

地方社科院智库意识评估报告(下)

□山东社科院智库研究中心课题组

九、地方社科院智库传播意识评估结果

著名传播学学者施拉姆认为，“传播是基本的社会过程”。人类自诞生以来就出现了传播活动，传播意识古已有之。《北史·突厥传》记载：“宣传播天下，咸使闻知。”

传播意识从自发到自觉有一个过程，智库传播意识亦是如此。地方社科院智库的“自发传播意识”多以著作、文章、研究报告等传统研究成果载体形式体现，而上升为智库“自觉传播意识”后，则要求地方社科院智库在打造自我传播平台的同时，借助社会化平台，加强对研究成果的传播，而非仅限于传统的成果载体传播形式。

互联网时代，智库传播意识应顺应时代发展，由内而外的展现。地方社科院智库应在做好前期智库研究的基础上，把握中期传播渠道的建设和提升，使得智库自身及研究成果获得行业和公众认可，打造属于地方社科院智库的优势话语权，提升地方社科院智库对地方乃至国家的影响力。

地方社科院智库要增强自我影响力，发挥智库的咨政建言和舆论引导功能，首先需要建立畅通的渠道，包含智库与政府部门的信息直报渠道，与大众的舆论引导渠道(自我信息化和媒体影响力)，以及国际化的沟通合作渠道等。

本次智库传播意识评价以地方社科院智库自觉的传播意识为主导，涵盖智库渠道建设意识、自传播平台搭建意识(自我信息化意识)、国际化意识和媒体影响力意识几个具体维度，希望能从这几个方面对地方社科院智库的传播意识进行衡量，为后期地方社科院智库在传播力的提升方面提供参考。

(一)渠道建设意识

中国特色新型智库的重要职能是咨政建言。作为着力为地方党委和政府决策服务的地方社科院，畅通咨政建言渠道，打造特色、专属直报渠道，与地方政府、各级业务主管部门乃至中央保持紧密联系，主动为其提供咨询服务，是地方社科院智库作用发挥的现实路径之一。因此，渠道建设意识无疑是衡量地方社科院智库传播意识的重要指标。(见表19、表20)

地方社科院智库经过5年多的摸索发展，以多学科、综合性研究为依托，充分凸显地域优势，与地方党委政府决策部门建立了良好的互动关系，纷纷打造各类报送渠道，服务于地方政府决策，乃至影响中央和国家机关的相关决策。

表19 与地方政府合作的专门研究机构情况(2017)

排名	社科院名称
1	四川社科院
2	云南社科院
3	内蒙古社科院
4	福建社科院
5	广东社科院
6	山东社科院
7	北京社科院、贵州社科院、江苏社科院
8	安徽社科院、河南社科院、湖南社科院、江西社科院
9	甘肃社科院
10	陕西社科院

在与地方政府合作的专门研究机构方面，排名比较靠前的地方社科院，多为分院建设比较好的省(区)，如四川、云南、内蒙古等社科院。其中表现突出的云南社科院，充分利用云南民族文化资源优势，依托具有明显地域文化特色的丽江东巴文化研究院、墨江县民宗局哈尼文化研究院、宁蒗民族文化研究所、曲靖市文化研究所、南诏大理历史文化研究所、迪庆州藏学研究院、楚雄彝族文化研究院、临沧佤文化研究院、文山研究院、怒江研究院等，与地方政府通力合作，拓展云南特色文化研究和传播阵地，不断增强区域特色文化影响力，一些特色研究蜚声中外。

表20 向中央、省市直报成果的渠道情况(2017)

排名	社科院名称
1	福建社科院
2	湖北社科院
3	黑龙江社科院
4	贵州社科院
5	甘肃社科院、江西社科院、云南社科院
6	重庆社科院、广东社科院、河北社科院、湖南社科院、吉林社科院、辽宁社科院、陕西社科院、四川社科院、天津社科院
7	安徽社科院、北京社科院、河南社科院、江苏社科院、内蒙古社科院、宁夏社科院、青海社科院、山东社科院、西藏社科院、浙江社科院
8	海南社科院

