

国外智库影响力的形成及传播过程 ——基于信息-解决方案链的视角

李宏^{1,2}, 杨文慧^{2,3}, 冷伏海¹

1. 中国科学院科技战略咨询研究院, 北京 100190

2. 中国科学院大学, 北京 100049

3. 中国科学院文献情报中心, 北京 100190

摘要 智库不断涌现,其竞争日趋激烈;智库影响力是智库的核心竞争力和建设成果,也是智库可持续发展的基石。以信息-解决方案链为引领,结合知识运用理论、精英理论和传播学理论,从影响力的构成要素着手,通过文献、网络调研和国外案例分析,构建了智库影响力形成及传播机制的5个阶段;分析了国外智库建设经验,提出智库应提高影响力建设意识,在增强自身实力的基础上关注受众需求,有计划地进行产品及服务的传导。

关键词 智库影响力;影响力传播;信息-解决方案链

智库是由研究人员构筑核心能力的政策研究和咨询机构。以资政启民为目标,以国计民生为落脚点,通过向政府提出政策建议参与政策制定过程,通过政策传播、舆论引导等方式启迪民智。智库的政策研究与一般性学术研究的区别在于其研究目标明确指向对政府决策及相应社会环境进行影响,其研究环节超越了一般性学术研究中“事实(fact)-数据(data)-信息(information)-知识(knowledge)-情报(intelligence)-成果(result)”所构成的信息链,增加了最终实质性的“方案(solution)-政策(policy)-措施(measure)”环节,从而最终形成了信息-解决方案链。因此,智库的影响力成为智库工作的关键目标与发展基础。

自2015年《关于加强中国特色新型智库建设的意见》颁布以来,中国智库建设高潮迭起,各种智库不断

涌现但质量参差不齐,如何衡量智库建设成果成为亟需解决的问题;而影响力是评价智库的重要标准之一,是智库生命力的源泉。通过研究智库影响力的形成及传播过程,掌握智库的建设成果和发展方向,对智库的可持续发展有重要意义。

国内外学者,如斯克鲁顿^[1]、安德鲁·里奇^[2]、王莉丽^[3]、朱旭峰^[4]等对影响力和智库影响力从性质、影响对象等角度做出过界定。本文综合各类观点认为,智库影响力的形成过程蕴含在智库通过文字、语言或其他方式,将凝结了智库思想的产品与服务直接或间接地传导到受众,引导受众做出智库希望的决策、做出智库希望的行为过程中。

根据传播学理论划分的传播要素,智库影响力形成及传播过程中的传播者是智库;传播内容是承载了

收稿日期:2018-05-16;修回日期:2018-07-31

基金项目:国家自然科学基金项目(71741029)

作者简介:李宏,研究员,研究方向为科技政策与情报,电子信箱:lihong@casipm.ac.cn

引用格式:李宏,杨文慧,冷伏海. 国外智库影响力的形成及传播过程——基于信息-解决方案链的视角[J]. 科技导报, 2018, 36(16): 70-77; doi: 10.3981/j.

issn.1000-7857.2018.16.008

智库思想的产品与服务;外部传导媒介是舆论界及人际网络。综合多篇文献[5]~[8]的观点并整理补充,本文认为构成智库影响力的四大要素(图1)主要包括智库的基础特征及能力、智库产品及服务的特征、外部传播及影响能力以及受众的特点及品质。

智库影响力的构成要素之间并不是割裂的,某些要素存在互相依存或促进的关系:如智库的传播媒介若具有较高的公信力、传播力与影响力,则智库普遍会具有较高的知名度等。各要素之间互相制约或促进,又共同推动智库影响力的形成与传播。

