ческие для республики годы религиозного противостояния наши обществоведы «не поймали» момент истины – всей их теоретической мощи в борьбе традиционного дагестанского ислама с ваххабизмом (скорее, с воображаемым ваххабизмом) хватило только на «обоснование» политических утверждений о его экстремистском характере, связях с международным терроризмом, на критику лозунгов джихада за установление исламской власти и т.п. При этом сознательно или по незнанию извращалась суть ваххабизма, как-то в тени оставалось то, что все суфийские тарикаты, исторически культивируемые мусульманами Северного Кавказа, как известно, далеки от ортодоксального ислама, скорее, его сектантская ветвь. Есть и другие теологические и религиоведческие проблемы, которые отданы на откуп дилетантам и в которых ясность не помещала бы широкому общественному сознанию. И если не в подобной общественно-политической ситуации, то когда соответствующие специалисты-ученые проявят себя как личности? А ведь антропологическое начало науки как принцип в условиях сегодняшней науки все ярче обнаруживает себя «в качестве особого параметра динамических изменений как инструментов исследования, так и области исследования» [2, 307].

Приведенные здесь несколько примеров, иллюстрирующих, на мой взгляд, слабости функций дагестанской социогуманитарной интеллигенции, ее отступление от своих подлинных назначений и обязанностей, далеко не замыкают список. Можно было бы говорить и о неумении публицистически доводить свои идеи до людей, о недостойных интеллигенции мелких националистических разборках ее некоторой части и т.п. И такая критическая самооценка только бы и возвышала достоинства и подчеркивала подлинные преимущества интеллигенции перед другими социальными слоями.

Конечно, злободневные задачи дагестанского (и российского) научного сообщества должны быть не только востребованы, но и стимулированы и управляемы. Те же научно-исследовательские разработки осуществляются сегодня бессистемным, порой случайным финансированием различного рода государственными, коммерческими, общественными организациями и частными лицами, общий вектор интересов которых не всегда подчинен региональной и республиканской эффективности. И если в сфере естественнонаучного и технического знания такая ситуация отражается на экономическом и технологическом развитии, то «бесхозность» гуманитарной науки, точнее ее откровенная зависимость от фондов Сороса, Карнеги и научных

грантов Юнеско, Совета Европы и т.п. затрагивает само будущее страны, идейные ориентиры воспитания молодого поколения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шаповалова Л.В. Условия легитимации науки в современном обществе // Наука. Философия. Общество. Материалы V Российского философского конгресса. Том 1. – Новосибирск: Параллель, 2009.
2. Мамчур Е.А. Образы науки в современной культуре: монография. – М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2008.
3. Ярославцева Е.И. Антропологическое начало науки // Наука. Философия. Общество. Материалы V Российского философского конгресса. Том 1. – Новосибирск: Параллель, 2009.

ЗАКОНОМЕРНОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЦЕННОСТЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ АВТОКОЛЕБАНИЯ. РОЛЬ МОДЫ В ПОТРЕБЛЕНИИ ЦЕННОСТЕЙ

Оганян К.М.

*ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский
государственный
инженерно-экономический университет»*

Когда общество достигает этого состояния, возникает проблема биологического выживания: в этой ситуации большинству обитателей такого общества уже не до идеалов. Духовный кризис вплотную подводит идеологическое общество к пересмотру самой постановки проблемы «смысла жизни». Теперь «смысл жизни» усматривается не в производстве некоторой ценности предполагающем служение какому-то идеалу, а в простом *выживании*. Но это значит, что «смысл жизни» человека сводится к смыслу жизни животного с той только разницей, что у человека этот смысл осознается, а у животного нет. Ведь «смысл жизни» той или иной особи, как хорошо и давно известно, состоит в ее самосохранении, что предполагает наличие инстинктов страха перед смертью (танатидо) и продолжения рода (либидо) – инстинкта размножения (продолжения себя в потомстве).