在报送渠道建设方面，福建、湖北、黑龙江、贵州等地方社科院表现突出。福建社科院建立了8个省级直报成果渠道，更有4个中央直报成果渠道，这与福建省特殊的地域区位优势分不开，台情要报是福建省直报渠道的主要关注点。

借鉴云南社科院、福建社科院经验，地方社科院也应根据地域特色，开发特色省情的直报渠道，提升在区位优势范围内的全国引领作用，打造区位优势专业智库。

(二)自我信息化意识

互联网时代，舆论生态形式多样，复杂多变，加强舆论引导是地方社科院的重要职责。习近平总书记强调要“建设网络良好生态，发挥网络引导舆论、反映民意的作用”。这不仅为新时代网络舆论生态建设指明方向，也为地方社科院智库的自我信息化发展指明了正确方向、提供了根本遵循。只有信息化才能紧跟时代的大潮，发挥智库引导舆论的功能。

在信息化时代，网络舆论影响力是智库不可或缺的综合影响力之一。智库综合影响力的提升有赖于智库传播影响力，其中网络传播影响力是重要指标之一。自我信息化涵盖多方面内容，地方社科院的自我信息化主要集中在媒体平台的打造方面。本报告囿于对媒体监测手段运用技术的掌握不足，因恐出现对具体数据的把握偏颇，使实际评价出现偏差，故有的指标，如网站更新量、网页停留量等，采用有则赋值的方法。这种方法很难全面体现地方社科院智库在媒体平台使用上的优劣，但能一定程度上反映自我信息化的程度和意识。

本报告其他涉及网站、微信、学术会议、媒体访谈等统计方面的数据，除来自问卷外，采自百度搜索、百度学术、Alex网站排名系统、新浪微博和全国30余家中央媒体、40余家省级报纸、电视台，少量数据采自31家地方社科院官方网站、微信公众号和微博。若自采数据与地方社科院填报数据有出入，则选择数据高者优先采信。

在自我信息化建设方面，各地方社科院纷纷打造了集网站、微信、微博于一体的融媒体平台，但是拥有外文网站的地方社科院数量较少，凸显了地方社科院国际传播的意识不足，这不利于智库国际影响力的发挥。可喜的是有的社科院不仅运营地方社科院官方网站、微信、微博，同时还运营着本省智库联盟或分行业的省级媒体平台，如山东、湖南、四川等地方社科院，均在自我信息化和平台运营方面走在前列。

(三)国际化意识

中办、国办《意见》中对中国特色新型智库的基本标准，包含“开展国际合作交流的良好条件”等。本报告在智库传播意识指标下设国际化意识分指标，正是源于这一基本标准。地方社科院智库作为中国特色新型智库的主要成员之一，毋庸置疑需要发挥自己在国际交流合作中的作用。此项上升为指标意识，便统称为国际化意识。

本次纳入指标考核的项目包括赴国(境)外智库访问和参加学术活动、与国(境)外智库合作项目两个细分指标。(见表21、表22)

表21 赴国(境)外智库访问和参加学术活动情况(2017)

排名	社科院名称
1	黑龙江社科院
2	山东社科院
3	云南社科院
4	广东社科院
5	四川社科院
6	天津社科院
7	河北社科院
8	江西社科院
9	西藏社科院
10	新疆社科院

表22 与国(境)外智库合作项目情况(2017)

排名	社科院名称
1	黑龙江社科院
2	河北社科院
3	四川社科院
4	广东社科院、山东社科院、陕西社科院
5	福建社科院、内蒙古社科院、天津社科院、云南社科院、浙江社科院
6	贵州社科院、河南社科院、江西社科院

在赴国(境)外智库访问和参加学术活动方面，黑龙江、山东、云南、广东、四川等地方社

院表现突出。这些地方社科院依托与邻边国家接壤或一衣带水的区位优势，在诸多涉外问题的合作与推动上发挥积极作用。

与国(境)外智库合作的项目方面，地方社科院均存在实际合作不足的问题，难以真正发挥二轨外交的独特作用。地方社科院应根据自身地域特色，主动“走出去”，加强“引进来”，努力拓展对外合作项目。已有一定项目基础的地方社科院，应力争将与国(境)外智库合作的项目做成常态化、连续性的固有合作品牌，提升地方社科院的国际影响力。