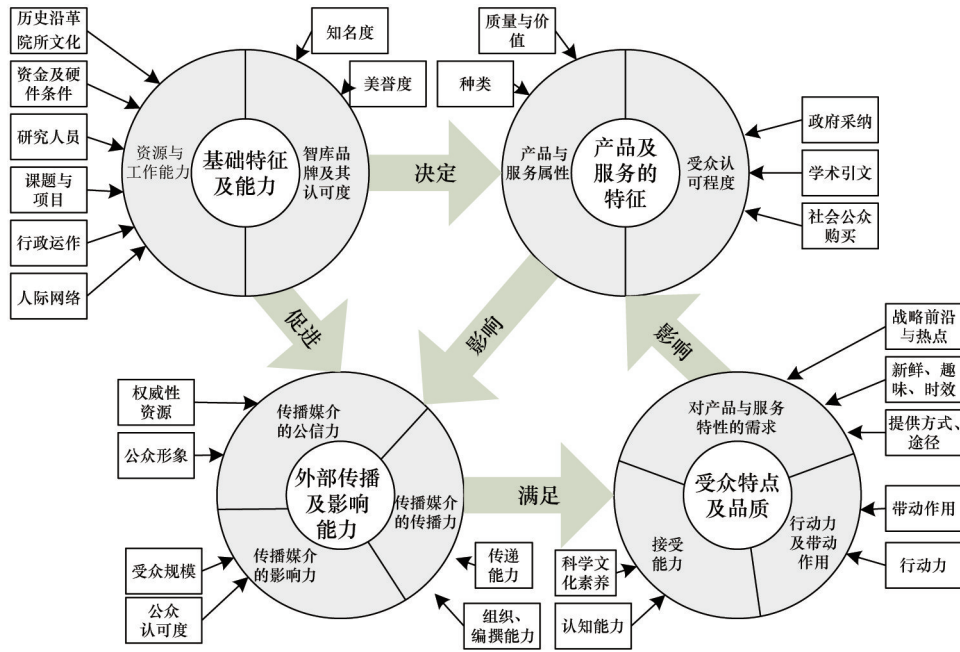


图1 智库影响力的构成要素及其关系

Fig. 1 Constitutive elements of the think tank influence and the relations among them

1 智库影响力形成及传播机制

精英理论认为社会的统治权是掌握在少数精英手中的。帕累托提出,广义的精英是指人类活动的各个领域里取得突出成就的人物,狭义的精英指的是政治精英^[9]。智库与研究界的同行应属广义精英的范畴,二者是竞争与合作的关系;政府决策者属于狭义精英,即政治精英的范畴,在决定社会前进方向的问题上共同发挥重要作用。在社会治理体系中,社会公众作为接受者及命令执行者处于边缘地位,智库及同行处于上传下达的中心地位(图2),政府决策者处于制定政策的核心地位;三者共同“沉浸”在整体舆论环境中,舆论界也部分承担了三者的沟通任务。这三者是智库产品与服务的3类受众。

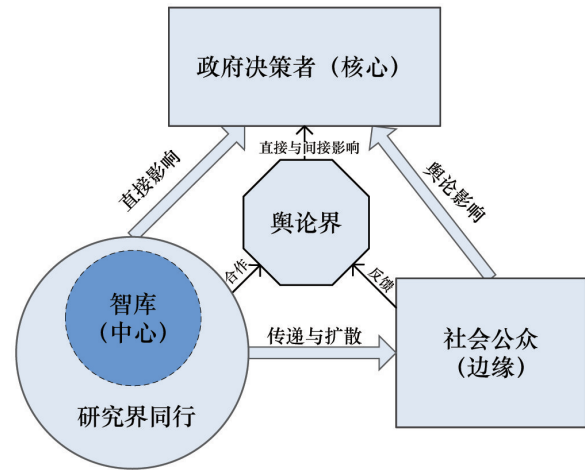


图2 智库在公共决策体系的中心地位

Fig. 2 Central role of think tanks in public decision making system

由于智库的中心地位,处于核心的政府决策者通过智库使得社会公众对政府决策更为信服,处于决策

边缘的社会公众通过智库得以更好地理解 and 执行政策、规划个人生涯。

信息链理论^[10]常用于解释学术研究的信息流过程,而智库在研究工作中遵循 DIIS 方法^[11],在获得情报的基础上进一步工作,得到对决策更具支持能力的方案、政策和措施。由此,构建成为了智库的信息-解决方案链“事实(fact)-数据(data)-信息(information)-知识(knowledge)-情报(intelligence)-方案(solution)-政策(policy)-措施(measure)”作为智库工作过程中研究资料与内容的变化线索。信息-解决方案链的每个环节

都可作为智库的“研究资料”,包含一切人类社会活动事实与已知规则、规律,以及智库与同行的工作成果。

结合智库在社会治理体系的中心地位,以信息-解决方案链引领,将智库影响力形成及传播过程分解为5个阶段(图3),分别是:问题导向的研究资料集聚、有针对性的资料重组活动、智库思想的定向传递及伴随的不定向传播、智库思想进入公共决策以及资料分解与影响力的再传播。

