

ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ МОДЕРНИЗАЦИИ, КОЭВОЛЮЦИИ, МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Докт. филос. наук, проф. ЛОЙКО А. И.

Белорусский национальный технический университет

Национальная экономика Беларуси активно модернизируется на основе инновационной стратегии развития государства. При этом все большую роль начинают играть факторы обеспечения устойчивости внутреннего рынка с точки зрения энергетической, продовольственной самообеспеченности, наращивания экспортного потенциала промышленного и аграрного производств. На этапе интенсивного инновационного развития страны обозначились три ключевые задачи, связанные с энергетической безопасностью, коэволюцией и менеджментом качества. Из перечисленных терминов напрямую не используется термин «коэволюция», но он подразумевается в содержании практически всех задач инновационного развития государства. В статье будут рассмотрены методологические интерпретации коэволюции с точки зрения реализации в Беларуси новейших концепций менеджмента качества, что позволит повысить экспортный потенциал страны и привлекательность отечественной продукции.

При рассмотрении конкретной задачи всегда необходимо концептуальное предварение ее решения. Под модернизацией нами понимается приведение существующей промышленной и аграрной инфраструктуры и коммуникаций в соответствие с международными стандартами качества, что обеспечит предприятиям решение задачи диверсификации экспорта и усилит экономическую безопасность государства. Модернизация предполагает использование механизмов инновационной деятельности. «Менеджмент качества» – это понятие, которое обозначает комплексную деятельность, вклю-

чающую изучение мировоззрения покупателя, разработку, внедрение и сертификацию систем качества. Полный цикл соответствия деятельности международным стандартам качества предполагает анализ качества проектирования; материалов, конструкций, оборудования; качества выполняемых производственных работ, организации логистики, сервисного обслуживания. Менеджмент качества предполагает формулирование политики качества, в рамках которой отражаются цели конкретной организации, аспекты систем качества, обязательства предприятия поставлять потребителю продукцию в установленные сроки, заданного качества, по приемлемым ценам, в заданных объемах. Важным этапом реализации менеджмента качества на предприятии является получение сертификатов качества на продукцию и непосредственно сама сертификация качества. В понятии «коэволюция» отражаются процессы взаимной зависимости, взаимовлияния на уровне неживой, живой природы, общества. Имеется в виду совокупность связей в форме взаимозависимого развития. Если значимость модернизации и менеджмента качества не подвергается сомнению, то отношение к инвестированию в охрану окружающей среды является неоднозначным, что и подтвердил международный форум, проходивший в 2010 г. в Копенгагене. В декабре 2010 г. на международной конференции по изменению климата, проходившей в Канкуне на территории Мексики, были достигнуты соглашения о дифференцированном вкладе государств мира в экологические проекты. Но не все страны одобрили это решение. Однако никто уже не отрицает нали-

чия мощной социальной базы у сторонников сбалансированного развития. Эта особенность сказывается и на содержании модернизации и стандартах менеджмента качества. Поэтому существует необходимость в более пристальном анализе процессов взаимодействия человечества и природы, живой и неживой природы в контексте эволюции и современных тенденций на мировом рынке. Козволюция была выделена как предмет специального изучения первоначально на уровне взаимодействия живых организмов и среды и стала предметом изучения биологов и экологов. Затем ее особенности были спроецированы на взаимодействие живой, неживой природы и общества [1]. Такой подход открыл путь к разработке междисциплинарной концепции коэволюции. По итогам научных исследований стало очевидным, что коэволюция создает между системами устойчивые процессы обмена веществом, энергией, информацией. Результатом этих процессов являются новые формы неживой и живой природы, техногенной деятельности человечества.

