

## ФІЛОСОФІЯ ДУХОВНОЇ СФЕРИ АБО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ

УДК 165.2

DOI <https://doi.org/10.24195/sk1561-1264/2019-3-7>**Ведмедєв Михайло Михайлович**

доктор філософських наук,  
доцент кафедри філософії та соціальних наук  
Сумського державного педагогічного університету  
вул. Роменська, 87, Суми, Україна

### КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ СУЧАСНОЇ НАУКИ

*Комерціалізація розглядається як один з провідних трендів в процесі трансформації сучасної науки. Сутність цього вбачається в зміні статусу знання в соціально-культурному контексті. Знання більше не розглядається як чинник формування особистості. Воно продукується для того, щоб бути проданим.*

*Метою роботи є аналіз й оцінка соціально-етичних, світоглядних та епістемологічних наслідків згаданого процесу.*

*Автор спирається на роботи П. Вайнгарта, Ж.-Ф. Ліотара, Д. Нелкін, Дж. Равецца та інших фахівців у цій сфері досліджень.*

*Для розкриття глибинних трансформацій у системі наукових дисциплін використовуються ідеї Ж.-Ф. Ліотара щодо ролі чинників перформативності і меркантилізації у виробництві інтелектуального продукту. З одного боку, ті галузі досліджень, що відповідають критерію перформативності, отримують достатньо щедре фінансування і поштовх у своєму розвитку, а ті, які цьому не відповідають, поступово занепадають. З іншого боку, підкреслюється, що зазначені фактори призводять до порушення оптимального співвідношення фундаментальних і прикладних досліджень.*

*Крім того, специфічне ставлення до знання почало домінувати і в сфері освіти. Студента все менше цікавить питання про істинність певних наукових положень, а все більше – питання стосовно того, як можна отримати знання продати.*

*Описуються наслідки посилення залежності дослідників від суб'єктів фінансування. Замовник, перетворюючись на власника інтелектуального продукту, визначає правила поведінки виконавця-ученого. В результаті виникають такі негативні для науки і суспільства явища, як приховування методів і виробництво неповного («недоотриманого») знання.*

*Окремо в статті розглядається питання щодо зародження і поширення так званої антрепренерської науки. Наукове антрепренерство, як у формі дослідницької роботи, так і у вигляді експертної діяльності, інтерпретується як різновид інтелектуальної халтури. Підкреслюється агресивність і брутальний стиль поведінки антрепренерських груп в процесі змагання з офіційною наукою.*

*Одним з головних і безсумнівних наслідків прогресуючої комерціалізації дослідницької діяльності, на думку автора, слід вважати процес руйнації релевантних науці системи оцінок і мотиваційних настанов.*

**Ключові слова:** наука, суспільство, перформативність, комерціалізація, товар, експертиза, антрепренерська наука.

**Вступ.** Одним з найбільш прикметних явищ нашої доби, що привертає дедалі зростаючу увагу широкого кола фахівців – наукознавців, філософів, соціологів, економістів та інших, є докорінна зміна статусу науки в загальній соціально-економічній системі сучасного суспільства. Протягом тривалого часу наукова спільнота як суб'єкт виробництва знання вибудовувала свої відносини з іншими соціальними інститутами на умовах дотримання принципу

автономії. Вважалося, що наука як інституційна система продукує істинне й об'єктивне знання, яке одночасно є спеціалізованим й езотеричним і внаслідок цього недоступним широким колам суспільства. Ця обставина мала своїм наслідком вимогу максимального обмеження впливу з боку зовнішнього соціального оточення на її функціонування. Зазначена вимога розглядалася як найважливіша умова реалізації наукою свого призначення – виробництва достовірного і корисного для життєдіяльності суспільства знання.

На зламі XX–XXI століть стан справ радикальним чином змінюється. Спостерігається набираючий обертів процес, коли дистанція між наукою й іншими соціальними інститутами поступається місцю їх тісному переплетенню. Процес дуже складний, вельми суперечливий.

В контексті цього фахівцями виокремлюється низка основоположних трендів. Відомий німецький філософ і соціолог П. Вайнгарт окреслює три тенденції. По-перше, наука відчуває дедалі зростаючий вплив політики. Йдеться, зокрема, про широке використання наукової експертизи в суспільних дебатах, що, крім іншого, сприяє утвердженню положення вчених всередині політичних груп. По-друге, наука інтенсивно комерціалізується. Наукове знання набуває ринкової цінності, перетворюючись на товар, як і будь-які інші продукти людської діяльності. По-третє, все тіснішою стає взаємодія наукової спільноти з мас-медіа, які все ширше використовуються ученими з метою пошуку суспільної підтримки їхніх досліджень [1, с. 706].