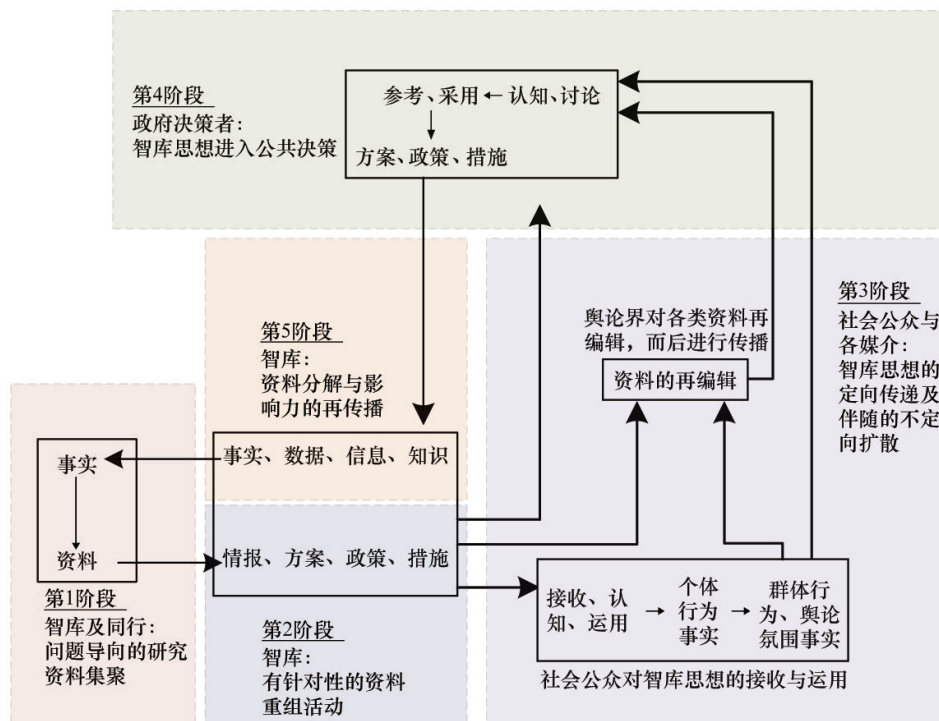


图3 智库影响力的形成及传播过程模型

Fig. 3 Model of the generation and propagation of think tank influence conducting and generating

1.1 第1阶段:问题导向的研究资料集聚

在此阶段,智库自选课题或由智库的服务对象提出准确的需求描述,在成本收益平衡的情况下尽可能地对海量的研究资料进行集聚和筛选;若在资料集聚的过程中发现新问题,则针对新问题进入新一轮资料集聚过程,支撑后续研究。此阶段智库影响力的主要构成要素是智库的基础特征及能力。

在社会公众执行政府公共决策的实践过程中,形成了许多有价值的事实。这些事实既是已有公共决策执行结果的展现与反馈,也蕴涵了新的社会问题,需要通过新的公共决策解决。以这些事实为基本资料,以

解决社会问题为导向,智库自发收集或借鉴同行机构集聚的研究资料。此阶段的工作与传统的图书情报机构的工作内容接近,也是智库与传统图书情报机构常常实现合作的阶段。

1.2 第2阶段:有针对性的资料重组

智库的资料重组工作是有明确指向性的,目标受众不同则工作侧重点不同。对于政府决策者,重点在于产出包含智库思想的方案、政策、措施;对于同行精英和社会公众,则更要阐释得出此结论的原因和过程。此阶段智库影响力的主要构成要素是智库的基础特征及能力、智库产品与服务特征。

资料重组以政府决策者为核心受众,研究界同行为主要受众,针对性地进行资料重组活动。其针对性既体现在关心受众所关注的实际问题和解决方法,还体现在对不同受众以恰当的形式提供产品与服务。智库研究人员通过对第1阶段中集聚的研究资料进行重组,发现新规律、提出新方法、总结新经验,得到情报、方案、政策与措施形式的研究成果;研究成果经包装成为智库的产品与服务。

1.3 第3阶段:智库思想的定向传递及伴随的不定向传播

这一阶段是智库产品及服务的传递以及影响中间受众的过程。智库通常具有向政府直接呈递产品与服务的内部渠道。此外,通过人际关系定向传递,以及通过媒体或社会舆论的传播引起政府决策者注意,也是智库常用的手段。此阶段智库影响力的主要构成要素是智库的外部传播及影响能力。

