



中国大学思想库建设的未来发展图景与路径

王莉丽

摘 要：当今世界各国以思想、观念、文化为核心的“软实力”竞争是新的竞争点，思想库作为国家思想创新的动力和源头是“软实力”竞争的关键。在目前中国的历史发展进程和社会大环境下，中国的大学思想库充分具备成长为具有国际影响力的大国思想库的必要条件。在理想的发展图景下，大学思想库在发展壮大的同时，将推动大学自身的发展；发挥思想创新、政策建言、影响舆论的重要作用；逐渐承担起为政府培养人才的作用；成为公共外交和国际政治传播的主力军。

关键词：大学；思想库；软实力；公共外交

思想库也称智库(Think Tank)，最早出现在二战时期的美国，是指战争期间美军用来讨论作战计划的保密室。后来泛指一切以政策研究为己任，以影响公共政策和舆论为目的的政策研究机构。思想库的发达程度反映了一个国家的政治、经济、文化发展水平。随着全球化的持续深入和信息技术的快速发展，当今世界各国之间的竞争已经不仅仅是“硬实力”的竞争，以思想、观念、文化为核心的“软实力”竞争才是新的竞争点，而思想库作为国家思想创新的动力和源头是“软实力”竞争的关键。21 世纪的中国需要拥有众多世界级水平和影响力的思想库的智力支持，大学思想库的发展规模和创新能力的决定了国家和民族的未来。

一、国外大学思想库现状与经验

从世界范围来看，根据资金来源和机构归属，思想库可分为三大类：官方思想库、大学思想库与民间思想库。目前，全球共有 6 480 家智库，美国有 1 815 家^①。诞生在 20 世纪初的美国思想库经过一个世纪的发展，已经形成了全球最为发达的思想市场和成熟的运作机制。近年来，随着思想库在全球范围内数量的急剧增多和其显性影响力的迅速提升，学界对其在社会发展和国际关系中发挥的重要作用，给予了越来越多的关注和讨论。有学者认为思想库是思想的掇客，是政治议题设置者和政策倡导者^②。也有学者认为思想库协助外交团队出谋划策，在预防性外交和冲突解决中扮演着重要角色^③。更有学者认

① 资料来源于美国宾夕法尼亚大学“思想库与公共社会项目”发布的报告。2010 *The Global Go-to Think Tanks: The Leading Public Policy Research Organizations in the World*. <http://www.fpri.org/>.

② James Smith, Idea Brokers, *Think Tanks and the Rise of the New Policy Elite*. New York: The Free Press, 1991; Donald Abelson, *Do Think Tanks Matter? Assessing the Impact of Public Policy Institute*. McGill-Queen's University Press, 2002.

③ James McGann, *Comparative Think Tanks, Politics and Public Policy*. Edward Elgar, 2005; James McGann, *Think Tanks and Policy Advice in the U. S.: Academics, Advisors and Advocates*. Routledge, 2007.

为思想库是国家决策过程不可或缺的一部分,是“影子政府”^①。

在世界各国智库中,美国思想库数量最多、影响力最大。而在美国众多思想库中,半数为依托大学的研究机构^②。20世纪70年代以前,大学一直发挥着国家主要思想库职能,之后随着国家决策咨询服务的专业化,专业型思想库产生并选择性替代了高校思想库的部分工作,使其思想库主导地位逐渐弱化,但其仍是思想库的重要组成部分,与官方思想库、独立思想库构成美国思想库的“三驾马车”^③。像斯坦福大学的胡佛研究所、哈佛大学的费正清东亚研究中心、哥伦比亚大学的东亚研究所、麻省理工学院的媒体实验室等,都是目前具有重要国际影响力的大学思想库。

对于任何一家思想库而言,“质量、独立性、影响力”都是其必须遵循的核心价值,美国大学思想库之所以能够对公共政策和舆论有着强大的影响力,主要在于其完善、科学的管理运作机制保证了其思想创新能力和独立性;强大的社会需求和全方位的思想传播机制保证了其影响力的最大化。