Кожен з окреслених напрямів має свої особливості і потребує окремого і докладного розгляду. В нашій роботі ми зосереджуємо свою увагу на різних аспектах проблематики, пов'язаної з комерціалізацією наукової діяльності.

Дослідження зазначеної проблематики сьогодні інтенсивно проводяться як закордонними, так і вітчизняними спеціалістами. Сформувався понятійний і термінологічний апарат, визначилася провідна тематика. Набули громадянства такі звороти, як «підприємницький університет», «продаж науки публіці» (“selling their science to the public”) [2], «продаване знання» (“saleable knowledge”) [3], «антрепренерська наука» (“entrepreneurial science”) [4] тощо.

Цілий ряд аспектів проблематики знайшов у працях фахівців досить ґрунтовну розробку. Проте спостерігається значна нерівномірність у дослідженні означеного предметного поля. Левова частина розробок належить фахівцям в царині економіки науки. Соціально-етичним, світоглядним, наукознавчим, епістемологічним питанням приділяється значно менше уваги. У той же час проблеми, що стосуються, скажімо, майбутнього фундаментальної науки в умовах панування економічної парадигми або докорінної зміни світоглядно-мотиваційних засад діяльності учених, є не менш значущими, ніж питання економічні.

**Метою роботи**, приймаючи до уваги викладене вище, є аналіз й оцінка деяких соціально-етичних, світоглядних та епістемологічних наслідків процесу комерціалізації дослідницької діяльності.

**Результати.** У працях Ж.-Ф. Ліотара містяться роздуми щодо впливу на виробництво інтелектуального продукту таких чинників, як *перформативність* (заздалегідь визначена за-требуваність) і *меркантилізація*. (До речі, в російському виданні праці Ж.-Ф. Ліотара “The Postmodern Condition” вираз «перформативність» перекладається як «результативність», що не зовсім коректно).

Дослідник вважає, що знання та інформація зазнали глибоких та взаємопов'язаних змін. Насамперед їх виробництво все частіше обмежується ситуаціями, коли заздалегідь відомо, що вони затребувані та ефективні, тобто перформативні. Мається на увазі, що інформацію збирають, аналізують і створюють знов лише тоді, коли це корисно. Такий підхід має в своїй основі ідею системності, коли спочатку встановлюється, про що потрібно дізнатися. Це поєднується з вимогами програмного підходу, де припускається, що інформація створюється тільки тоді, коли зрозуміло, як її практично використати.

В процесі таких трансформацій будь-яка інформація набуває рис комп'ютерної, а перформативні характеристики стають легко вимірюваними. Вона стає частиною системи, в якій відбувається оптимізація зв'язку «входу» і «виходу», іншими словами, її «ефективності» [3, с. 36]. Навіть більше, як і в інших системах, в цій виникає контур зворотного зв'язку: щоб підвищити

ефективність системи, потрібна інформація, а критеріями ефективності є відбір тієї інформації, яка підвищує цю ефективність.

До дії чинника перформативності додається і те, що інформація все частіше стає товаром. «Старий принцип, за яким отримання знання невіддільне від формування розуму і навіть від самої особистості, застаріває і буде виходити з ужитку. Таке ставлення постачальників і користувачів знання до самого знання прагне і буде прагнути перейняти форму відносин, яку виробники і споживачі товарів мають з цими останніми, тобто вартісну форму. Знання виробляється і буде вироблятися для того, щоб бути проданим, воно споживається і буде споживатися, щоб знайти вартість в новому продукті, і в обох цих випадках, щоб бути обміненим. Воно перестав бути самоціллю і втрачає свою «споживчу вартість» [3, с. 18].

