

•特稿•

编者按:智者前瞻,智库谋远。智库是未来的“瞭望者”、战略的“谋划者”、决策的“建言者”,加快建设中国特色新型智库是时代的呼唤,也是中国发展历史阶段的迫切需要。广大哲学社会科学工作者只有投身于中国特色新型智库建设的伟大浪潮,才能为实现中华民族伟大复兴的中国梦提供智力支撑。

建设站位高 导向明 聚焦准 机制活的新型智库

江苏省委常委 宣传部长 王燕文

建设中国特色新型智库是新一届党中央作出的一项重大战略决策。习近平总书记多次作出重要批示,中央专门出台《关于加强中国特色新型智库建设的意见》。11月9日,习近平总书记主持召开的中央全面深化改革领导小组第十八次会议,通过了《国家高端智库建设试点工作方案》。当前,正在学习贯彻十八届五中全会精神,谋划“十三五”经济社会发展大计。谋划“十三五”需要智库给力,实现“十三五”目标更需要智库发力。天时地利人和,新型智库建设正面临前所未有的新机遇,正迎来大有作为的新空间。

新型智库建设站位要高。智者前瞻,智库谋远。智库是未来的“瞭望者”、战略的“谋划者”、决策的“建言者”,只有站得高,才能望得远。站位高不高,决定了智库水平高不高、作用发挥得好不好。建立智库不是研究机构简单地翻个牌子,也不是研究人员的简单组合,而是决策模式的改变、思想生产的转型。顶天立地,方能高看一眼、深看一层。要有站在党和国家事业发展大局看问题的高度,进行宏观的、全面的、有预见性的研究;要把围绕中心、服务大局的使命自觉,贯穿到从宏观思考到微观决策、从理论研判到具体对策的全过程。只有站得高、放眼宽、接天线,才能做到透过事物现象看到本质,从经济社会发展的青蘋之末观察到发展的风起、风向和风潮。智库既要有全球化 3.0、4.0 的视野,又要有向历史借鉴的眼光;既要善用马克思主义立场观点方法作望远镜、显微镜,还要善用中国特色社会主义理论体系作度量衡、定心盘,真正做到站在高处,视通万里,思接千载,写天下文章。

新型智库建设导向要明。中国特色新型智库,在其本质属性上,是为中国特色社会主义建言献策的新型智库。因此,必

须始终坚持党的领导,坚持中国特色社会主义方向,要恪守政治标准与学术标准相统一,秉持思想性与党性人民性相一致,在张扬学术研究个性和承担智库公共责任之间找到结合点。党委和政府是智库研究产品的最终消费者,党委和政府部门也是智库获得政策研究所必需的信息和数据的最主要渠道,智库成果的专业性要靠政治性来保证,我们智库的公信力在于得到党和人民的认同、点赞。在国内,我们是“国家智库”,不是“私人智库”,是“知识为民、资政报国”;在国际上,我们是“中国智库”,不是“美国智库”或者其他什么国家智库。要自觉以国家利益至上,维护政治立场、政权安全,自主把握好价值引导力、决策话语权,在重大问题、关键范畴上态度鲜明,不失语、不乱语,真正让智库有锐度、有深度、有显示度。

新型智库建设聚焦要准。智库是观点的孵化器、政策的转化器。要着力深化重大理论问题研究,对决策来说是非常重要的战略知识储备。智库专家要甘于坐冷板凳,对重大理论问题进行扎实深入的研究。只有下功夫研究阐释中国特色社会主义基本理论以及习近平总书记系列讲话精神这一当代中国最鲜活的马克思主义,才能用中国理论、中国价值凝练好研究方向。要着力深化重大现实问题研究。智库的生命力在于观照现实、解答

问题。要紧密结合解决人民最关心最直接的利益问题、解决经济社会发展各领域的重点问题,针对前进中的问题、成长中的烦恼、转型中的困惑,提出具有前瞻性、战略性、可操作性的对策建议。要着力深化重大实践经验总结。要倍加珍惜、倍加重视党领导人民创造的鲜活经验,及时总结提炼改革开放以来尤其是十八大以来改革发展的新进展新经验,从中概括总结出规律性认识,用以指导新的决策。