(四)媒体影响力意识

媒体影响力决定着舆论引导力，而舆论引导是地方社科院智库的重要职能之一。考察地方社科院智库的媒体影响力是判断智库传播意识强弱的又一重要指标。本报告将媒体影响力细分为“接受媒体采访量”“有无与媒体的专门对接部门”“在三报一刊(《人民日报》《光明日报》《经济日报》《求是》)刊发文章数量”来界定。智库与媒体的共生关系是考量智库媒体影响力的重要指标之一。由于许多地方社科院不公开与媒体合作数据，这一重要指标难以取信。故本报告采用“有无与媒体的专门对接部门”来判断地方社科院的媒体影响力意识。在“三报一刊”的发文数量，一定程度上可反映地方社科院在中央重要媒体的影响力水平。

数据显示，各地方社科院均设有专门的媒体对接部门，说明地方社科院普遍高度重视与媒体的关系。从地方社科院在《人民日报》《光明日报》《经济日报》《求是》刊发文章数量来看，湖南、山东、重庆、北京、安徽等地方社科院表现突出。(见表23)

表23 在《人民日报》《光明日报》《经济日报》《求是》刊发文章数量(2017)(采自CNKI)

排名	社科院名称	次
1	湖南社科院	33
2	山东社科院	31
3	重庆社科院	19
4	北京社科院	16
5	安徽社科院	10
6	四川社科院	8
7	福建社科院、天津社科院、浙江社科院	7
8	广东社科院、河北社科院	6
9	辽宁社科院	5
10	江西社科院、陕西社科院	4

十、结论

(一)地方社科院智库意识总体判断

从智库定位意识看，几乎所有地方社科院智库在自我描述中已明确智库定位，并提出了要努力建设新型智库的目标，成为党和政府的“思想库”“智囊团”。虽然地方社科院智库现有机构设置仍延续了以研究所为单位的学术架构，但近5年来地方社科院积极整合研究资源，突出研究特色，加强应用对策研究，新建了一批适应新型智库建设需要的、交叉性很强的新型智库研究机构。

从智库产品意识看，多数地方社科院智库高度重视成果导向，强调产品质量。90%的地方社科院紧紧围绕地方党委政府中心工作和促进地方经济社会发展，积极“出谋划策”。2017年地方社科院智库全部获得领导批示，批示情况差别很大。这种指标的差距一定程度上可反映地方社科院智库对当地决策的影响力水平差别。

从评价导向意识看，地方社科院顺应智库发展规律，不同程度地对评价导向作出了调整与变革。其中重庆、甘肃、广东、贵州、河北、湖北、黑龙江、江苏、江西、辽宁、内蒙古、青海、山东、四川、天津、云南16家地方社科院在智库评价导向方面改革力度较大，对应用对策研究成果与基础理论研究成果同等重视，具有高度的智库导向意识；安徽、福建、湖南、四川社科院也在职称评定、科研考核和人事考核时对应用对策类成果进行考评，具备较强的智库自觉意识。其他地方社科院更倾向于在科研考核中对应用对策类成果进行考评，在职称评定和人事考核中智库成果的认定仍存在一定的标准壁垒。地方社科院的智库评价导向意识仍有较大的提升空间。

从智库传播意识看，地方社科院积极开发各类报送渠道，渠道意识较强。在自我信息化建设方面，地方社科院纷纷打造集网站、微信、微博于一体的融媒体平台，31家地方社科院智库均设有专门的或具有相应功能的媒体对接部门，对外传播意识显著增强。但地方社科院智库拥有外文网站的数量较少，国际合作项目较少，凸显了地方社科院国际传播力明显不足的现实。

(二)近期迫切需要解决的共性问题

1.“双轮驱动”协调性不强

地方社科院智库既要出基础理论成果，又要出服务决策成果，在建设新型智库或现代智库标准下，何为首要职能？现实中地方社科院承接的大量具体性、事务性课题，究竟应以提供思想性、储备性成果为主，还是提供具体政策性、方案性成果为主？