Діючи спільно, два названі чинники приводять до виникнення ситуації постсучасності, докорінно змінюючи при цьому усю будову природничо-наукового і соціально-гуманітарного знання. Перший чинник – прагнення до перформативності – викликає зниження статусу, а то і відмирання всіх видів знання, які виявляються незатребуваними і неефективними. Такі, скажімо, дисципліни, як філософія або естетика, не відповідають критерію перформативності, тоді як вивчення фінансів або менеджменту, навпаки, відповідають цьому критерію. Тому рівень знання в області філософії або естетики падає, а в галузі фінансів або менеджменту – росте, дослідження в тих сферах знань, які мають прагматичну спрямованість, виявляються більш затребуваними. У соціальних науках це, наприклад, дослідження в області трансферу технологій, вони роблять вплив на ринок, і тому на їх проведення легко отримати фінансування. Фахівці, інтереси яких відповідно до критерію перформативності можна розглядати як екзотичні або далекі від практики, опиняються на узбіччі.

Усе зазначене веде до глибокої зміни мотивації у здобутті знання. Зазначені критерії можуть використовуватися не тільки по відношенню до інституціалізованих систем виробництва знання, але і до освіти в цілому: мотивами отримання знання мають стати слова «як я можу підвищити свої можливості заробляти?», «як освіта вплине на мою конкурентоспроможність?». Школа більше не покликана готувати достойних громадян. З неї випускаються лише більш кваліфіковані люди, які працюють більш продуктивно. Освіта – лише шанс отримувати більшу заробітну плату [5, с. 6]. Тобто знання й освіта в такому разі втрачають свою самоцінність, а сприймаються суто як ресурс, зокрема, в справі отримання переваг на ринку праці.

Поступова втрата наукою автономного статусу, про що йшлося вище, втілюється в те, що рішення щодо великих дослідницьких проектів все частіше приймаються за межами системи академічної оцінки. Це позначається на внутрішній будові науки. Іншими словами, можна вести мову про внутрішній параметр структурної оптимальності системи, що насамперед стосується співвідношення *фундаментального* і *прикладного* знання.

Час від часу в філософських дебатах висловлюються серйозні побоювання з приводу долі фундаментальної науки в суспільстві, де панує економічна парадигма. У цьому зв'язку показовими є міркування, висловлені в статті А.Л. Нікіфорова [6]. Його основна ідея полягала в тому, що в сучасній науці фундаментальний складник все більше витісняється прикладними дослідженнями. За приблизними оцінками автора, більше ніж 90% досліджень, що здійснюються Російською академією наук, мають прикладний характер. Причини та емпіричні форми прояву цього феномену й аналізуються в зазначеній статті. Серед них указуються як зовнішні, так і внутрішні для науки фактори. Провідним зовнішнім фактором вважається усвідомлення прикладної цінності наукового знання, що неминуче зумовлює підпорядкування науки крупному капіталу і державі. Фінансування лабораторій та інститутів, що займаються фундаментальною наукою, сьогодні потребує величезних коштів. Унаслідок надання грантів, субсидій і інших коштів наукові розробки набули прикладну орієнтацію. Вчений при цьому стає лише працівником, що виробляє знання-товар. Дослідження більш не спрямовуються допитливістю, а переважно прикладною цінністю. А.Л. Нікіфоров вважає, що навіть дослідження в галузі молекулярної генетики і космології мають свій стимул унаслідок зв'язку з генною інженерією і ракетною технікою.

Унаслідок того, що знання є основою технології, відбувається поступове витіснення діяльності, спрямованої на *відкриття, винахідництво*.

Внутрішніми факторами, що спричиняють істотну трансформацію вченого як певного соціокультурного типу, є зростаючі обсяги і ступінь диференціації знання. Володіючи значною інформацією з якого-небудь вузького питання, сучасний науковець часто виявляється неосвіченим навіть у суміжних галузях, не кажучи про культуру загалом. Класичний тип ученого замінюється, таким чином, типом фахівця. Стаття А.Л. Нікіфорова містить і спірні твердження. Так, зазначається, що все сказане стосується переважно природознавства, а суспільні науки значно меншою мірою зазнали впливу вказаних чинників. З цим не можна погодитися. Соціально-гуманітарні науки, що примикають до загальної культури (філософія, естетика, культурологія тощо), в пострадянських країнах (і не тільки) постраждали не менше. «Реформи» в освіті відкидають їх на узбіччя системи суспільних цінностей. У той же самий час на прикладні дисципліни (іміджмейкерство, менеджмент тощо) є значний попит.

Звісно, що не всі фахівці погоджуються з думками А.Л. Нікіфорова, вважаючи його точку зору значним перебільшенням. Проте висловлені ним аргументи і наведені спостереження не можна просто відкинути.

Навряд чи викликає сьогодні сумнів та обставина, що оптимальне співвідношення фундаментального і прикладного знання істотно порушується.