新型智库建设机制要活。好智库要有好机制。机制好,事半功倍;机制新,蹄疾步稳。要深化智库研究成果评价和应用转化机制改革,完善重大决策意见征集制度,建立健全政策评估制度。要按照权责明确、管理科学、充满活力的原则,建立符合现代发展需要的智库架构体制,充分发挥“小机构、大网络”“小核心、大外围”的同心圆作用。通过着力完善科研管理机制、交流合作机制、成果应用转化机制、人才引进评价激励机制、经费投入使用机制,让智库的功能得到最大程度发挥,让智库的效应得到最大程度彰显,让智库的合力得到最大程度迸发。只有以聚合融通的机制增强动力,以协同创新的机制攻坚克难,以开放兼容的机制蓄势发力,才能不断释放新型智库的制度利好,做响智库品牌,做优智库成果。

(转自《光明日报》2015 年 11 月 12 日)

本期要目

- 特稿:建设站位高 导向明 聚焦准 机制活的新型智库
- 专访:《东吴名家》延续百年学府文脉
- “东吴名家·艺术家系列丛书”首发暨学术研讨会举行
- 东吴智库获批江苏省重点培育智库
- 东吴智库聚焦“苏州现象”系列成果在国内权威学术刊物发表

·专访·

编者按：经过三年的筹备，近日由苏州大学东吴智库和新媒介与青年文化研究中心联合推出的《东吴名家》丛书——艺术家系列举行了新书首发和纪录片首映式，该套丛书和纪录短片，全方位再现了梁君午、杨明义、张朋川、华人德、杭鸣时五位大师的艺术人生。《苏州日报》专访了该丛书的主编——苏州大学副校长田晓明教授。

《东吴名家》延续百年学府文脉

田晓明 高 琪

经过三年的准备，《东吴名家》丛书近日推出它的第一个系列：厚厚的五部艺术家访谈录。梁君午、杨明义、张朋川、华人德、杭鸣时，这五位著名艺术家，或是苏州大学的讲座教授、特聘教授，或在苏州大学任教多年，他们的艺术道路先后与已逾百年的东吴学府交集和交融，如今，也在这里留下珍贵的纪念。

编撰《东吴名家》丛书的念头，源自苏州大学副校长田晓明对“文化”的关注和思考。作为一位中国现代知识分子，田晓明曾经在国际学术交流中，惊诧于中华民族优秀传统文化在海外的彰显，却在本土当下鲜有表达。出于一位大学管理者的使命感和责任感，他总想为文化的抢救、保护和挖掘做点什么，留下点什么。经过反复研讨和精心策划，《东吴名家》(百人系列)的宏远写作计划诞生了。

这套丛书的首个项目——艺术家系列，经过多次访谈、拍摄，形成了五部书稿和五部纪录短片，全方位地再现了五位大师的艺术人生。

正如田晓明在《东吴名家·艺术家系列丛书》总序中所说，艺术家们带来的是各自艺术创作的历练与理念，艺术人生的传奇与感悟，艺术教育的热情与经验，所有这些无疑是我们应该无比珍惜的宝藏，在这个意义上，“艺术家系列”的写作与制作也可谓一次艺术的“收藏”行动。

“收藏”行动还将继续，随着“同行者”的不断加盟，《东吴名家》(百人系列)将在不久的将来梦想成真。

这些名师的思想、智慧、品德是不可复制的宝贵财富

苏周刊：首先祝贺《东吴名家·艺术家系列丛书》出版，作为主编，您能介绍一下“东吴名家”丛书的总体设想吗？

田晓明：谢谢《苏周刊》！《东吴名家》(百人系列)丛书的具体实施始于2013年下半年，但其创意的缘起应该更早。这些年来，学校几乎每年都会有一些年事已高、德高望重、成果丰硕的名教授们相继离世。作为学校分管文科的副校长，我内心十分焦虑！这些名师的

思想、智慧、品德无疑是不可复制的宝贵财富，如何将这财富留存下来并为更多的后来者所了解与传承，进而延续百年学府的文化命脉？一直是萦绕在我心头的沉重话题。我认为，必须以“抢救”“保护”“挖掘”的积极心态，时不我待地去做一件事，这就是最接近真实地记录各个学科杰出专家的人生经历和学术贡献。你可以想象到，作为中国最早的一所大学，苏州大学的前世与今生，可谓群星荟萃、名家辈出，待到百名专家访谈录和专题纪录片出版时，这在苏州大学历史上该是多么精彩、厚重的一笔！