Наиболее известная модификация коэволюции на уровне молекулярных структур представлена биоминерализацией. Эта модификация сделала возможным образование минералов молекулами и тем самым получила развитие вторичная минерализация планеты, продуктом которой стали такие минералы, как магнетит, целестин, гипс. Геологическая структура планеты разнообразилась карбонатными осадочными породами, залежами джеспиллитов, золотосодержащих, медно-колчеданных, полиметаллических руд. Козволюция в форме контролируемой биоминерализации обеспечила поступление в организмы минералогической основы для формирования скелета, что резко повысило устойчивость живой природы за счет разнообразия видов и эффективной роли формирующей функции скелета. Биотические и абиотические молекулы и атомы через механизмы коэволюции создали эффективную технологию формирования разнообразных жизненных функций и ресурсов для человечества. Этот аспект важно изучать с точки зрения геологии и развития горнорудной промышленности в стране.

Козволюция стала предметом активного изучения на уровне внутренних процессов биосферы. В первую очередь интерес вызывают модификации сингенеза. Они изучаются в форме взаимоотношений хозяин – паразит, хищник – добыча, насекомое – растение. Формирование взаимосвязей между популяциями в процессе эволюции шло в географической среде. Биологи выявили три основных механизма взаимодействия популяций, основанных на узкой специализации, генерализации, симбиозе.

Узкая специализация обеспечивает доступ популяции к веществу, энергии, информации на основе формирования определенного образа жизни (ночного, дневного), адаптации к пищевому рациону, состоящему из одного вида организмов, что неизбежно сказывается на трансформации тела и его рабочих органов. Генерализация отражает стремление популяции выжить в географической среде путем расширения разнообразия пищи, всеядности, миграции. Симбиоз вырабатывает взаимодействие, связанное не только с пищей, но и безопасностью. Получаемые учеными знания об основных механизмах коэволюции используются для развития ветеринарной науки, повышения эффективности селекционной работы, борьбы с паразитами.

Механизмы социальной коэволюции используются человечеством с ранних периодов истории [2]. Первоначально применялся механизм репродуктивных возможностей животного и растительного миров. Этот тип культуры в основном зависел от наличия биологического разнообразия пищевой направленности, успешной охоты, рыбалки, собирательства. Такой тип социальной коэволюции не гарантировал устойчивость жизни сообществ первобытных охотников. Поэтому человечество сделало шаг к освоению биотехнологий одомашнивания диких животных, селекции растений, использования природных материалов.

Козволюция человечества с модифицированным им же биологическим разнообразием планеты стала новым этапом, в рамках которого ресурсы общества многократно возросли, что сделало возможным формирование аграрных цивилизаций, возникновение городской культуры. В условиях интенсивного роста населения, его потребностей, обусловленных

становлением светской культуры, рассматриваемый исторический тип коэволюции стал недостаточным с точки зрения потребностей западно-европейского населения. Не смогла решить возникшую проблему даже массовая миграция европейцев на другие континенты. В результате начали формироваться исторические механизмы коэволюции общества и природы, в которых особая роль отведена машинно-рудной ингрессии, взаимно изменяющей человека и внешнюю природу посредством техногенной деятельности.

Техника в форме машин и научно организованного труда позволила обществу многократно увеличить производительность деятельности и обеспечить производство прибавочной стоимости. В результате возникла основа для существования либеральной экономики. В ее основе лежат механизмы регулирования через спрос и предложение, общественное разделение труда между городом (основной потребитель биологической продукции) и селом (потребитель орудий труда и товаров промышленной группы). Для обеспечения производства машин, систем коммуникаций понадобилась дополнительная ресурсная база в виде угля, железной руды, что обусловило бурное развитие горно-рудной промышленности и вызванное этим развитием нарушение устойчивости природно-ландшафтных комплексов (запыление атмосферы, выветривание поверхностных пород, загрязнение подземных вод, эрозия плодородных почв). Промышленные разработчики стали конкурировать с традиционными пользователями земли (сельскохозяйственное, лесное производство). Развитие транспортных коммуникаций привело к дополнительному изъятию из сельскохозяйственного оборота земель.