Наслідком посилення залежності дослідників від суб'єктів фінансування є те, що замовник, перетворюючись на власника інтелектуального продукту, визначає правила поведінки виконавця-ученого. В результаті виникають такі негативні для науки і суспільства явища, як приховування методів і виробництво неповного («недоотриманого») знання.

Вимога з боку замовника приховувати результати наукових досліджень є цілком законним результатом ринкових відносин: усе, що забезпечує конкурентні переваги (знання не виняток), не підлягає розголошенню. Проте в сфері науки такий принцип є вкрай шкідливим, таким, що призводить до порушення наукових комунікацій і розпаду професійної спільноти.

Спеціалісти звернули також увагу на небезпеки, що виникають в ситуації «недоотриманого» знання. Б. Пружинін на одному з «круглих столів» в редакції журналу «Вопросы философии» навів дані, які стосуються дослідження ракових клітин і розробки ліків проти хвороби. Було зазначено, що «умова науковості будь-якого знання – відтворюваність». «У дослідженнях ракових клітин виникають <...> ситуації, коли результат експерименту повторюється (в середньому) один раз на двадцять спроб відтворення <...> З погляду традиційної фундаментальної науки висновок може бути тільки один: вибачте, ви недопрацювали – ставте чистий експеримент і домагайтеся однозначно відтворюваних результатів. Але з погляду basic science вчений має справу з іншого роду ситуацією. Якщо на базі наявного знання може бути розроблено ліки, які допоможуть хоча б одному з двадцяти хворих, це цілком прийнятний ефект, він може бути опублікований як наукове досягнення і покладений в основу подальших власне прикладних досліджень для розробки таких ліків» [7].

Причиною такого стану справ є зазвичай те, що замовник прагне отримати результат з подальшим виходом на ринок ліків максимально швидко і за мінімальну ціну. Такі речі, як побічні негативні наслідки дії препарату або безрезультатні заходи (які, так би мовити, заздалегідь «заплановані»), його абсолютно не цікавлять. Звернімо увагу, це не отримана в ході наукових досліджень інформація, результати технологічного використання якої суспільство на цей час не може передбачити. Необхідні дані для безпечного та ефективного застосування ліків просто не прагнуть здобувати.

Ще одним наслідком стрімкого процесу комерціалізації дослідницької діяльності є широко розповсюджене сьогодні явище так званої антрепренерської науки (entrepreneurial science). Фахівці розцінюють наукове антрепренерство як недоброчесну навколонукову діяльність, яка стимулюється прагненням здобуття матеріальної чи іншої вигоди. Дослідники-антрепренери готові братися за вирішення будь-яких дослідницьких завдань, зазвичай в короткі терміни. Нерідко результат роботи спотворюється з метою догодити замовникові. «Як результат подібних

розробок замовникам зазвичай обіцяється солідна програма практичних дій. Реально ж такі «антрепренерські» групи зазвичай мають деякий маніфест й обмежений набір наукоподібних кліше, під які вони підганяють конкретну інформацію. Ці групи роблять багато шуму, але не ведуть наукових досліджень як таких; головне для них – вловити бажання замовників, обробити їх і повернути в освяченому авторитетом науки вигляді» [8, с. 96].

Крім того, що в річищі зазначеного виду діяльності виробляється халтурний інтелектуальний продукт, спільноти осіб, що нею займаються, зарекомендували себе як вельми агресивні соціальні актори. В цьому плані їхня активність спрямована на те, щоб скомпрометувати офіційну науку, витіснити її на узбіччя інтелектуального життя суспільства й осідлати основні (бізнес, держава, політика) джерела фінансування. З цією метою використовуються галасливий піар в ЗМІ, демагогія, грубе перекручування фактів тощо. На академічну і вузівську науку чіпляються ярлики на кшталт: «неефективна», «бюрократична», «витратна», «корумпована», «радянська», «така, що не відповідає сучасним вимогам» тощо. Як на зразок «справжньої науки» вказується на те, чим займаються самі антрепренери.

Важливою обставиною є те, що антрепренерські угруповання прагнуть певним чином інституціоналізувати свою активність. Крім агресивної рекламної кампанії, в ЗМІ спостерігається стрибкоподібне зростання всіляких «дослідницьких», «консультативних», «тренінгових» фондів, центрів, інститутів, служб – політичних, соціологічних, економічних, прогнозних. Все це потрібно, з одного боку, для соціально-політичної легітимізації своєї активності, а з іншого – для посилення позицій в боротьбі з офіційною наукою. Як влучно зауважила В.П. Філатова, «конкурувати поодиночці з представниками академічної науки їм непросто, проте це цілком можна робити, виступаючи з оцінками від імені центру або дослідницького фонду із солідною наукоподібною назвою» [8, с. 94].