苏周刊：您在丛书的总序中提到，这套丛书的计划是“百人系列”，有什么样

苏州日报

B01

2016年10月29日 星期六

第412期

主编：田晓明 责任编辑：高琪

副主编：田晓明 校对：田晓明 建设

田晓明： 《东吴名家》延续百年学府文脉

高琪

人物简介

田晓明(1944年)出生于江苏阜宁，博士、教授、博士生导师，苏州大学副校长、人文社会科学处处长、东吴智库首席专家、现任中国心理学会心理学会常务理事、江苏省心理学会理事长、江苏省教育学会秘书长等。

“收藏”行动还将继续，随着“同行者”的不断加盟，《东吴名家》(百人系列)将在不久的将来梦想成真。

这些名师的思想、智慧、品德

苏州日报

公积累存，信用生活

金e融 个人公积金网络自助贷款

您的公积金缴存信息是您的隐私！请通过自己的网银、手机银行、自助终端、柜台、专业理财顾问、选择个人贷款、金e融，为您提供一种全新的、便捷、安全、快捷、高效的贷款方式。

·专访·



的思想观念支撑着这一宏大的工程？

田晓明：在当今中国以“改善社会风气、提高公民素质、实现民族复兴”为主旋律的伟大征程中，“文化建设”“提升软实力”等极其自然地成为全社会关注的话题。作为一名学者，自然不应囿于书斋而沉湎于个人的学术兴趣，似乎应该为这一伟大的时代做点什么。而作为一名大学管理者，更应拥有这样的使命意识与历史担当。近年来，我曾在日本、法国、美国等发达国家进行学术交流或工作访问。尽管这些国家彼此间存在着很大的文化差异，但其优良的国民素质和浓郁的校园文化气息深深感染着我。2013年5月，我应邀赴台湾参加了“高等教育国际高阶论坛”，这也是我首次台湾之行。尽管此行只有短短一周，但宝岛却给我留下了深刻印象。我不仅深切感受到中华民族优秀传统文化在台湾地区被近乎完整地“保留”下来，而且从错落有致甚至有些凌乱的古老街景中“看到”了隐含于其背后的某种尊重和底蕴……这促使我反思，我们所认为的文化传承、文化启蒙、文化自觉、文化自信和文化创新这些大学本质内容如何才能不停留在文件里、课堂上、讲话中，而应该真正落地成风、可感可触？我一直秉持这样几点看法：一是文化大发展、大繁荣，这无疑是一种好事，但文化建设应当是循序渐进的，强调的是内容感染和氛围熏陶，我主张采用“随风潜入夜，润物细无声”的路径和方法，而不能运用“运动式”进行文化建设。二是大学文化不仅仅是我们惯常所提倡和呈现的说、唱、弹、跳、写、画等可视化、娱乐化的“第二课堂”形式。“校园文化”与“文化校园”，不是简单的文字游戏，个中其实

蕴含着本质的差异。面对“文化”这一容易接受却又难以理解的概念，我们不妨转换一下视角，便可以轻松地回答“什么是文化”“什么是没有文化”或“什么是文化缺失”等问题了。大学文化，在于她的课上和课下，在于她的历史与现实。她的一楼一字、一草一木、一砖一瓦、一人一事……可能是大学制度文化的表达，可能是大学精神文化的彰显，也可能是大学物质文化的呈现。如果说，博物馆、雕塑、校徽、校训等是大学的文化名片，那么《东吴名家》丛书则是大学文化传承和文化引领的工程，这本身就是大学文化薪火相传的过程。