智库产品向政府决策者直接呈递的过程中,智库及同行是竞争与合作的关系。既可以提出与对方不同的思想赢得政府决策者关注、引发思考,也可以合作提出相似或互补的思想加深政府决策者认知。各媒体与相关人士,出于增强自身影响的考虑,或因智库思想与自身相符,也主动将智库思想向各类受众传播。智库通过自有媒体和合作媒介,有目的、有计划地向社会公众定向传递产品与服务。

每一个接触智库思想的人又可能作为新的传播者,在接受、认知和运用智库思想后,得以形成群体行为和舆论氛围,将智库思想传播、扩散,从而使得政府决策者注意或接受智库思想,间接地向政府决策者施加影响。

1.4 第4阶段:智库思想进入公共决策

政府决策者受智库的影响体现在对智库思想的运用上:智库通过各种渠道和途径,使报告、建议、宣传稿等产品中包含的智库思想,改变或坚定决策者对问题的看法。智库思想被政府决策者部分或完全采用后,进入公共决策的方案、政策和措施中。此阶段智库影响力的主要构成要素是其及智库产品的特征及能力。

根据知识运用理论,公共决策的形成过程即是智库思想被政府决策者运用的过程,包含了认知、讨论、参考、采用等过程。有时智库的思想并不能即时转化为公共决策,但若能够对某些政府决策者有潜移默化的作用,则有望将其争取为智库的人际关系,从而在以

后的公共决策过程中形成影响。

1.5 第5阶段:资料分解与影响力的再传播

公共决策发布后,由于政府决策者与研究界、社会公众的信息不对等,后两者有时难以理解或难以全面理解公共决策,智库需要进行“解读”,即对资料重组的成果以及公共决策中的方案、政策、措施进行分解,向社会公众阐释其中的知识,给出通俗易懂的信息,指出支撑的客观数据与事实。此过程智库影响力的主要构成要素是智库的基础特征及能力。

通过对政府决策的深度分解,既可以加深政府决策者对智库的印象和合作,又可以取得研究界同行和社会公众的支持与信任,并提高智库的知名度。此过程智库影响力的主要构成要素是智库的外部传播及影响能力。

2 国外智库影响力形成及传播机制

布鲁金斯学会(Brookings Institution)是美国规模最大、历史最为悠久的智库之一,是研究公共政策的非赢利组织,在“Global Go to Think Tank Index Report”的评估中常年蝉联第1位;日本国际问题研究所(Japan Institute of International Affairs, JIIA)是日本智库的领头羊、研究国际问题的核心机构,为日本外交政策的制定提供建设性意见,在亚洲智库中有一定代表性。本文选取这两所智库作为对象进行分析。

通过文献和网络调研,梳理两所智库影响力形成及传播过程,并分析在此过程中起关键作用的影响力构成要素,为智库影响力形成及传播过程模型提供实证,同时发现优秀做法以供借鉴。

2.1 问题导向的研究资料集聚

完成研究资料集聚工作的是研究人员,课题与项目为研究人员提供研究方向。因此,智库基础特性及能力的要素建设围绕研究人员以及课题与项目展开。此阶段,两所智库以关注的问题为导向,建立研究中心或资料支撑中心,为集聚研究资料提供了极大便利。

布鲁金斯学会专注研究地区、国家和全球的经济、政策和发展问题,对应有15个美国中心和3个国外中心(图4)。在课题下细分各研究方向,以研究领域为标准组建研究中心和研究队伍,能够高效地接近资料和优秀人才“产地”,以获得第一手研究资料。

除了以上考虑,布鲁金斯学会还关注研究人员的

研究背景以及高层管理者的行业背景,很大程度上提高了资料聚集的准确性和效率。如现任主席 John Allen 曾任北约国际安全援助部队司令、美国国务院打击“伊斯兰国”国际联盟总统特使等职务^[12]。这不仅保证了布鲁金斯学会的工作效率,也为其人际关系网络的

延展做出贡献。

与之相似, JIIA 也采用了以课题为导向组织研究中心的方式;与之不同的是,由于 JIIA 关注的研究领域相对聚焦,选择了主要以地区划分课题、以问题凝聚中心的形式(图5)。

