijas patenkina tai, ko rinka žmogui negali suteikti – „saugumo jausmą“. Tačiau ji negali efektyviai lenktyniauti su rinka dėl atskirų jo poreikių (aplinkosaugos, sveikatos, švietimo) patenkinimo kokybės. Šią savo „negalę“ ji gali kompensuoti, stengdamasi garantuoti individui saugumą, priimdama atitinkamus įstatymus. Tai perša mintį, jog valstybė ir rinka individui saugumą bando garantuoti kiekviena savaip. Iš esmės tai du skirtingi būdai.

Rinkos – pagal rinkos normas: esi tiek saugus, kiek esi pasirengęs ir gali sumokėti už savo saugumą (t. y. kiek gali realiai įsigyti ekologiškai švarių prekių, pasirinkti ekologiškai komfortišką gyvenamąją vietą, įgyti kokybišką išsilavinimą ir tikėtis kokybiškų sveikatos paslaugų).

Valstybės – pagal pilietinio aktyvumo normas: esi saugus tiek, kiek visuomenėje egzistuoja piliečių solidarumas kolektyviai, per įvairias akcijas apginti savo teisę į ekologinę saugą, kokybišką švietimą ir sveikatos apsaugą. Kitaip tariant, priversti valdžios institucijas ir Vyriausybę skirti lėšų jų kokybei gerinti.

O tai įmanoma, jei piliečiai aktyviau dalyvautų formuluodami, kokio saugumo (ekologinio, ekonominio, politinio, švietimo ir kt.), kokios paslaugų kokybės jie norėtų susilaukti, ir skatintų savo išrinktąją valdžią įsiklausyti į šiuos jų reikalavimus ir atitinkamai reaguoti.

Pilietinio, taip pat ir ekologinio sąmoningumo ugdymas – tai jau švietimo institucijų priedermė. (Ranonytė, 2006: 63–74). Tiesa, įstatymai turi įpareigojančią galią. Jie gali padėti sureguliuoti santykius tarp ekonominių subjektų, tačiau jie negali užtikrinti, kad jų bus laikomasi privalomai. Tad įstatymas lieka įstatymu. Kur kas svarbiau, kad jo būtų laikomasi. O tam vien išorinės prievartos nepakanka.

Įstatymų veiksmingumas daug kuo priklauso nuo visuomenės ir pavienio piliečių įsisaugojimo aplinkos kokybės reikalingumo. Aplinkos kaip vertybės suvokimo ir pavertimo savo savastimi. O tai jau asmens edukacijos sritis. Mokyklos priedermė formuoti sveiką ekologinę sampratą ir ugdyti sąmoningą ir aktyvią ekologiškai orientuotą asmenybę.

Be tokios asmenybės, pasirengusios ginti aplinkos kokybę, kaip vieną svarbių savo gerovės garantų, ugdymo, visi įstatymai, įpareigojantys saugoti aplinką ir tuoginantys viešą interesą, bus neveiksmingi.

O jų vykdymas – problematiškas. Tik palaikantis vertybiškai orientuotus santykius su aplinka asmuo gali elgtis atsakingai. Tad nenuostabu, kad ekologinį išsilavinimą turinčio žmogaus reikalingumą vis labiau supranta ir šiuolaikinis verslas.

Išvados

1. Vartotojiškoje visuomenėje aplinkos kokybė yra visuotinė vertybė, o ne pavienio žmogaus, nes siejama su visuomene ir jos ateitimi. Nuo aplinkos kokybės labai priklauso ir ekonominė bei kultūrinė visuomenės būklė. Tačiau aplinkos kokybė rinkos sąlygomis turi ir savo vertę – už aplinkos kokybę reikia mokėti. Būtent tai ir sukelia įtampą tarp verslo pastangų monetarizuoti gamtinės aplinkos (ekologinės) vertybes ir piliečių teisės į kokybišką aplinką, kaip teisės į saugios egzistencijos erdvės prigimtinei išraiškai.
2. Aplinkos kokybę galima nusakyti trimis dimensijomis – ekologine, ekonomine ir kultūrine-educacine. Nors jos tarpusavyje ir susijusios, bet kartu reiškia skirtingus jos vertingumo aspektus. Aplinkos kokybės ekologinis vertingumas yra toks, kaip yra užtikrintas nepažeistas ir unikalus ekosistemos funkcionavimas. Ekonominis vertingumas yra toks, kaip efektyviai ši aplinka yra panaudojama, gali teikti lankytojui kuo daugiau jam būtinų paslaugų, susijusių su gamtos objektų pažinimu ir naujų patirčių įgijimu. Kultūrinį-educacinį vertingumą nusako trys esminiai dalykai. Pirma, tai patys gamtos objektai, susiję su reikšmingais istoriniais įvykiais, kurie nuo jų neatsiejami, tapdami vertingi visuomenės akyse kaip turintys ne tik estetinę, bet ir dvasinę bei istorinę vertę. Šitaip gamtinė aplinka įgyja educacinę vertę. Antra, tai gamtos objektų saugos institucinė aplinka. Kuo aplinkosaugos institucija veikia efektyviau, geba suteikti lankytojams pageidaujamų paslaugų, tuo labiau išauga jos kaip institucijos, turinčios kultūrinę vertę, vertingumas. Trečia, piliečių educacinis pasirengimas. Kuo piliečiai labiau bus ekologiškai išprusę, išsilavinę, tuo labiau gyvenamos aplinkos kokybei teiks kultūrinio vertingumo prioritetą. Aplinkos kokybė taps vidiniu įsisąmonintu poreikiu, skatinančiu ieškoti būdų, kaip įveikti rinkos suformuotą monetarinį požiūrį į aplinkos vertybes.
3. Demokratinės valdžios institucijų atkirčio rinkos iššūkiams galimybės siebtinos su atitinkamų įstatymų priėmimu ir griežta jų laikymosi priežiūros kontrole, kuriai esant aplinkos kokybė taptų ne deklaratyvus, o tikrai prioritetas ir viešas interesas. Šitaip būtų suteikta ir parama švietimo institucijoms, sudaryta palankesnė socialinė psichologinė terpė jaunimo vertybinio požiūrio į aplinkos kokybę, ugdymui. Be vertybiškai orientuotos asmenybės, pasirengusios ginti aplinkos kokybę, kaip vieną svarbių savo gerovės garantų, ugdymo visi įstatymai, įpareigojantys saugoti aplinką ir šitaip ginantys viešą interesą, bus neveiksmingi. Ugdyti tokią asmenybę – pirmiausia yra švietimo institucijų priedermė.