К концу XIX в. индустриальное общество усилило техногенное давление на природу через активное развитие энергетики, автомобилестроения, химической и нефтехимической промышленности. Потребление ресурсов распространилось на дополнительные резервы, аккумулированные в виде полезных ископаемых. Отработанные породы стали накапливаться в промышленных отвалах, стоках. Среда не успевала адаптироваться к таким объемам вещества. Фактически деятельность человечества вышла за пределы репродуктивных возможностей

биосферы, поскольку речь стала вестись о возможном исчерпании углеводородистого сырья, других ресурсов. Ограниченность ресурсов подтолкнула крупнейших производителей и потребителей к формированию мировоззрения геополитического контроля над территориями, потенциально богатыми полезными ископаемыми. Мировой энергетический кризис 80-х гг. XX в. показал человечеству, что необходима новая историческая форма коэволюции, в основе которой должны лежать принципы устойчивого развития общества и внешней природы с позиций потенциала высокотехнологичной модернизации. Интересы природы и экономической рентабельности соединились в пункте инновационной стратегии формирования наукоемких производств, основанных на технологиях глубокой и эффективной переработки сырья, вторичного использования ресурсов, безотходных процессов. Стала очевидной необходимость перестройки инженерного мышления. Эта перестройка происходила в рамках формирования культуры системотехнического проектирования территориальных структур, урбанизированных пространств. В рамках рассматриваемого подхода стали решаться задачи обеспечения гигиенических условий жизнедеятельности населения путем рационального природопользования, охраны окружающей среды, модернизации инфраструктуры и коммуникаций, оптимизации воздушных, транспортных, водных потоков (канализационных структур).

Макропроектирование в качестве территориальных единиц избрало регион, агломерацию. Микропроектирование акцентировано на средних и малых городах, агрогородках, населенных пунктах с традиционной инфраструктурой. Главный параметр коэволюции во всех видах системотехнического проектирования определяется понятием «экологическое равновесие», которое достигается в границах ландшафтно-природного комплекса обеспечением территориально-биосферного разнообразия, перераспределением техногенных нагрузок. Речь идет о создании биоценозов, способных к саморегулированию в условиях техногенной среды. Для решения этой задачи необходимо знать базовые биологические взаимосвязи, которые обеспечивают устойчивость биоценозов в дан-

ном регионе. Классификация биологического разнообразия планеты по подобному критерию мировой наукой только начата. Устойчивость биоценозов определяется в значительной степени саморегулированием и воспроизводством атмосферного воздуха, водных ресурсов, почвы, лесных и парковых зон, а также геохимической и физической активностью ландшафтов, балансом биомассы.

Важную роль в развитии коэволюционной методологии играют методы географии, в частности климатологии, метеорологии, биогеографии, ландшафтоведения, геохимии ландшафтов, социально-экономической и медицинской географии. Геохимические описания территорий позволяют прогнозировать их устойчивость к антропогенным нагрузкам. Эти нагрузки проецируются также на второго участника социоприродной коэволюции – человека с точки зрения учета: 1) предельно допустимых концентраций химических элементов в атмосфере, воде, почве; 2) критериев зонирования; 3) ограничений; 4) нормирования санитарных разрывов, очистки производственных выбросов и сточных вод, утилизации, обеззараживания мусора. Большие планы человечества в русле решения этих задач связываются с модернизацией и инновационной деятельностью.

Инновационная деятельность решает задачи: 1) совершенствования технологий очистки сточных вод; 2) сокращения выбросов в атмосферу вредных веществ; 3) переработки твердых промышленных и коммунальных отходов; 4) внедрения малоотходных технологий; 5) создания экологически чистых видов транспорта, безопасной энергетики, систем эффективного водоснабжения и водоотведения, оперативной связи; 6) внедрения новых методов инженерной подготовки территорий; 7) использования бесшумных видов транспорта; 8) прогрессивных методов водоподготовки; 9) современных методов защиты от воздействия электромагнитных колебаний, радиации, теплового загрязнения; 10) технологий прокладки инженерных коммуникаций; 11) оптимального размещения инженерно-технических систем на территории.