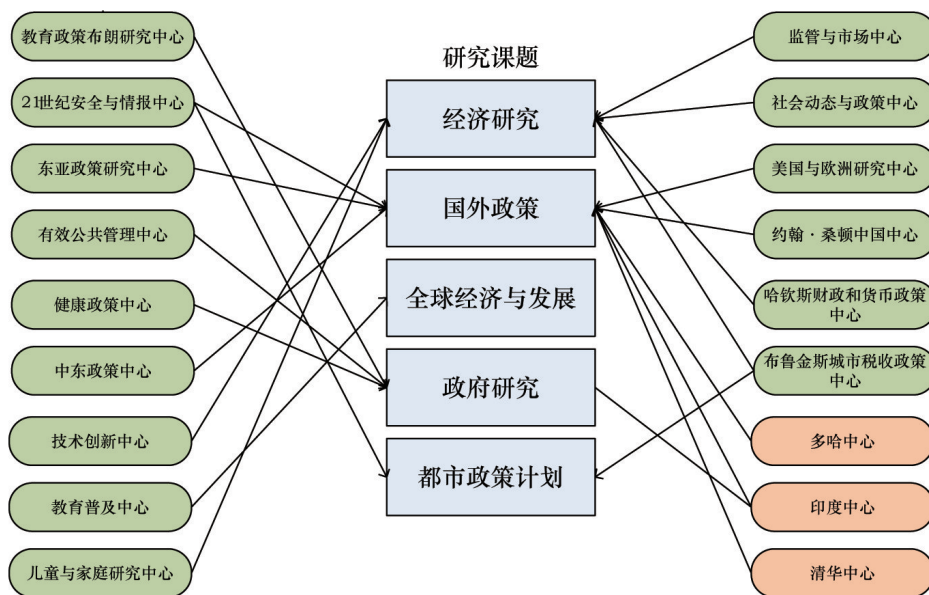


图4 布鲁金斯学会的课题与研究中心的对应

Fig. 4 Relations among research programs and centers in Brookings Institution

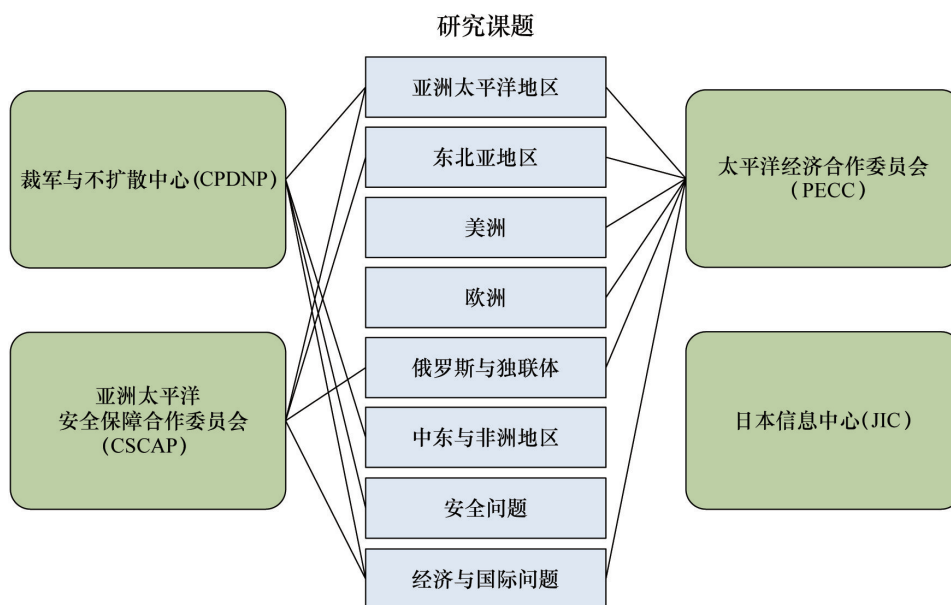


图5 JIIA 的课题与研究中心的对应

Fig. 5 Relations among research topics and centers in JIIA

值得注意的是, JIIA 于 2017 年建立了日本信息中心(JIC), 即 JIIA 的图书情报机构及资源库, 着重弥补机构以日文资料为主、英文资料较少的情况^[13]。这为 JIIA 集聚研究资料以迅速响应课题要求提供了方便。此外, 由于机构规模限制, JIIA 为了保证研究覆盖面, 每位常驻研究人员的研究方向都有较大不同; 同时根据需随时聘请各领域的研究人才^[14]参与, 使 JIIA 可获取的研究资料充满柔性和扩展性。

2.2 有针对性的资料重组

通过研究人员对集聚的研究资料的重组活动, 生产成熟的智库产品与服务。这一阶段以研究人员能力为核心进行要素建设, 同时关注产品与服务的各类特性。两所智库根据自身情况, 选择合适的研究人员组织与培养方式, 为研究资料的重组保驾护航; 研究成果以多样化、个性化的产品与服务体现。