Слід наголосити, що стосовно питання щодо проявів наукового антрепренерства іноді можуть виникнути не зовсім точні уявлення. Справа у тому, що згадана діяльність не зводиться до виконання певних дослідницьких проектів чи завдань – проведення замовних соціологічних опитувань, підготовки різного роду аналітичних доповідей чи записок та іншої подібної роботи. Це можуть бути просто виступи на численних дискусійних майданчиках, участь в дебатах, ток-шоу і таке інше. Зазначимо, що необхідною умовою наукового антрепренерства в такому випадку є неодмінне представлення антрепренера як «відомого і незалежного експерта» (галузь при цьому вказувати не обов'язково). Як проявить себе такий «фахівець», залежить від набутих ним маніпулятивних навичок і вмінь.

Є деякі ознаки, що дозволяють розпізнати експерта-антрепренера. Він налаштований на обговорення будь-якої теми, демонструючи при цьому готовність дати відповідь на будь-яке питання, якщо воно, звичайно ж, не належить до категорії «небезпечних» (скажімо, політичні оцінки). Від відповіді на останні він просто ухиляється. Його мова насичена прикметними зворотами на кшталт: «я вважаю», «я припускаю, що має місце», «я не виключаю наступного варіанту розвитку подій» тощо. Все це є свідченням експертної халтури. Адже публіці подаються не факти, не обґрунтовані оцінки розрахунки чи висновки, а припущення, плоди власної уяви, здогадки. Єдиним аргументом на користь таких умовиводів може бути те, що озвучені вони «відомим експертом». Антрепренери використовують певну систему прийомів (зокрема, фабрикацію рейтингів інтелектуального впливу) з метою створити собі таке реноме.

Наукове антрепренерство являє собою не тільки негативне явище в навколо науковій сфері діяльності, а в ряді випадків становить серйозну загрозу для суспільства.

**Висновки.** Одним з важливих і безсумнівних наслідків прогресуючої комерціалізації дослідницької діяльності слід вважати процес руйнації релевантних науці системи оцінок і мотиваційних настанов.

Під впливом таких чинників, як перформативність і товаризація (меркантилізація), відбувається глибинна трансформація як системи наукових дисциплін, так і співвідношення питомої ваги різних типів знання. З одного боку, ті галузі досліджень, що відповідають критерію перформативності, отримують достатньо щедre фінансування і поштовх у своєму розвитку, а ті,

які цьому не відповідають, поступово занепадають. З іншого боку, зазначені фактори призводять до порушення оптимального співвідношення фундаментальних і прикладних досліджень.

Факт визначальної залежності наукової діяльності від суб'єкта фінансування (а, отже, і власника її результатів) призводить до підпорядкування розробників правилам, встановленим замовником. Будучи одним з гравців ринку, замовник часто вимагає тримати в таємниці методи отримання знання, що веде до таких негативних явищ, як порушення наукових комунікацій і розпад професійної спільноти учених. До цього додається і типовий для економічної (але не для наукової) поведінки принцип «максимально швидкий результат за мінімальну ціну». В результаті вивчення низки аспектів певної проблеми, яка потребує ретельного аналізу, не забезпечується відповідним фінансуванням. Виникає ситуація «недоотриманого знання», яке, втілюючись в продукції, часто призводить до негативних, іноді дуже серйозних (зокрема, в медицині) наслідків.

Специфічним результатом комерціалізації інтелектуальної діяльності є зародження і значне поширення в умовах сьогодення антрепренерської науки. Її поява є, напевно, найяскравішою ілюстрацією того, на що має перетворитися наука, якщо іманентно властиві їй норми знецінюються і замінюються законами ринку. Свідомо сповідуючи суто гендлярські цінності («вигода понад усе»), у своїй діяльності носії наукового антрепренерства вдаються до запозичених з економічної сфери брутальних методів боротьби з офіційною наукою – агресивної реклами, піару, недобросовісної конкуренції тощо.