Модернизация и инновационная деятельность предполагают рационализацию существующей практики освоения территорий на основе принципов, методов, подходов киберне-

тики, ландшафтоведения, социологии, этнографии, экологии. В инженерном проектировании наиболее важными являются комплексный, системный, биоэкологический подходы. Институциональное оформление коэволюционной методологии в Республике Беларусь прошло в форме создания законодательного видения актуальности проблемы. За основу были взяты международные документы, отражающие стратегию устойчивого развития человечества, одобренную мировым сообществом в 1992 г. в Рио-де-Жанейро. На уровне национального законодательства сформулированы задачи государственных органов по организации перестройки системы национальной деятельности в аспектах экологии, минимизации последствий чрезвычайных ситуаций. В результате актуальными стали задачи мониторинга, безопасности, сохранения биологического разнообразия, обустройства региональных природно-ландшафтных комплексов, модернизации транспортной и водосточной систем столичного мегаполиса, перераспределения антропогенных нагрузок путем выноса промышленных предприятий за границы крупных городов, развития малой энергетики, диверсификации.

Трансформация глобального мировоззрения указывает на тенденцию перевода производства на экофильные технологии, в рамках которых соблюдаются трофические отношения между продуцентами и консументами. Древние охотники реализовывали эти отношения по принципу допустимой нормы изымания биомассы из популяции, чтобы сохранить ее способность к воспроизводству. В условиях промышленных промыслов речь идет о научно обоснованных квотах изымания организмов из популяции. Важная роль отводится экофильным технологиям заменителям естественного воспроизводства популяций в дикой природной среде. Так, производство рыбы, морских моллюсков давно имеет характер промышленного. В Беларуси имеются практически все условия для наращивания потенциала этого производства за счет освоения новых видов технологий выращивания и переработки биоресурсов. Благодаря коэволюционному взаимодействию с человеком многие исчезающие виды живой природы получили право на существование в силу их ценности как результата и показателя труда.

Соотношение экофильных и экофобных технологий в деятельности человечества – это соотношение двух разных мировоззрений в подходе к природе и ее ресурсам. Мировоззрение, связанное с экофобными технологиями, обозначается как технократическое. Мировоззрение, связанное с экофильными технологиями, – как техноаксиологическое, коэволюционное, ноосферное. Процесс движения человечества к этому мировоззрению обозначается как ноосферогенез. Внедрению нового мировоззрения препятствуют многие факторы, коренящиеся в экономических показателях рентабельности, конкурентоспособности, эффективности. Альтернативные экологические технологии влияют на ценовой фактор. Они требуют высокой потребительской культуры, понимания того, что высокая цена на товары, произведенные посредством экофильных технологий, диктуется более высокими издержками, связанными с внедрением инноваций. Настрой старых индустриальных регионов на вкладывание финансовых ресурсов в технологии будущего подвергается серьезному испытанию при каждом завершении очередного экономического цикла в виде кризиса. Еще одним фактором давления на старые индустриальные центры Запада стали регионы, где по инициативе и инвестиционной поддержке транснациональных компаний началась вторая волна индустриализации. Сформировавшаяся промышленная инфраструктура стала поставщиком на мировой рынок огромных объемов товарной продукции, что создало негативную ситуацию дисбаланса в торговле между старыми и новыми индустриальными центрами. Пока между этими центрами не будет найден компромисс, остается риск того, что ради сохранения ключевых параметров экономической устойчивости Запад пойдет по пути сдержанного отношения к инновационной стратегии экофильного производства. США и Евросоюз уже столкнулись с серьезными проблемами дефицита бюджета.