他们的艺术都有着
将中国带入世界、将世界
融入中国的恢弘气度和
博大格局

苏周刊：这套丛书为何首推艺术家系列？对进入这个系列的访谈对象，又是依据什么进行选择的？请谈谈您对这第一辑里的五位艺术家的评价。

田晓明：选定艺术学科作为起始，我三点考量：一是“万事开头难”。2013年5月，我在十分特殊的情况下，兼任艺术学院院长。既然策划这套丛书缘起于我的主张和倡议，“从我做起”似乎也就成了一种自然选择。事实上，我愿意也必须做一次“难人”。二是既然将这套丛书定位于文化保护和抢救，当然就有一种时不我待的紧迫感，我希望各个学院（部）能够积极、主动地加入进来。尽管从本质上讲这是一种历史责任，但在纷繁的现实面前，这项工作似乎更接近于一种“义

务”或“兴趣”。尽管我是副校长，但不能也不会给学院（部）以更多的硬性要求。“从我做起”，其示范和引领作用可能比苍白的游说语言或“行政命令”更为有力、更富成效。三是最终选择艺术学科作为《东吴名家》开端的根本想法，还是来自我们团队对“艺术”发自内心的热爱！艺术来源于生活，但必须超越生活。或许也正因为艺术这样的本性，人们对艺术的反应可能有两种偏离的情形：艺术距我们如此之近，以致习焉不察；艺术离我们如此之远，以致望尘莫及。此时，听一听艺术家们的故事，或许会对艺术本身能够拥有更多、更深的理解。

《东吴名家》最先“接近”的五位艺术家首先都是苏大人，他们分别以讲座教授、特聘教授、常任教授等方式加盟于苏州大学。其次，五位艺术家的创作或研究成果斐然，名震海内外。不分先后，我简要介绍一下这五位艺术家：梁君午先生，早年在西班牙皇家马德里艺术学院学习深造，深得西方绘画艺术的精髓，融汇古老中国的艺术真谛，是享誉世界的油画大师；张朋川先生，怀抱画家的梦想，走出跨界之路，在美术考古工作和中国艺术史研究中开辟了新的天地，填补了多项空白；华人德先生，道法自然，守望传统，无论是书法艺术，还是书学研究，都臻于至境；杨明义先生，浸淫于江南传统，将透视和景别融进水墨尺幅，开创出水墨江南的新绘画空间；杭鸣时先生，被誉为“当今粉画巨子”，以不懈的努力提升了粉画的艺术价值。五位大师的成就举世瞩目，他们的艺术都有着将中国带入世界、将世界融入中国的恢弘气度和博大格局。

也许有人会问，为何只挑选这五位艺术家？我想说的是，这只是第一辑，后续还有，因此，请不用太多地演绎和遐想。

传承、创新人类文化
是大学的历史使命与
责任担当

苏周刊：“东吴”一词，有很强的地域色彩，同时它又有很明显的传统文化意味，您怎么看待地域文化与世界（全球）文化、传统文化与现代文化的关系？

田晓明：“东吴”是苏州的古称，有两千多年历史。“东吴”也是苏州大学前身的名称，有一百多年的历史。新中国成立后，我们在剔除封建糟粕的同时，几

·专访·

乎“冷落”甚至放弃了很多优秀的传统文化;“文革”期间,中华民族更是经历了一场“天灾人祸”,对优秀传统文化的破坏自不必多言。改革开放以降,随着国门的“打开”,中华大地在演绎经济发展奇迹的同时,中华民族的优秀传统却没有得到同步保留或弘扬,甚至还出现了一些沦丧的现象,这是令人遗憾的。作为“人的生活样式”(梁漱溟语),文化总是有很多显形的“体”,每一种“体”的形式下都负载着隐形的“魂”。我们观察和理解文化,不仅要见其有形之体,更要识其无形之魂。体裁魂、魂附体,“魂体统一”便构成了生机勃勃的文化体系。古往今来,世界上各地区、各民族乃至各行各业都形成了自己的文化体系,每一文化体系都是它自己的“魂体统一”。文化的传承和创造,不能囿于只吸取西方文化、现代文化的“工具理性”,即其“体”,而将其“魂”丢之不顾,而对中国传统文化“价值理性”的发扬光大,也要避免空洞乏力的概念思辨和理论分析,更多做些切实可行的文化实践和探索。

苏周刊:在您看来,大学本身作为文化创造、积聚和扩散的空间,她在文化的建设和引领上是否有其独特的作用?