布鲁金斯学会致力于组建强大的研究人员队伍。除了吸纳全球各地的知名研究人员、各行业精英, 还关注人才培养, 建立教育中心。在每一项研究工作开展前, 针对“重要受众”(如国会、白宫、多边组织和媒体等有显著影响力和带动作用的受众)制定相应策略, 使其高效地接受和再传播智库思想。其致力于提供高质量、多种类的产品与服务, 除针对决策者和同行提供研究报告、各类会议、会员活动和咨询服务等, 还注重向社会公众提供邮件和各类社交媒体的资讯推送、参加各类访谈节目等, 以满足各类受众对智库产品与服务的个性化需求。

JIIA 采取了更加灵活的研究人员组织形式, 其常驻人才数量少于流动人才(客座研究员、访问学者、特聘研究人员等)。JIIA 根据承接的课题随时聘请研究人员组成课题队伍, 其中所外专家占多数^[14], 课题结束则解散。JIIA 的产品与服务对象主要是政府与各类同行机构、组织, 因此其主要产品是各类研究报告、期刊等, 还会举办演讲会、接受媒体访谈以及举办或参加国际研讨会、国际会议, 既覆盖了国内外政府决策者、同行专家, 又兼顾了社会公众和各大媒体。

2.3 智库思想的定向传递及伴随的不定向传播

通过直接呈递、媒介传递和舆论传播 3 种形式, 智库思想最终到达最核心的受众——政府决策者。智库的对外传播和影响能力是决定传递和传播效果的关键要素。作为智库与受众的桥梁, 媒介对智库思想进行再编辑, 然后继续传播, 其公信力和影响力能够促进中

间受众接受智库成果, 传播力可以扩大成果覆盖面。

政府咨询是布鲁金斯学会直接影响政府决策者的重要途径, 此外, 人际网络也是重要的直接呈递渠道。除有各类行业背景的研究人员和会员外, 还与世界各地的组织建立合作关系, 并维持着 3 个海外中心。美国内外各媒体对学会动向十分关注, 也常邀请其参加各类节目, 或进行专栏约稿等。对于社会公众, 将新的研究成果转化成通俗易懂的报告, 维护社交账号、邮件, 与新闻和电视节目合作传播其思想和产品。

JIIA 每年接受的政府课题与咨询项目占全部课题的很大比例, 也是日本政府支持的“二轨外交”重要承担者。除了日本本国的媒介, JIIA 还常借助外国媒介的“客观性”, 利用外国媒介向本国受众传达自身思想; 同时也提高了 JIIA 在日本外的影响力。例如, 2017 年的 10 次媒体活动中, 有 5 次(占 50%) 发布在俄罗斯、澳大利亚等国外媒体上^[14]。

2.4 智库思想进入公共决策

当政府决策者接受智库思想并将智库意愿付诸行动时, 智库才真正形成影响力。满足决策者对智库产品与服务不同特性的需求, 或者决策者的接受能力强, 都利于决策者接受智库思想; 决策者的行动力与带动作用决定智库影响力的程度与范围。此阶段是政府决策者对智库的“方案-政策-措施”的再加工和认证。

布鲁金斯学会面向全球, 其出版物为多国政府提供参考, 如《武装冲突和反恐挑战中的援助和协助》等。时常举办与时政有关的论坛、讨论会等, 政府相关部门的人员时常列席参与讨论, 如 2018 年 4 月的“21 世纪安全论坛: 国防战略及其全球影响”, 美国陆军部长执行干事、美国国防部长代理助理等参会。纪要和文章通常形成资料公开并供决策者参考。

JIIA 提供的政策建议常被日本政府参考, 比较著名的如“应对‘中国威胁’与地域经济一体化”“关于国际共享(网络空间、宇宙、北极海)的日美同盟新课题”等一系列相关的政策建议。

2.5 资料分解与影响力的再传播

一些智库善于通过提供佐证某些党派或团体的证据, 向社会公众宣传其执政理念与政策、措施等, 利用该党派或团体的权力提高智库的影响力。

布鲁金斯学会的成果很大部分是对现有政策、领导人行为的解读和预测。如学会在 2017 年 4 月—2018 年 4 月一年的专著有 163 部^[15], 仅明确为“政策简介”“政