Возникшие проблемы во взаимоотношениях производителей первой и второй индустриальных волн актуализировали интерес философов, социологов, психологов, экономистов к маркетинговой проблематике, в рамках которой и может быть найден ответ на возникшие противоречия внутри человечества. В первую оче-

редь речь идет о динамике потребительских ожиданий граждан Запада как основных покупателей производимой в мире продукции. Во-вторых, специалистов интересует эволюция отношения потребителей товарной продукции к механизмам информационного обеспечения покупки через рекламу, институт бренда. В-третьих, исследованию подверглась устойчивость корпоративных функций бренда на фоне слабеющих кластерных связей инноваций с производственной периферией. В-четвертых, в условиях трансформации транснационального производства резко обострились проблемы контроля качества, особенно в аутсорсинговых зонах периферии. Стало очевидным, что существующий менеджмент качества не дает должного эффекта, что наглядно продемонстрировали национальные компании Японии, отзывавшие с американского рынка огромные партии автомобилей из-за обнаруженных в них технологических дефектов.

Противоречия на мировом рынке обусловлены тем, что транснациональный брендинг придал торговым маркам функцию симулякра качества. В данном случае соблазну поддались западные инвесторы, которые стали получать сверхприбыли на разнице стоимости труда рабочих в Азии и стоимости товара как бренда. Потребители по инерции платили какое-то время за товарный знак как символ качества. Для них товарные знаки ассоциировались с определенным качеством жизни, но при этом качество жизни и качество товара перестали совпадать. Производимая в азиатском регионе продукция вывозится практически вся на Запад и из-за низкой стоимости вытесняет конкурентов. При этом внутренний азиатский рынок эволюционирует с точки зрения качества жизни намного медленнее существующего производства, что делает его практически полностью зависимым от экспорта. При таком разрыве производственного, покупательского, ценового факторов проблемы возникают не только у мировой экономики, но и накапливаются в регионах второй индустриальной волны. Они усугубляются активным использованием аутсорсинга, демпинговой политикой.

В Республике Беларусь проводится большая работа по повышению качества жизни, развитию человеческого потенциала и его эффектив-

ному использованию. Страна вплотную приблизилась к характеристикам группы стран-лидеров. На основе созданного человеческого капитала решается задача приведения в соответствие потребительских ожиданий белорусов с экспортным потенциалом страны. Государство приступает к решению стратегических задач обеспечения энергетической безопасности, модернизации на основе высоких технологий, формирования культуры экологического менеджмента качества. Этот менеджмент основан на: 1) производстве продукции из натуральных компонентов; 2) безопасности условий труда и технологических процессов; 3) внедрении полных циклов производственной деятельности, включая переработку вторичного сырья, многократного использования ресурсов; 4) натуральности процессов; 5) рекультивации; 6) использовании технологий зеленой линии (фармацевтика, парфюмерия, пищевая промышленность).

В Беларуси исторически сформировались богатейшие традиции производства мясной, молочной, растительной продукции из натурального сырья; сбора лекарственных трав и получения на их основе уникальных препаратов. В условиях модернизации перерабатывающих предприятий важно сохранить эти традиции при одновременном достижении уровня, соответствующего международному стандарту качества ИСО 9000 (МС ИСО 9000). Международный аудит и подтверждение соответствия в виде сертификата являются итоговым результатом большой работы мировоззренческого и методологического содержания. Мировоззренческий параметр связан с разъяснительной деятельностью в коллективе, строящейся на определенной системе убедительных аргументов. Методологическая часть организационной работы связана с формированием и проектированием менеджмента качества на данном предприятии, его внедрением, проведением соответствующей политики, прохождением процедур на соответствие управления качеством жизненным циклом изделия. Организационно-мобилизующая работа сопровождается разъяснением приоритетного значения производства экологически чистой продукции на основе экологически чистых технологий, в условиях строгого соблюдения санитарно-эпидемиоло-

гического режима безопасности, контрольного тестирования, комплексного контроля всех этапов производства продукции и упаковки. Важную роль играет контроль качества НИОКР и сырья.