LITERATŪRA

Aramavičiūtė V. Auklėjimas ir dvasinė asmenybės branda. Vilnius: Gimtasis žodis, 2005.

Aramavičiūtė V. Dvasinis ugdymas postmodernioje visuomenėje. // *Acta paedagogica Vilnensia*, 2004, Nr. 13, p. 44–53.

Barbier E. *The Economic of Environment and Development: Selected Essays*. Cheltenham; Edward Elgar, 1998.

Beck U. *Ecological Enlightenment: Essays on the Politics of the Risk Society*. New Jersey: Humanities Press, 1995.

Berke F., Folke C. A Systems perspective on the interrelations between natural, human – made and cultural capital // *Ecological Economics*. 1992, Nr. 5, p. 1–8

Boswell J. *Community and Economy. The Theory of Public Cooperation*. London; Routledge, 1990.

Clark C. *From natural value to social value*. Chicago: Free Press, 1995.

Goldblat P. *Social Theory and the Environment*. Cambridge; Polity Press, 1996.

Delanty G. *Social Theory in a Changing World. Conceptions of Modernity*, Cambridge: Polity Press, 1999.

Harris J. *The value of Life*. Boston; Routledge and Kegan Paul, 1995.

Higher Education and Its Communities, by Ian McNay, ed. Buckingham and Philadelphia: Open University Press, 2000.

Kalenda Č. *Ekologinė etika; ištakos ir dabartis*. Vilnius, 2002.

Lamauskas V., Lukošytė J. Pradinių klasių mokytojų požiūris į pagarbos gyvybei ugdymą // *Pedagogika*. 2004, Nr. 71, p. 66–73.

Tooman M. Why not to calculate the value of world's ecosystem services and natural capital. *Ecological Economics*. 1998, No. 25. P. 57–60.

Martišauskienė E. Dvasinių vertybių įkūnijimas paauglių elgesyje // *Acta paedagogica Vilnensia*. 2004, Nr. 13, p. 53–61.

Mulevičienė J. Mokinių estetinio santykio su žuvaliaja aplinka veiksniai // *Pedagogika*. 2005, Nr. 79, P. 64–70.

Power Th. *The Economic Value of the Quality of Life*. Boulder, Col: Westview Press, 1990.

Ranonytė A. Lietuvos moksleivių pilietiškumo ir tautinio tapatumo formavimosi prielaidos // *Acta paedagogica Vilnensia*. 2006, Nr. 16, P. 63–74.

Throsby D. *Economics and Culture*. Cambridge University Press, 2001.

Vasiliauskas R. *Vertybių pedagogika*. Vilnius, 2005.

Wolfensohn J. D. *Culture Counts: Financing, Resources and the Economics of Culture in Sustainable Development*. Washington, CD: World Bank, 2000.

Гроув В. *Зарождение на Западе движений в защиту окружающей среды. В мире науки (Scientific American)*. 1992, Nr. 9–10.

THE QUALITY OF ENVIRONMENT AS A VALUE IN THE CONSUMER'S SOCIETY: ECOLOGICAL, ECONOMIC AND CULTURAL-EDUCATIVE DIMENSIONS

Valdas Pruskus

S u m m a r y

The quality of environment as a value in consumer's society and its ecological, economic and cultural-educative dimensions are discussed in the paper. The quality of environment in the consumer's society is universal and not a single man's worth, because it is related with the society and its future. The economic and cultural state of the society mainly depends on the quality of the environment. But the quality of the environment in the market conditions has its own value – it should be paid for it. This arises tension among business efforts to monitor ecological values and the rights of the citizens for the qualitative environment which is an expression of the born right for a secure space of existence. The

quality of environment is defined by three dimensions – ecological, economic and cultural-educative. Though these dimensions are interdependent, they also express different worth aspects. The ecological worth of environment quality lies in how unblemished and unique functioning of ecosystem is secured. Economic worth is how effectively this environment is used, what services for a visitor it can offer, mostly needed for cognition of objects of nature and for the acquisition of new experiences. Cultural-educative worth is defined by three essential things. Firstly, the objects of nature are related with significant historical events and become valuable in the society as having not only aesthetic, but

also spiritual and historical value. In this way, the natural environment acquires an educative value. Secondly, it is the institutional environment of the security of the objects of nature. The more effectively the institution of environment protection functions, the more ecological, cultural and economic worth of it, as an institution is growing up. Thirdly, the educative preparation of the citizens is very important. Highly ecologically educated citizen will give cultural worth priority for the quality of living environment.

The institutions of a democratic government are

oriented that the quality of environment would not be only declarative, but also become a priority and public interest. In this case a support would be given to the educational institutions and a favorable psychological medium would be formed for the youth's valuable standpoint towards the quality of the environment.

Key words: education, value, quality of environment, consumer's society, market, democratic, economical and cultural value, institutional environment, education institutes, ecological consciousness.

Iteikta: 2007 10 15
Priimta: 2008 01 02