策评论”类的即有 20 部。考虑到社会公众的接受能力和需求,将新鲜、热点的研究成果,以访谈、社交媒体短消息等有趣、易获取的方式提供。布鲁金斯学会 2017 年度报告中提到,布鲁金斯学会拥有 4 个高收视率的播客、30.3 万名 Twitter 粉丝;某些知名学者甚至拥有几十万粉丝。

JIIA 作为政府支持的“二轨外交”的重要承担者,在对外宣传本国方案、政策、措施上可谓不遗余力,每年举办或参与的国际论坛和研讨会稳定在 10 次左右;积极促进与国外智库及专家的合作和交流,如将 JIIA、世界和平研究所、和平与安保研究所等 3 所日本智库共同合作的英文电子刊物《AJISS-Commentary》定向发送给日本国外的学者、新闻工作者、政府人员等。《国际问题》(月刊)则面向全网开放获取,涵盖 JIIA 关注的各类国际问题。此外,JIIA 人员积极进行新闻投稿、撰写时事评论和专栏,并注重将参与国内外媒体活动的情况再次宣传,从而二次影响广大受众^[6]。

3 国外智库影响力形成及传播过程中的启示

布鲁金斯学会实力雄厚、研究范围广,已形成完整的影响力形成及传播机制;JIIA 善于选择切中日本本国发展需求的研究主题,并利用第三方媒体和舆论的力量对政府决策产生影响。两所智库在影响力的建设中各有侧重但都无明显短板,影响力得以不断积累。

1) 在问题导向的研究资料集聚过程中降低智库对政府的依赖。

智库对政府过于依赖容易缺乏积极性和客观性。JIIA 通过缩减政府拨款,允许和促进承接其他组织的项目或个人的项目、举办活动等多种方式筹款,从而得以根据自身专业特长,自主选择切中时弊、前沿热点的课题与项目,提高对政府决策的效用和竞争力。通过建设信息中心、在建立分布广泛的分支机构等手段,保持了独立取得最新鲜、全面客观研究资料的能力。

2) 通过完善体制机制和组织文化建设,增强智库的核心、原创知识生产能力。

布鲁金斯学会建立了先进的人才培养机制,JIIA 采用了灵活的人才组织模式。通过研究界人才交换项目和不同领域精英的交流互动,实现了政府、智库和企业精英的身份转换。降低智库管理层比例、简化课题申请和经费审批流程。通过与时俱进、有责任感和使命

感的组织文化凝聚研究人员,一切为研究人员和研究工作服务,从而增强智库的核心、原创知识生产能力。

3) 通过建设全面、权威、有效的传导渠道,扩大智库的影响范围和力度。

智库为了节约成本和提高效率与准确度,常利用自身品牌强度,选择自有媒介或合作媒介传递和传播自身思想,这在客观性和公信力上造成欠缺。智库应建设和借助各媒介丰富的传播方式,增加曝光渠道和曝光次数,提高智库知名度,扩大智库产品及服务的覆盖面;选择权威的舆论媒体合作,通过优质媒体的公信力、传播力和影响力进一步提高智库思想的受众认可度;重视人际网络和合作关系的媒介作用,强化利益相关者对智库产品的传导作用;保证自有媒体的客观性。通过“资政”和“启民”并举,二者互相支撑。

4) 在智库思想的运用与影响的扩张过程中关注受众特性,提高智库影响效率和针对性。

两所智库准确分析受众特性,设计了针对不同深度、知识层次和需求受众的产品及服务;特别关注对受众“一呼百应”效果的“精神领袖”“行为领袖”的作用,通过其带动作用提高智库思想被运用的可能;通过相关人员推动,提高受众理解并运用智库思想的概率。

5) 转变智库观念,社会公众既是服务对象又是合作伙伴。

智库通常注重经营政府决策者、同行、媒体等的关系,却忽视社会公众的作用。社会公众是公共决策的最终执行者与受益者,对公共决策的关注和参与热情在网络时代的催化下更加强烈。以社会公众容易理解和接受的形式解读公共政策、通过公众支持引起政府决策者关注,既是智库的社会责任,也是增加智库影响力的重要方式。

参考文献(References)

- [1] Scruton R. A dictionary of political thought[M]. London: Mac-Millan Press, 1982: 224.
- [2] Rich A. Think tanks, public policy, and the politics of expertise [M]. New York: Cambridge University Press, 2004: 152.
- [3] 王莉丽. 旋转门:美国思想库研究[M]. 北京: 国家行政学院出版社, 2010.
Wang Lili. Revolving door: A study of American think tanks [M]. Beijing: National Administration Institute Press, 2010.
- [4] 朱旭峰. 中国思想库:政策过程中的影响力研究[M]. 北京: 清华大学出版社, 2009.