在美国大学思想库的组织架构中,一般设有董事会、总裁(院长)、副总裁(副院长)、中心主任,他们组成思想库的领导层。董事会成员一般由美国政界、商界、学界的精英组成,他们有很雄厚的经济实力和人际网络。董事会负责任命总裁,确定思想库的发展框架和研究选题,负责筹集资金和拓展思想库的影响力。总裁(院长)直接向董事会负责,并直接负责思想库的日常管理。副总裁(副院长)和中心主任协助总裁的工作,进行日常管理。在思想库机构和内部人员设置上,一般分为政策研究和行政管理两大块,政策研究为核心,行政管理服务于政策研究。行政管理分为资金管理、后勤服务、媒体服务、管理培训、出版社,每个部门各设一名副总裁,直接对总裁负责。其中,媒体服务的副总裁负责整个思想库思想成果的信息传播,一般由具备政府公关或者媒体背景的资深人士担任。美国大学思想库研究人员比较多元,大多数是具有专业背景和博士学位的学者,一部分是前任政府官员,还有一部分是资深媒体从业者。这种多元化的研究人员构成,保证了思想库的研究成果与社会实践的密切结合,也保证了思想研究与政治实践之间转换的可能性。为了保持研究的独立性,美国思想库的资金结构非常多元,一般来自基金会、企业、个人、政府。

美国大学思想库的强大影响力还在于美国社会方方面面对于思想库的需求。美国大学思想库面临两方面的社会需求,一是思想需求,二是人才需求。所谓思想需求又分为三个层面:第一个层面是指美国政府面临复杂的国内、国际局势,需要思想库提供的思想支持;第二个层面是指美国媒体需要思想库以舆论领袖和舆论精英的身份提供政策解读和创新观点,以提高公信力和收视率,而思想库需要借助媒体传播影响力;第三个层面是指广大社会公众对思想库的需求。思想库在公众与政府之间开辟了一个政策交流的平台,从某种意义上承担了哈贝马斯所追求的“公共空间”的功能。社会公众和政治精英在这个公共空间可以就政策问题轻松、自由的交流。所谓人才需求是指四年一度的美国大选对政治人才的需求很大,而思想库承担了下届政府培养人才、输送人才的作用。

美国大学思想库的影响力还在于其全方位的信息传播机制。美国大学思想库采取各种方式和渠道影响舆论和政策。具体而言,主要传播方式有人际传播、组织传播和大众传播。所谓人际传播方式主要是指在传播思想的过程中依靠个人关系网,“旋转门”机制使得人际传播方式得以发挥重要的作用。通过组织传播,美国思想库为社会公众、决策者、专业人士构建了一个意见交流的平台,同时也为决策者提供了一个接受外交政策教育的基地。大众传播模式可分为纸媒介、电子媒介、网络媒介三种渠道,三种媒介渠道共同承担着设置议程,引导舆论的作用,纸媒介的舆论影响力更侧重长期性,电子媒介在舆论的形成中注重放大和引导,而网络媒介侧重于互动和全球性。目前,网络媒介以其信息传播的快捷、互

① Michael Bark. *Independent Think Tanks and Patronage: Interest Representation in the Policy Process*. Ph. D Dissertation. Kansas University, 1996.

② Stella Ladi. Think Tanks and Policy Advice in the US: Academics, Advisors, and Advocates. *Public Administration*, Mar 2009, 87 (1) 1, pp. 148~149.

③ 参见王莉丽:《美国思想库发展历程及面临挑战》,载《红旗文稿》2009年第4期,第33、36页;陆国平、江莹、李松:《研究型大学与思想库》,载《高等教育研究》2001年第6期,第49、52页。