Редукция «смысла жизни» к биологическому выживанию означает поворот в решении экзистенциальной проблемы на 180°: «смысл жизни» теперь усматривается не в служении идеалу жизни, а «*в самой жизни, ибо жизнь – самоценность*» (линия Эпикура-Ламеттри). С точки зрения такой философской установ-

ки смысл жизни не в бунте (восстании) против существующих природных и общественных правил (чего требуют идеалы с их идеологией трансформизма), а в таком следовании этим правилам, чтобы получать максимум удовольствий при минимуме усилий, или, что то же, **максимум наслаждений при минимуме страданий**. Причем все это с использованием готовых ценностей в рамках существующего стереотипа бытового поведения. Попросту говоря, смысл жизни сводится к достижению максимального возможного в данных условиях наслаждения, ибо по ту сторону этой жизни ничего нет. Надо жить сегодняшним днем, не задумываясь о будущем по принципу, который Гете вложил в уста Фауста: «Остановись мгновенье! Не улетаешь – ты так прекрасно!» (философия повседневности). Надо плыть по течению, но никоим образом не против; избегать таких действий, которые могут породить какие-то трудности, требующие жертв и лишений. А создание новых ценностей и отказ от сложившегося стереотипа бытового поведения неизбежно требуют таких жертв и лишений (достаточно вспомнить т.н. муки творчества и муки признания).

Итак, в результате глубокого духовного кризиса, переживаемого идеологическим обществом с его идеологией трансформизма и культом идеалов, на определенной стадии идеологических автоколебаний закономерно возникает тенденция к *деидеологизации* социальной жизни. Она проявляется в глобальном переходе от идеологии трансформизма к идеологии конформизма, от идеологии *преобразования* реальности к идеологии *приспособления* к этой реальности. Практически это выражается в двух сценариях:

- отказ от идеалов;
- переход от созидания новых ценностей к потреблению готовых ценностей.

Таким образом, возникает тенденция к превращению идеологического общества в **потребительское** (называемое обычно «обществом всеобщего потребления» или «обществом всеобщего благосостояния»). Провозглашаемый этим обществом отказ от идеалов и от борьбы за «светлое будущее» как опасное наследие тоталитаризма можно интерпретировать и так, что единственным «идеалом» такого общества является именно отказ от идеалов (Поппер, И. Берлин, Кастельс и др.). Поскольку, согласно синергетической философии истории (СФИ), отказ от идеалов равносителен отказу от создания новых ценностей (творчества в собственном смысле), то отказ от идеалов должен привести потребительское общество к замене культа творчества

культом потребления (что и оправдывает его название)¹.

Переход от творческого общества к потребительскому в качестве своей самой глубокой причины имеет проблему **востребованности** новых ценностей. Из истории хорошо известно, что недостаточно создать новую ценность: важно сделать ее востребованной. Оказывается, что творчество решает проблему «смысла жизни» только в том случае, когда создаваемые им новые ценности становятся востребованными. А это возможно только при наличии **потребления** новых ценностей.

Таким образом, проблему «смысла жизни» можно решать с «точностью до наоборот»: усматривать ее решение не в созидании новых ценностей, а в их потреблении. Такое решение экзистенциальной проблемы многим кажется даже более привлекательным, чем первое – ведь потреблять всегда легче и проще, чем создавать.

Подобное тому, как идеал играет роль селектора в производстве ценностей, мода играет аналогичную роль в потреблении. В глобальном (наиболее общем) смысле моду можно определить как обобщенный образ желаемой «потребительской корзины» (вожделенный имидж), следование которому (при прочих равных условиях) гарантирует максимум удовольствий при минимуме усилий (в частности, страданий). Таким образом, мода – это тот селектор, который соответствует философскому нормативу самоценности жизни (линия Эпикура – Ламеттри)².

Эти особенности моды делают понятной ее главную функцию в социальной жизни: подобно тому, как идеал определяет стиль и вкус в производстве ценностей, мода **определяет стиль и вкус в потреблении ценностей**³.

Деидеологизация творческого общества (замена стремления к идеалу погоней за модой)

¹ Так как потребление невозможно без производства, а производство без потребления, то очевидно, что реальному обществу должны быть присущи черты как идеологического, так и потребительского общества. Как идеологическое, так и потребительское общество оказываются идеализированными образами, приближенными моделями каких-то сторон реальных обществ. В чистом виде они, конечно, не существуют. Тем не менее, обе модели полезны для описания отдельных сторон реальных обществ, выражающих важные тенденции в их развитии (одна тенденция – связывание «смысла жизни» исключительно с творчеством, а вторая – только с потреблением). В ходе развития реальных обществ возникает перекоп то в сторону «творческой» тенденции, то в сторону «потребительской». Если подобный перекоп затрагивает большинство населения, то тогда соответствующая модель с достаточной точностью описывает существенные черты такого реального общества.

² Современная энциклопедия. Аванта. Мода и стиль. М., 2003. С. 259-303.