田晓明:我认为,在归根结底的意义,大学的本质就在于“文化”——在于文化的传承、文化的启蒙、文化的自觉、文化的自信、文化的创新。因为脱离了文化这一本质,大学的人才培养、科学研究和社会服务功能就会成为无源之水、无本之木,而大学的运行就容易被视作简单传递知识和技能的工具化活动。从这一意义上说,大学文化建设在民族文化乃至人类文化传承、创新中拥有不可替代的重要地位甚至主要地位。换言之,传承、创新人类文化应该是大学的历史使命与责任担当。

苏周刊:您有没有考虑过,大学文化建设如何与大学围墙外的社会发生联系?

田晓明:广义说,大学也是社会的一部分。狭义看,大学与社会的联系,不能阻隔也无法隔绝。一方面,从学生到教师,走出校门都会携带着所在大学的文化因子,体现于他们的神情风采、坐卧行止。另一方面,大学的文化传承与创造必以吸纳全人类、全社会的优秀文化为条件,这注定大学必须敞开大门迎接社会优质文化资源的进入。这是一种极其自然的联系。

人们常说,大学拥有人才培养、科学研究和社会服务三大功能,而今还有人



提出,大学拥有“文化传承与创新”第四功能。从学理上讲,这些提法是值得商榷的。首先,从逻辑上看,这三项功能似乎不是同一层次的、并列的要素。因为无论是人才培养,还是科学研究,都是大学服务社会的主要方式。如果将社会服务作为单一的大学功能,那么是否隐含着人才培养和科学研究没有服务社会的导向呢?其次,从内涵上看,这三项功能的概括本身就具有“工具化”“表面化”的特征,并没有概括大学功能深层的、本质的内涵。

严格来说,大学只有人才培养和科学研究两大基本功能,这也是理性主义的办学理念。随着人类社会的发展,大学与社会的联系越加密切,于是出现了“威斯康辛理念”,即强调大学必须服务社会,这是实用主义的办学理念。我想说的是,而今的大学不可能再回到从前的“象牙塔”,但也不能沦为“人才加工厂”和“社会服务站”,大学所特有的“精神家园”一旦失守,那不仅是大学的黄昏,也是人类精神的日落。

文化建设应该努力 回归“魂体统一”的文化 观,回到知行并重的文化 观

苏周刊:从您上面谈到的可以感受到,您对文化有着鲜明、独特而深刻的体认、感悟,能否谈谈您的文化观?

田晓明:“文化”是人人自明、却又难以精准定义的概念。在纷繁的阐述中,不乏高屋建瓴的宏观描述,也有细致入微的小处说法。黑格尔曾做过这样的比喻:文化好似洋葱头,皮就是肉,肉就是皮,如果将皮一层层剥掉,也就没有了

肉。遗憾的是,尽管人们在思想观念上越来越意识到文化的重要性,但在日常生活和社会实践中,将“文化”皮肉分离的现象越演越烈。一方面,在“科学主义”泛滥、“工具理性”盛行的当今时代,被称之为“硬科学”的科学技术已独占人类文化之鳌头,越来越受到人们的顶礼膜拜。相比之下,人文社会科学在人类文化中应有的地位正逐步或已经被边缘化了,其固有的功能正日益被消解或弱化。曾经拥有崇高地位的人文社会科学已风光不再,在喧嚣和浮躁之中,不可避免地陷入了“软”科学的无奈与尴尬。另一方面,对文化的研究多以“概念思辨”“理论分析”等形式表达,缺少与现实的联系和对实践的指导,难免给人以“声嘶力竭”或“无病呻吟”之感受。一定意义上讲,这种苍白、乏力的研究现状加剧了人们视文化为“软”科学的看法。在我看来,文化建设不仅需要避免“工程技术化”的趋势,而且还要避免“意识形态化”的倾向;不仅不能简单地给予优劣、好坏的评价与判断,而且需要审慎地使用“创新”一词。文化建设应该努力回归我在前面提到的“魂体统一”的文化观,回到知行并重的文化观。

苏周刊:苏州作为一座传统文化底蕴深厚的城市,如何在继承传统的基础上建设现代文化,您对此有何建议?