动、全球化成为众多传播渠道中的新宠,是美国大学思想库全球战略中的重要一环^①。

二、中国大学思想库的优势与问题

目前,中国思想库主要有官方思想库、大学思想库、民间思想库三大类。其中,官方思想库发展得比较成熟,数量众多,影响力很大。民间思想库数量少,影响力薄弱,还处于起步阶段。大学思想库数量很多,但由于缺乏相对稳定与科学的组织架构与管理机制,在政策制定领域还没有充分发挥出其优势。官方思想库由于是政府组织体系的一部分,在研究选题的确定、研究的纵深度以及创新性方面存在着不可回避的局限性。由于中国目前所处的特定的历史发展阶段,以及中国政治、经济、历史、文化的特殊性,民间思想库目前在中国短时间内很难成长为具有国际影响力的思想库。在目前中国的历史发展进程和社会大环境下,中国的大学思想库最具备成长为具有国际影响力的大国思想库的必要条件。

相对于官方思想库和民间思想库而言,大学思想库建设的优势主要体现在以下几个方面:

第一,大学具有很强的独立性和良好的氛围。独立性是大学思想库保持思想自由、思想创新的基础条件。大学的相对独立性有利于形成自由的学术氛围,这不仅有利于提高人才培养和科学研究的质量,形成百花齐放、百家争鸣的局面,而且有利于学术群体彼此疏通感情,密切相互交流,保持集体凝聚力。

第二,大学具备丰富的人才资源。充足的人才资源是大学思想库生产力的根本保证。高校作为培养高层次人才沃土,其本身积聚了一大批高层次高学历人才,尤其是在研究型高校中,许多教师本身就是某一领域和学科的专家,而各学科各领域的专家学者是思想库建设的最宝贵财富。

第三,大学具有学科综合的优势。目前,中国一流大学中普遍拥有众多基于多学科发展起来的研究机构,自然科学、人文科学和社会科学等多层次、多边缘交叉研究活跃。大学的学科综合不仅能在很广阔的领域里为思想库的跨学科研究提供良好条件,而且能为学科间交叉渗透和新兴学科和创新思想培育提供前提。如麻省理工学院建立的媒体研究室,打破原来的各系、各学科的历史界限,进行综合研究,共同解决只靠一门学科难以攻克的尖端科研项目。

第四,大学的信息资料丰富。大学的信息资料丰富,对外交流积极,第一线的专家学者可以以此了解学科领域最新的研究动态,呼吸到新鲜空气以不断充实、发展自己,这也是思想库发展不可缺少的条件。

当然,大学思想库的发展也存在一些无可回避的问题。目前,中国大学思想库存在的问题主要体现在以下几个方面:第一,大学内研究机构众多,缺乏清晰的思想库定位、资源分散,研究水平良莠不齐,影响力难以充分发挥、组织架构和管理机制上存在问题;第二,大学教师承担教学、科研、学生服务、社会服务四重任务和角色,严重缺乏在政策研究上的时间与精力;第三,大学的科研考核体系普遍以学术研究、基础研究为重,对思想库所从事的政策研究与战略研究缺乏科学、灵活的考核机制,缺乏对思想库研究人员思想成果和社会贡献的应有认可与重视。这些严重影响了大学教师从事思想库研究的积极性,制约了大学思想库的创新能力和发展潜力。

三、中国大学思想库理想发展图景与路径

展望未来中国大学思想库的发展,理想的发展图景是:大学思想库在发展壮大的同时推动大学自身的发展;大学思想库充分发挥思想创新、政策建言、影响舆论的重要作用;大学思想库可以逐渐承担起为政府培养人才的作用;大学思想库积极推动公共外交,加强与世界各国思想库的交流与合作,成为公共外交和国际政治传播的主力军。

如果以此为目标,中国大学思想库应该从组织架构、人才选拔、资金来源、影响力拓展、科研考核几个层面进行大规模改革,同时还要注重理论建设与战略研究,加强研究特色,要具备“责任意识”、“全球意识”和“品牌意识”。

1. 政府要统筹兼顾、制定政策、建立机制。政府要在政策上为大学思想库的发展创造良好的政策

^①王莉丽:《旋转门——美国思想库研究》,中国人民大学出版社2001年,第97~121页。

环境；在人事及科研管理上为大学思想库的发展制定相关机制和条例；在宏观上全面把握中国大学思想库的整体发展布局；第四，在资金上为大学思想库的发展提供一定的资金保障；在影响力拓展上提供一定渠道。