³ Там же. С. 259-303.

приводит к настоящей революции в структуре общества, хотя на поверхности явлений эта революция может вначале казаться мало заметной. Конечной целью нового общества, идущего на смену идеологическому обществу, является уже не производство духовных ценностей, а *потребление утилитарных ценностей*. Именно к этому сводится, как это ни парадоксально (хотя и вполне логично с точки зрения логики этого общества), высший смысл жизни. Различие в приоритете ценностей между творческим и потребительским обществом связано, прежде всего, с различием между такими оценочными ориентирами как *идеал* и *мода*. Идеал как более прочный и устойчивый оценочный ориентир способствует приоритету духовных ценностей, тогда как мода, будучи весьма зыбким и неустойчивым ориентиром, делает понятным предпочтение, отдаваемое утилитарным ценностям в потребительском обществе.

Усмотрение высшего «смысла жизни» в *потреблении утилитарных ценностей* приводит к тому, что принято называть *культом повседневного быта* (культом «повседневности» в противовес культу прошлого или будущего). Эта философия⁴ уподобляет жизнь душещипательному шлягеру («песенке минуты»). Культ быта в потребительском обществе проявляется главным образом в следующих формах:

- культ готовых вещей (пищи и питья, одежды, интерьера и экстерьера, мебели, гигиены, транспорта, связи и т.д. и т.п.);
- культ бытовых поступков (прежде всего, отдых и развлечения: туризм отечественный и международный, игры разного типа, телесериалы, телевизионные ток-шоу, секс, танцы и т.д. и т.п.).

В культе бытовых вещей особую роль начинает играть культ одежды (салоны высокой моды – от – кутюр), а в культе развлечений – культ игры самого разного типа, постоянно прогрессирующий за счет совершенствования старых и изобретения новых игр (компьютерные игры и т.п.). По мере того как система разнообразных все более усложняющихся и все более дорожающих игр обрастает особой системой соперничания участникам игр (формирование института болельщиков), культ игры в развитом потребительском обществе все более приближается к ритуалу, сопровождающему разные идеалы в идеологических обществах. Стало быть,

⁴ Эту философию иногда называют «философией международного мешанства» (философией современного филлистера). С ней связан т.н. потребительский цинизм – вера в лицемерный характер любых разговоров о приоритете духовных ценностей и убеждение, что такие разговоры ведут только неудачники в потребительской сфере.

мода стремится подражать идеалу и в ритуальных действиях, стремясь заполнить *духовную пустоту, возникающую в обществе при отказе от идеалов*.

Хотя в истории человечества периоды потребительского общества в разных странах и у разных народов встречались не так уж редко, потребительское общество XX века (страны т.н. золотого миллиарда после 2-й Мировой войны) имеет одну особенность, которая существенно отличает это общество от предыдущих. Многие утилитарные ценности, которые раньше были доступны ограниченному слою населения, в XX веке в результате научно-технического прогресса, а также широкого распространения рыночной экономики и политической демократии стали доступны большинству населения (приобрели массовый характер). Идеал «общества всеобщего благосостояния» (прочно связанный с идеалом «всеобщего потребления»), который был сердцевинной коммунистической идеалом в XIX веке и который коммунисты обещали реализовать в XX веке, но по ряду причин не смогли выполнить это обещание, был реализован в странах «Золотого миллиарда» социалистами и новыми капиталистами. Своеобразным символом потребительского общества (своего рода «Храмом всеобщего потребления») стал современный супермаркет. Однако при этом оказалось, что кажущийся триумф идеологии потребительского общества (идеология отказа от идеалов) является в действительности пирровой победой: даже неограниченное потребление неограниченного разнообразия утилитарных ценностей само по себе не может решить экзистенциальную проблему ввиду принципиального отличия людей как «духовных» животных от остальных (бездуховных) животных. Это связано с тем обстоятельством, что даже самое интенсивное потребление разнообразнейших утилитарных ценностей не может полностью заполнить духовную пустоту, возникающую при отказе от идеалов. Мы уже видели, каким образом осуществляется переход от идеологического общества к потребительскому. Для того чтобы понять закономерности этого перехода, надо исследовать закономерности идеологических автоколебаний. На определенной стадии развертывания этих колебаний возникает тенденция к отрицанию идеологическим обществом самих основ своего существования. Теперь следует посмотреть, нет ли сходной тенденции к самоотрицанию потребительского общества и его переходу в новое идеологическое общество.