#### Список використаних джерел

1. Weingart P. The moment of truth for science: The consequences of the 'knowledge society' for society and science. Access mode: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1084252/>.
2. Nelkin D. *Selling Science: How the Press Covers Science and Technology*. New York : W.H. Freeman and Co., 1987. 213 p.
3. Lyotard J.-F. *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Manchester : Manchester University Press, 1984. 110 p.
4. Ravetz J. *Scientific knowledge and its social problems*. Oxford : Oxford University Press, 1971. 449 p.
5. Lyotard J.-F. *Political Writings*. London : UCL Press, 1993. 353 p.
6. Никифоров А.Л. Фундаментальная наука умирает? *Вопросы философии*. 2008. № 5. С. 58–61.
7. Наука. Технологии. Человек. Материалы «Круглого стола». *Вопросы философии*. 2015. № 9. С. 5–40.
8. Филатов В.П. Учёные «на виду»: новое явление в российском обществе. *Общественные науки и современность*. 1993. № 4. С. 89–96.

#### References

1. Weingart, P. (2002). The moment of truth for science: The consequences of the 'knowledge society' for society and science. *EMBO* 3(8), 703–706. DOI: 10.1093/embo-reports/kvf165.
2. Nelkin, D. (1987). *Selling Science: How the Press Covers Science and Technology*. New York : W.H. Freeman and Co.
3. Lyotard, Jean-Francois (1979). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Manchester: Manchester University Press, 1984.
4. Ravetz, J. (1971). *Scientific knowledge and its social problems*. Oxford: Oxford University Press.
5. Lyotard, Jean-Francois (1993). *Political Writings*. UCL Press.
6. Nikiforov, A.L. (2008) Fundamental'naya nauka umirayet? [Does fundamental science die?]. *Voprosy filosofii*, 5, 58-61 [in Russian].
7. Nauka. Tekhnologii. Chelovek. Materialy «Kruglogo stola» [The science. Technology. Person. Materials of the "round table"]. (2015). *Voprosy filosofii*, 9, 5-40 [in Russian].
8. Filatov, V.P. (1993) Uchonyye «na vidu»: novoye yavleniye v rossiyskom obshchestve [Scientists "in sight": a new phenomenon in Russian society]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost*, 4, 89-96 [in Russian].

**Vedmediev Mykhailo Mykhailovych**

Doctor of Science in Philosophy,  
Associate Professor Department of Philosophy and Social Sciences  
Sumy State Pedagogical University  
87, Romenskaya str., Sumy, Ukraine

### **THE COMMERCIALIZATION OF RESEARCH AND ITS IMPLICATIONS FOR MODERN SCIENCE**

*Commercialization is regarded as one of the leading trends in the transformation of modern science. The essence of this lies in changing the status of knowledge in a socio-cultural context. Knowledge is no longer seen as a factor in personality formation. It is produced in order to be sold.*

*The purpose of the work is to analyze and evaluate the socio-ethical, worldview and epistemological consequences of the mentioned process.*

*The author dwells on the works of P. Weingart, J.-F. Lyotard, D. Nelkin, J. Ravetz and other experts in this area of research.*

*J.-F. Lyotard's ideas on the role of factors of performativity and mercantilization in the production of intellectual product are used to reveal the deep transformations in the system of scientific disciplines. On the one hand, those areas of research that meet the criterion of performativity receive generous funding and a boost in their development, and those that do not respond are gradually declining. On the other hand, it is emphasized that these factors lead to the violation of the optimal ratio of basic and applied research.*

*In addition, specific attitudes towards knowledge have begun to dominate in the field of education. The student is less interested in the question of the truth of certain scientific provisions than in the question of how the acquired knowledge can be sold.*

*The implications of increasing the dependence of researchers on funding subjects are outlined. The customer, turning into the owner of the intellectual product, determines the rules of conduct of the executing scientist. As a result, such negative phenomena for science and society as the concealment of methods and the production of incomplete ("under-received") knowledge arise.*

*Separately, the article deals with the issue of the emergence and dissemination of so-called entrepreneurial science. Scientific entrepreneurship, both in the form of research work and in the form of expert activity, is interpreted as a kind of intellectual slapdash work. The aggressiveness and brutal style of behavior of the entrepreneurial groups in the process of competing with the official science is emphasized.*

*One of the main and undoubted consequences of the progressive commercialization of research activities, according to the author, should be considered the process of destruction of science-relevant system of assessments and motivational attitudes.*

**Key words:** *science, society, performativity, commercialization, commodity, expertise, entrepreneurial science.*