2. 建立科学的组织架构与管理机制。大学思想库要真正成为一个具有创新能力和国际影响力的品牌，必须建立稳定和科学的组织架构与管理机制。目前，大学内类似于思想库或者具有思想库特点的各种研究机构数量众多，但是因为资源分散、各自为政等各种原因，很难真正发挥出思想库应有的功能和影响力。

3. 不拘一格选拔人才。思想库所从事的是指导现实政治决策的对策研究，而不是关在象牙塔和书斋里的纯学术研究，在人才选拔上，大学管理机构要“不拘一格”，要改变原有的单一学术背景、论资排辈的模式，以开放的思维选拔和启用年轻人才、复合型人才，为思想库人才创造适宜的发展空间和平台，而不应该固守传统的人事选拔机制和条条框框。

4. 多元化的资金来源。从资金来源的角度，大学思想库的发展需要充足的资金支持，并且需要保持一定的独立性。如果大学思想库的资金来源完全由政府拨款，这样一方面难以支撑思想库国际化影响力拓展的大量资金需求，另一方面由于资金来源的单一，难以在研究上保持相对的独立性。大学思想库可在接受政府资金基础上，充分吸收来自于国际、国内基金会，企业、个人等多元化的资金，但必须坚守“资金来源不影响研究过程和结果”这一基本原则。

5. 全方位拓展影响力。大学思想库建立和发展的目的就是要影响政策和舆论，服务国家发展战略。大学思想库的影响力可分为“向上”与“向下”、“对内”与“对外”四个维度。“向上”指的是大学思想库对政策决策者的影响力，“向下”指的是大学思想库要影响社会、教育公众，要与各大媒体建立良好的信息传播机制，通过大众传媒影响世界，尤其是要重视互联网和各种新兴媒体力量。“对内”是指大学思想库在国内的影响力，“对外”则是强调国际影响力，为了拓展国际影响力和话语权，大学思想库要与世界各国思想库建立起密切的合作及交流机制。这样一方面有利于全球化背景下全球性问题的战略应对，另一方面，可以为国家大外交战略建立一条重要通道，通过大学思想库与国外智库的交流与合作，影响国外智库，从而影响国外舆论和政策。

6. 科学的科研考核机制。就中国大学思想库而言，一定要在现有大学科研考核机制基础上进行大刀阔斧的改革，以适应大学思想库实际发展的需要。目前，大学的科研考核一般重基础研究而轻政策研究，重部委公章而轻社会影响，也存在一定的重数量、轻质量等现象，这种科研考核机制不利于大学思想库的思想创新和影响力拓展。要根据大学思想库的角色定位和功能需求，制定出一套对大学思想库研究人员有激励和保护作用的灵活的考核制度，以期为国家发展培养出一批具备全球影响力的大学思想库精英。

7. 责任意识、全球意识、品牌意识。所谓的“责任意识”是指从事大学思想库研究的专家、学者要有一定的社会责任感，从国家利益和社会民生角度出发，独立思考、大胆直言。所谓“全球意识”分为四个层面：一是大学思想库的领导者们要站在全球的视角考虑思想库的发展战略，加强与西方思想库的交流与合作；二是专家、学者们研究政策问题时一定要有全球意识；三是大学思想库不但要影响本国政策，还要走出中国、影响世界；四是当今世界各国之间面临的共同问题，如金融危机、气候变暖、能源环境、反恐问题也越来越多，仅凭借一个国家的力量难以解决，需要各国思想库加强合作，共同应对全球性问题。“品牌意识”指的是大学思想库要有明确的使命和目标，围绕这样的目标来构建整体的形象和影响力，在全球范围内加强品牌的传播和推广。

■ 作者简介：王莉丽，中国人民大学公共传播研究所研究员，博士，美国布鲁金斯学会访问研究员；北京 100872。

■ 基金项目：中央高校基本科研业务费专项资金资助项目(12XNJ021)

■ 责任编辑：桂 莉