Дело в том, что аналогом идеологических автоколебаний являются хорошо известные с

незапамятных времен *автоколебания моды*. Они в той или иной степени наблюдаются во всех сферах повседневного быта (от моды на те или иные блюда и напитки до сложнейших форм моделирования одежды, экстерьера и интерьера жилых помещений, средств передвижения, способов отдыха и развлечений и т.д.). При этом мода оказывается еще более изменчивой, чем идеалы, а ее изменения могут быть еще более экстравагантными и непредсказуемыми. Существуют эпохи, когда появляется мода на эротику в самых различных областях социального быта. Но эта же мода может смениться модой на мистику. А спустя некоторое время может появиться мода на парадоксальное сочетание мистики с эротикой (например, в эпоху европейского декаданса на рубеже XIX–XX в.в.). Возможна мода на обнаженное человеческое тело; но в равной степени и на тщательно прикрытое тело. Возможна мода на преимущественно физическое развитие человека, а возможна и мода на его преимущественно духовное развитие. В XIX веке существовала мода на похвалы в адрес научно-технического прогресса, а в XX веке стало модным всячески критиковать этот прогресс. Примеры такого рода можно бы было продолжать до бесконечности.

Так как философской основой потребительского общества является тезис о «самоценности» жизни, из которого следует принцип гедонизма («смысл жизни» заключается в стремлении к максимуму наслаждений при минимуме усилий, в частности, страданий), то колебания моды, называемые в просторечии «погоней за модой», в конечном счете, связаны с безудержной погоней за наслаждениями, не обремененной страданиями⁵. Как показывает общечеловеческий опыт, рост наслаждений данной личности может происходить в двух направлениях – интенсивном (увеличение *собственных* удовольствий) и экстенсивном (содействие росту удовольствий других людей; забота об увеличении чужих удовольствий, а не только о собственной шкуре).

Оказывается, что в обоих направлениях рост наслаждений имеет естественный предел. Чем кончается безудержная погоня за наслаждениями в процессе потребления утилитарных ценностей во всех сферах повседневного быта хорошо известно. Прежде всего, из истории многих знаменитых представителей литературно-художественной богемы XIX–XX в.в. От элементарного обжорства, пьянства и разврата эти люди быстро устают. Возникает потребность в

переходе к азартным играм, употреблению наркотиков и к половым извращениям. Однако и эти новые более эффективные источники наслаждений постепенно притупляются. Тогда обращаются к более азартным играм, более сильным наркотикам и более разнузданным извращениям. Но здесь в гедонистической практике обнаруживается естественный предел⁶: появляются тяжелейшие физические и психические недуги, которые приводят либо к преждевременной естественной смерти, либо к самоубийству.

Таким образом, совершенно очевидно, что на пути эгоистического гедонизма проблема «смысла жизни» неразрешима. Попытки ее решить в этом направлении свидетельствуют лишь об интеллектуальной и мировоззренческой ограниченности тех, кто, став заложником своих (нередко выдающихся) эмоциональных переживаний, пытается решить экзистенциальную проблему подобным (можно сказать, по-детски наивным) образом. Потребители утилитарных ценностей с более развитым интеллектом и более широким мировоззрением рано или поздно осознают ограниченность эгоистического гедонизма и возможность перехода к гедонизму альтруистическому – распространению принципа «максимум удовольствий при минимуме страданий» не только на себя, но и на других ближайших себе людей (родственников, друзей, знакомых и т.п.). Прогресс в этом направлении приводит к последовательному расширению круга лиц, заслуживающих вашего сочувствия и сострадания, пока этот круг не станет глобальным, охватывающий все человечество (гуманистический гедонизм или просто гуманизм). Высшее удовольствие для себя теперь состоит в том, чтобы доставлять удовольствие и избавлять от страданий другого. Жизнь не для себя, а для другого и во имя другого – это великое открытие, которое рано или поздно некоторые обитатели «общества потребления» делают при попытках разобраться в экзистенциальной проблеме.

Так появляется мода на благотворительность, социальные технологии (система поддержки социально незащищенных слоев населения) и меценатство. Но когда колебания моды, «погоня за модой» доходят до этой стадии, становится ясно, что без преобразования «общества всеобщего потребления», без некоторых экономических и политических реформ найти радикальное решение новых проблем невозможно. И тогда появляется самый опасный для

⁵ Поэтому служение идеалу связано с альтернативным гедонизму принципом аскетизма (готовности к минимуму удовольствий при максимуме страданий).