В целях популяризации экологического менеджмента качества отечественным производителям приходится активно осваивать рекламно-маркетинговую деятельность. Посредством нее реализуется стратегия долговременного благополучия отечественных покупателей. При этом имеются в виду задачи: 1) удовлетворения потребностей потребителей в соответствии с гуманными ценностями; 2) обратной связи с покупательскими запросами и национальной культурой; 3) реализации программ социально-экономического развития города, региона, в котором находится предприятие. Огромную роль в трансформации маркетинговой деятельности в процессе ее формирования сыграла методология инвайронментализма, акцентировавшая ценность окружающей среды. Многим предприятиям пришлось провести модернизацию в целях придания технологическим процессам безопасности и экологической направленности.

Маркетинговая культура формируется в Беларуси в условиях значительных трансформаций ее содержания на мировом уровне. Эти трансформации создают благоприятные ниши конкурентной среды для отечественных производителей. Остановимся на характеристике этих трансформаций. Достаточно наглядно они прослежены на уровне сопоставления двух философских культур – модернизма и постмодернизма.

Модернизм отражает общественное сознание в состоянии ориентации его на выбор продукции не по ее товарным функциям, а по социальным, связанным с принадлежностью к определенному уровню жизни. Иметь товар одной и той же марочной группы означало знать собственный статус, принадлежать и главное соответствовать уровню жизни соседей. На фоне однообразной продукции товарные знаки выполняли важную функцию распознавания покупателем собственного социального статуса и его культивирования. В совокупности всех функций товарный знак становился брендом, в котором отображалось определенное качество жизни и консоли-

дированное общественное мнение. По мере того как функция бренда перемещалась в область распознавания реальности по символам, росла антикорпоративная культура потребления, акцентированная на качестве и происхождении товара. Глобализовавшиеся бренды стали символом крупных монополий и связанной с ними политики. Модернистский маркетинг стал олицетворением монологичной культуры, в рамках которой один голос звучит, а все остальные его слушают. Движение в большую мировую экономику отечественных производителей было бы крайне трудным, поскольку монополизм транснациональных брендов был абсолютным. Но в конце XX в. наступила эпоха постмодернизма. В результате «ограничения свободного выбора, накладываемые теми самыми компаниями, что обещали новую эру свободы и многообразия, это страстное и взрывоопасное желание освободиться постепенно фокусируется на транснациональных брендах, создавая предпосылки для возникновения антикорпоративного движения» [3].

Антиглобалистское мировоззрение на уровне покупательской аудитории стало важным фактором переоценки существовавших механизмов социальной идентификации. У малоизвестных производителей появились реальные шансы воспользоваться антимонопольной атмосферой общественного сознания и формировать недостающий им имидж торговой марки. Реализация подобной задачи возможна при наличии опыта формирования бренда как идентификационной системы. Многие товарные марки существуют еще с советских времен, другие конструируются исходя из исторических и экологических традиций местности [4]. Качество и натуральное происхождение товара становятся вескими аргументами в пользу новых участников маркетинговой деятельности, поскольку индивидуальный выбор стал доминировать в подходе современного покупателя к товару [5]. Благоприятными для отечественных производителей становятся принципы постмодернизма, связанные с культурным плюрализмом, этнокультурой, нелинейностью и соответственно нестандартностью, синергией. Философы постмодернизма продолжают расчищать пространство для разнообразных маркетинговых практик. Особое место в этой стратегии

занимают работы Ж. Бодрийяра [6], в которых проанализированы ключевые аспекты эволюции маркетинговой практики формирования транснациональных брендов, функционирования автоматизировавшейся и компьютеризировавшейся транснациональной экономики. В связи с этим важным является наблюдение Г. Бекманна и сделанный на его основе вывод о том, что «информационное общество уместно рассматривать не столько как постиндустриальное общество, сколько как информатизированное индустриальное общество, живущее по законам рыночной экономики» [7].