中央2004年3号文明确规定：“地方社会科学研究机构应主要围绕本地区经济社会发展实际开展应用对策研究，有条件的可开展有地方特色和区域优势的基础理论研究。”2015年中办、国办《意见》更加明确地方社科院要着力为地方党委和政府决策服务，有条件的要为中央有关部门提供决策咨询服务。

尽管中央文件已明确社科院“主要是”开展应用对策研究，基础理论研究是在“有条件的、有地方特色和区域优势”的情况下进行。然而在具有长期“学术立院”传统的社科院系统内，由此产生了应用对策研究与基础理论研究的分野。

在最初的智库实践探索中，有的地方社科院无形中将二者对立起来，过度强化咨政报告，文史哲等基础学科研究一度有被打入“冷宫”之感。

更多的地方社科院强调“双轮驱动”发展，而“双轮”的关系如何平衡，在目标要求、评价标准方面“双轮”如何量化对等，各地方社科院存在较大差异。理想的状况是以理论之“轮”带动应用之“轮”，使地方社科院的研究建立在雄厚的理论支撑与详实的实践把握之上，而现实的情况是，很多地方社科院的“两轮”各自行驶在不同的轨道上。“双轮”如何实现协同，如何使理论之“轮”走近实践、驱动实践，仍是需要进一步破解的课题。

2.为中央服务，为地方服务，为社会服务，哪个是重点？

本报告数据显示，地方社科院智库获得国家领导批示的内部报告，多集中在边疆和少数民族地区的经济社会发展和社会稳定等方面。这些省区的地方社科院具有获得国家领导批示的比较优势。

国内主流的智库评价系统，对国家领导批示和省部级领导批示所设权重具有较大差别。如何有效拓展向中央报送成果的渠道，使区域性的报告获得国家层面的关注，仍是地方社科院智库面临的巨大挑战。

地方社科院智库作为地方党委政府领导下的事业单位，对地方决策的贡献程度，直接决定了地方社科院智库在省内的地位。地方社科院智库的核心竞争优势是什么、努力的重点在何处、与其他七类智库如何实现错位发展？对这些问题的回答，目前并不十分明晰。

在服务社会问题上，地方社科院智库也存在“取”与“舍”的问题。在经济学意义上，地方社科院智库产品有两大主要市场：党政机关市场和民间市场。作为公益事业单位，地方社科院智库有义务把科研工作指向党政机关市场，着力为党政机关做好决策咨询服务。另一方面，社会方面对地方社科院智库有强大的服务需求，且能够提供相对充裕的资金支持。地方社科院智库产品也理应面向民间市场，为社会服务。

面向社会，是地方社科院智库价值诉求的回归；面向党政，是地方社科院智库公益诉求的本份。由于研究力量有限，在实际操作中，多数地方社科院倾向于首先完成公益性的服务，有限满足社会科研需求。但这与新型智库运行的市场导向并不完全一致。首要为地方党政服务，为地方经济社会的健康有序发展提供切时切题的精神产品，这是否是地方社科院智库的独有特征？对这个问题的回答有待于各地方社科院的进一步探索。

3.本领恐慌一定程度存在

本领恐慌表现为在与高校和党委政府政策研究机构的竞争中，地方社科院智库仍存在应用对策类成果质量不高，学术成果思想引领力不强的问题。

本领恐慌的本质是人才恐慌。地方社科院智库普遍缺乏科研创新能力强、掌握和运用最新研究方法和研究工具的人才，既有较扎实的自然科学知识又擅长社会科学研究的人才尤其稀缺。

许多地方社科院在人才的使用与管理上做了积极探索，在地方社科院智库内部形成了“多劳多得”“能者上庸者下”的机制。但从大环境看，地方社科院作为事业单位，在招聘方面的自主权仍较小。同时，事业单位冗员难清理也是长期困扰地方社科院的问题，人才“指挥棒”影响力有限，客观上制约了地方社科院高效率智库转型。

(下转5版)