⁶ Принцип «максимум наслаждений при минимуме страданий» сменяется принципом «минимум наслаждений при максимуме страданий».

потребительского общества вид моды – мода на идеал⁷. И опять наблюдается картина, сходная с той, которая являлась нам в конце существования идеологического общества. Подобно тому как идеологический бум сопровождался тогда потребительским бунтом (например, Петроград в марте 1917 г.), теперь *потребительский* бум заканчивается *идеологическим* бунтом (например, Париж в мае 1968 г.). Обыватель теряется в догадках и выражает полное недоумение. Почему в задыхающемся от обилия утилитарных ценностей гигантском мегаполисе улицы вновь заполняются баррикадами и погромами, а десятки тысяч людей маршируют с портретами всемирно известного революционера Че Гевары, образ которого окутан романтическим мраком; и все это происходит под ностальгические звуки давно забытого «Интернационала»? Обыватель, он же законопослушный обитатель «общества всеобщего потребления» считает это общество единственно «нормальным» (и «правильным»), а любое идеологизированное общество, безусловно, «ненормальным» (и «неправильным»). Поэтому бунт против «общества всеобщего благосостояния» кажется ему приступом подлинного безумия, абсолютно иррациональным актом, особенно если учесть, что большинство бунтовщиков имеет свободный доступ к утилитарным ценностям и в отличие от участников потребительских бунтов прошлого пресыщено этими ценностями («жиру бесятся»).

Естественно, что тот, кто придерживается идеологии приоритета утилитарных ценностей и не терпит ни малейшего дискомфорта в быту, не может почувствовать истинно бальзаковскую разницу между внешним (утилитарным) блеском и внутренней (духовной) нищетой потребительского общества. Прекрасно понимая необходимость при переходе от идеологического к потребительскому обществу выдвижения (для ликвидации вопиющего потребительского дефицита) лозунга «Не духом единым», он в то же время не понимает важности выдвижения при кризисе потребительского общества альтернативного лозунга «Не хлебом единым». Если первый призывал покончить с утилитарной нищетой одного общества, то второй призывает устранить *духовную нищету* (или, что то же, духовную пустоту) другого. А сделать это можно, только перейдя от приоритета ути-

литарных ценностей к приоритету ценностей духовных. Но это означает осуществить *обратную инверсию*, снова поменяв местами цель и средство, утилитарные и духовные ценности, т.е. сделав духовные ценности целью, а утилитарные – лишь средством для достижения этой цели. Такая операция эквивалентна переходу от потребительского общества к новому идеологическому обществу, ибо предполагает отказ от постулата самоценности жизни и выдвижение нового идеала преобразования социальной реальности и связанного с этим идеалом нового творческого порыва.

Существенную помощь в этом процессе должна сыграть стихийно появившаяся в процессе самоорганизации потребительского общества уже упоминавшаяся мода на идеал. С распространением этой моды потребительскому цинизму приходит конец. Причем истоки этой моды очень серьезны и глубоки. Дело в том, что усматривать «смысл жизни» в заботе о другом человеке и помощи ему отнюдь не является столь простой и благодарной задачей, как кажется с первого взгляда. Подобное решение экзистенциальной проблемы было бы действительно достаточно простым, если бы интересы разных людей полностью совпадали. Однако в действительности человечество состоит из разных социальных слоев, интересы которых часто бывают не только различными, но прямо противоположными. То, что является добром для одних, может быть злом для других, и наоборот. Это означает, что, доставляя максимум удовольствий при минимуме страданий одному человеку, мы можем одновременно гарантировать минимум удовольствий при максимуме страданий другому. Чтобы избежать конфронтации гедонистической установки по отношению к разным лицам, необходимо найти какую-то форму компромисса между их интересами. А для этого требуются какие-то преобразования социальной реальности, программируемые каким-то идеалом. Таким образом, мода на идеал, возникающая в эпоху кризиса потребительского общества, не является эфемерным психологическим поветрием, а имеет серьезные объективные основания.