Постмодернизм ввел представления о приоритетности культурного фактора по отношению к маргинальному. Производитель имеет дело с умными покупателями, которых интересует не только экологическая ценность товара, но и способы его получения, а также география. Малоизвестные производители стимулируют реализацию установки индивидуального сознания на познавательность и свободу выбора, не зависящую от мощных рекламных внушений. Успеху новых производителей способствует отсутствие у них связей с генно-модифицирующими технологиями. Традиционализм в разработке рецептов, ставка на этнотуризм и соответствующее оформление пунктов общественного питания в виде таверн, корчмы делает практичным национальный брендинг, непосредственно связанный с отдыхом, оказанием туристических услуг. Для отечественных производителей это особенно важно в условиях функционирования Таможенного союза, поскольку для них возникла уникальная возможность развития трансконтинентальной логистики, сервисного, туристического обслуживания, создания высокотехнологичных производств, инвестирования. Если учесть фактор реализации в Казахстане программы второй индустриализации, то перспективы транснационализации белорусской продукции становятся еще более значимыми. Качество в данном случае будет выполнять функцию бренда.

Масштабность задач нового этапа развития Беларуси настолько велика, что дает повод говорить о необходимости разработки философии и идеологии жизнедеятельности страны применительно к условиям высокотехнологичной модернизации. Такая работа уже начата на

уровне академических научных структур [8]. Она основана на методологии комплексного подхода к оценке внутренних ресурсов и потенциала трансграничного сотрудничества. В связи с этим важную роль будет играть методология системотехнического подхода, на основе которой Беларусь представлена как эпицентр трансконтинентальных интересов по выходу азиатских производителей и инвесторов к европейскому рынку, а европейских производителей и инвесторов – в евразийский регион и в Китай. Реализация системотехнического подхода на примере Беларуси может существенно повлиять на потенциал и возможности Восточной и Северной Европы, поскольку способна обеспечить выход их продукции и транспортных потоков на Ближний Восток и в Турцию, Каспийский регион. Первыми преимуществами национальной стратегии развития Беларуси оценили немецкие инвесторы, что наглядно продемонстрировал форум во Франкфурте-на-Майне. Очевидно, что Беларусь может внести важный вклад в развитие европейской стратегии экологического менеджмента качества во многих областях деятельности, включая энергетику, способствовать значительному перераспределению техногенного давления на биосферу континента и с учетом значительных лесных и болотных массивов обеспечить решение многих вопросов, в первую очередь развития экологического туризма.

ВЫВОДЫ

1. Козволюция стала фактором выявления индивидуального своеобразия белорусской культуры и экономики.
2. Постмодернистская ситуация в общественном сознании современного общества

благоприятна для формирования структур национального брендинга.

3. Значительный ресурс первозданной природы как основы производства из натурального сырья делает отечественную продукцию близкой к решению задач ее сертификации в соответствии с международными стандартами качества.

4. Высокотехнологичная модернизация является важнейшим инструментом реализации задач экологического менеджмента качества.

5. Практические преобразования, основанные на методологии инновационной деятельности, требуют разработки философии и идеологии жизнедеятельности нации в новых исторических условиях коэволюции общества и природы.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Моисеев, Н. Н.** Универсальный эволюционизм и коэволюция / Н. Н. Моисеев // Вопросы философии. – 1989. – № 4.
2. **Кликс, Ф.** Пробуждающееся мышление: у истоков человеческого интеллекта / Ф. Кликс. – М., 1983.
3. **Кляйн, Н.** No Logo. Люди против брендов / Н. Кляйн. – М., 2003. – С. 181.
4. **Шумскі, К. А.** Традыцыйныя веды беларусаў аб раслінным, жывёльным свеце і надвор'і (XIX – пачатак XX ст.) і іх экалагічная значнасць / К. А. Шумскі. – Минск, 2009.
5. **Козловски, П.** Культура постмодерна / П. Козловски. – М., 1997. – С. 89.
6. **Бодрийяр, Ж.** Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – М., 2000; **Бодрийяр Ж.** Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М., 2006.
7. **Бекманн, Г.** Общество знания: краткий обзор теоретических поисков / Г. Бекманн // Вопросы философии. – 2010. – № 2. – С. 115.
8. **Философия** и идеология жизнедеятельности Беларуси / под общ. ред. П. Г. Никитенко. – Минск, 2009.

Поступила 15.12.2010