- Zhu Xufeng. Chinese think tanks: a study of the influence of policy process[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2009.
- [5] 陈媛媛, 李刚, 关琳. 中外智库影响力评价研究述评[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2015(4): 35-45.
- Chen Yuanyuan, Li Gang, Guan Lin. Review of research on influence evaluation of Chinese and foreign think tanks[J]. Journal of Xinjiang Normal University (Philosophy and Social Science Edition), 2015(4): 35-45.
- [6] 孔媛, 李宏. 从知识资本增值路径分析我国智库转型发展方向[J]. 智库理论与实践, 2017, 2(1): 16-22.
- Kong Yuan, Li Hong. The reform path of China's think tanks from the perspective of the added-value path of knowledge capital[J]. Think Tanks: Theory and Practice, 2017, 2(1): 16-22.
- [7] 费雷德·昆斯, 刘柯兰, 冯胜, 等. 智库的传播与影响力指标[J]. 决策与信息, 2016(8): 93-100.
- Ferred Kuns, Liu Kelan, Feng Sheng, et al. The dissemination and influence indicators of think tanks[J]. Decision and Information, 2016(8): 93-100.
- [8] 上海社会科学院智库研究中心项目组. 中国智库影响力的实证研究与政策建议[J]. 社会科学, 2014(4): 4-21.
- The project group of the Research Center of the Shanghai Academy of Social Sciences. Empirical research on the influence of Chinese think tanks and policy recommendations[J]. Social Sciences, 2014(4): 4-21.
- [9] 帕雷托. 精英的兴衰[M]. 上海: 上海人民出版社, 2003.
- Pareto. The rise and fall of the elite[M]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2003.
- [10] 梁战平. 情报学若干问题辨析[J]. 情报理论与实践, 2003, 26(3):193-198.
- Liang Zhanping. Analysis of some problems in information science[J]. Information Theory and Practice, 2003, 26(3): 193-198.
- [11] 潘教峰. 科技智库研究的 DIIS 理论方法[N]. 中国科学报, 2017-01-09(7).
- Pan Jiaofeng. The DIIS theory for research of science and technology think tanks[N]. China Science Daily, 2017-01-09(7).
- [12] Brookings. 2017 annual report[EB/OL]. [2018-04-30]. <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2017/12/2017-annual-report.pdf>.
- [13] The Japan Institute of International Affairs. Resource library[EB/OL]. [2018-07-28]. <https://www.jiia-jic.jp/en/resource-library/>.
- [14] The Japan Institute of International Affairs. Annual brochure February 2018[EB/OL]. (2018-05)[2018-07-28]. <http://www2.jiia.or.jp/en/pdf/AnnualBrochure/AnnualBrochure2018.pdf>.
- [15] Brookings. Brookings books[EB/OL]. [2018-07-28]. https://www.brookings.edu/search/?s=&post_type=book&topic=&pcp=&date_range=year&start_date=&end_date=.
- [16] 朱猛. 日本智库的运作机制[D]. 北京: 外交学院, 2015.
- Zhu Meng. The operation mechanism of Japanese think tanks [D]. Beijing: China Foreign Affairs University, 2015.

Generation and propagation of think tank influence: An information-solution chain based perspective

LI Hong^{1,2}, YANG Wenhui^{2,3}, LENG Fuhai¹

1. Institutes of Science and Development, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100190, China
2. University of Chinese Academy of Sciences, Beijing 100049, China
3. National Science Library, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100190, China

Abstract Chinese think tanks are thriving and facing a rat race. The think tank influence concerns the core competitiveness and the outcome of the think tank work, and is a cornerstone of the sustainable development of the think tanks. Based on the information-solution chain, combined with the knowledge utilization theory, the elite theory and the communication theory, this paper presents a five-stage mechanism of the generation and propagation of the think tank influence. Starting from the constitutive elements of the influence, the literature/network investigations and case studies, this paper reviews the think tank development and makes relevant suggestions. Think tanks are supposed to enhance their influence, to improve their strength and ability, to listen to the public demand and to provide their products and services systematically.

Keywords think tank influence; conduction of influence; information-solution chain ●



(责任编辑 王丽娜)