Резюмируем сказанное. Смысл жизни связан с деятельностью по созданию, распространению и потреблению каких-то ценностей. Без понятия «ценность», понятие «смысл жизни» лишено какого бы то ни было смысла. Но так как ценности бывают различными и даже альтернативными по отношению друг к другу, то их создание, распространение и потребление связано с существованием *противоположных* (взаимоисключающих) тенденций. Поэтому

⁷ Появление подобной моды на закате потребительского общества – такой же естественный продукт самоорганизации такого общества, как появление моды на отказ от идеалов на закате идеологического общества является естественным продуктом самоорганизации идеологического общества.

создание ценности предполагает не только реализацию некоторого идеала, но и преодоление противодействия реализации этого идеала со стороны альтернативного идеала. Аналогично потребление ценности в общем случае связано с противодействием потреблению альтернативной ценности. Борьба противоположных тенденций характерна и для распространения ценностей – распространение любой ценности мешает распространению противостоящей ей контрценности.

Итак, благодаря борьбе (столкновению, а не простому сосуществованию) противоположных ценностных тенденций жизнь приобретает более широкий и глубокий смысл – не просто участие в борьбе противоположных тенденций, но и достижение *победы* в этой борьбе одной тенденции над другой. Жизнь временно теряет смысл, когда участник борьбы терпит поражение. Но она вновь его обретает благодаря стремлению добиться реванша. Это прекрасно понимает любой игрок, спортсмен или солдат. Только оторванный от реальной жизни и схоластически мыслящий человек может приходить в отчаяние от кажущейся неразрешимости проблемы «смысла жизни». Хотя чередование побед и поражений делает их относительными, но само подобное чередование ставит проблему достижения *абсолютной победы*, исключающей возможные поражения в будущем⁸.

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОСОФИИ И СОВРЕМЕННАЯ НАУКА (Казанская школа философов: рубеж XX-XXI столетий)

Солодухо Н.М.

*Доклад к 15 – летнему Юбилею
Российской Академии Естествознания*

Пятнадцатилетний юбилей Российской Академии Естествознания позволяет охватить мысленным взором период конца XX – начала XXI столетий и подвести определенные итоги научно-философской деятельности в одном из важных культурных центров современной России – городе Казани. Об ученых Казани, таких как Н.И. Лобачевский, Н.Н. Зинин, А.М. Бутлеров, Е.К. Завойский, М.С. Альтшуллер, А.Е. Ар-

бузов, В.А. Энгельгардт, А.Д. Адо и др., давно известно в России и за рубежом. Известны также и имена современных ученых Казани, представленные в Интернетном энциклопедическом словаре РАЕ «Ученые России». Сейчас же мы будем говорить о деятельности современных философов Казани, занимающихся философскими проблемами науки.

В 1996 году в Казани была создана и начала плодотворно функционировать секция «Фундаментальные проблемы философии и современная наука» Головного совета по философии Министерства образования Российской Федерации. По решению философского совета председателем указанной казанской секции был выбран заведующий кафедрой философии Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева доктор философских наук профессор Н.М. Солодухо. Данная секция Головного совета МО РФ была призвана послужить связующим узлом для существовавших в Казани направлений и школ на базе ряда вузов города и, прежде всего, Казанского государственного университета (КГУ), Казанского государственного технического университета (КАИ) и Казанского государственного технологического университета (КХТИ). К другим вузам, где раньше так или иначе занимались разработкой философских и методологических проблем науки и техники, следует отнести Казанский государственный педагогический университет, Казанский государственный архитектурно-строительный университет и Казанский государственный аграрный университет.

Из числа философов, сыгравших в Казани важную роль в становлении и развитии проблем философии науки, прежде всего, следует назвать докторов философских наук, профессоров, заведующих кафедрами философии казанских вузов: И.И. Мочалова (вопросы диалектики и анализ научно-философской деятельности В.И. Вернадского), В.Н. Комарова (философские проблемы геологической науки и естествознания в целом) и И.И. Гришкина (логико-гносеологический анализ концепта «информация» и общенаучное знание).

Последние пятнадцать лет философские проблемы науки в Казани разрабатывали главным образом В.И. Курашов, М.Р. Нугаев, Н.М. Солодухо. Наряду с этим следует отметить философскую деятельность:

– декана философского факультета КГУ, доктора философских наук, профессора, заведующего кафедрой философии *М.Д. Щелкунова* (КГУ), ранее исследовавшего проблемы обще-

⁸ Общий закон самоорганизации ценностных ориентаций человека исследован детально в монографии «Синергетическая философия истории». СПб., 2009, гл. 2, параграфы 7 и 8; Оганян К.М. Философия человека. СПб.: Петрополис, 2010.