田晓明:如何在继承传统的基础上建设现代文化,这是一个巨大的命题,也是苏州市一直在以实践解答的命题。我在这里妄论什么建议,恐怕会陷入务虚之谈。我认为,重要的是行动,可做的事情有很多;我相信,在苏州文化建设过程中,苏州大学拥有用武之地;我建议,希望在校地共建的过程中,应该把文化建设放在适当的、重要的位置。

(转自《苏州日报》2016年10月28日)

•智库要闻•

“东吴名家·艺术家系列丛书”首发式暨学术研讨会举行

10 月 30 日上午,由苏州大学东吴智库和新媒介与青年文化研究中心联合推出的“东吴名家·艺术家系列丛书”首发式暨学术研讨会在本部红楼会议中心举行。我校副校长田晓明、苏州市文广新局副局长缪源,江苏省美术家协会副主席、苏州市文联副主席、苏州市美术家协会主席徐惠泉,江苏省书法家协会副主席、苏州市书法家协会主席王伟林,我校凤凰传媒学院院长陈龙、艺术学院院长姜竹松,苏州大学出版社社长张建初,著名艺术家华人德、张朋川、梁君午、杨明义、杭鸣时,丛书编委会成员、作者及文艺界人士 40 余人参加了仪式。首发式由张建初主持。

丛书策划、主编田晓明教授感谢各界人士对丛书编撰和苏州大学发展建设的支持。他指出,传承、创新人类文化是大学的历史使命与责任担当,文化传承、文化启蒙、文化自觉、文化自信和文化创新不能仅仅停留在文件里、课堂上、讲话中,而要可感可触。名师的思想、智慧、品德是不可复制的宝贵财富,急需“抢救”“保护”和“挖掘”,“东吴名家系列丛书”用最接近真实地记录各个学科杰出专家的人生经历和学术贡献,对于传承和延续百年东吴学府的文化和历史,意义十分重大。

作者代表、凤凰传媒学院马中红教授向对丛书出版给予关心和支持的领导

和专家们表示衷心的感谢,并介绍了系列丛书的创作过程。她表示,从早期文献研读到深入访谈,再到纪录片后期制作,艺术大师们真诚坦率、开放包容的态度让创作团队成员获益良多。首批丛书以文字、图片、视频的多媒体表现手段,将校园名家进行全面生动的展示,在全国高校中具有开创性。

王伟林、徐惠泉等分别在会上发言,肯定了丛书出版的价值和意义以及五位艺术大师的成就和地位,对丛书的出版表示祝贺和感谢。田晓明、缪源共同为“东吴名家·艺术家系列丛书”首发式揭幕。在随后由姜竹松主持的学术研讨会上,专家们就五位艺术家的思想内涵、学术品格、艺术成就作了交流探讨。

首发的“东吴名家·艺术家系列丛书”,包括《梁君午访谈录》、《杨明义访谈录》、《张朋川访谈录》、《华人德访谈录》、《杭鸣时访谈录》五本。梁君午系著名西班牙华人画家,深得西方绘画艺术的精



髓,融汇古老中国的艺术真谛,是享誉世界的油画大师;著名画家杨明义将西方透视和景别融进水墨尺幅,开创出水墨江南的新绘画空间;张朋川走出跨界之路,在美术考古工作和中国艺术史研究中开辟了新的天地,填补了多项空白;著名书法家华人德书法作品道法自然,守望传统,无论是书法艺术,还是书学研究,都臻于至境;著名画家杭鸣时被誉为“当今粉画巨子”,以不懈的努力提升了粉画的艺术价值。这五位著名艺术家,或是苏州大学的讲座教授、特聘教授,或在苏州大学任教多年,他们的艺术成就举世瞩目,他们的艺术都有着将中国带入世界、将世界融入中国的恢宏气度和博大格局。

苏州大学东吴智库获批江苏省重点培育智库



近日,江苏省委宣传部下发《关于设立江苏省重点培育智库的通知》,苏州大学东吴智库获批“江苏省重点培育智库”。

为加快推进新型智库建设,着力打造一批党政亟需、特色鲜明、制度创新、引领发展的专业化高端智库,省委宣传部今年 3 月起面向社会组织公开申报遴选省级重点培育智库。学校高度重视省

级重点培育智库申报工作,经学校文学院院长联席会议讨论通过,并经校学术委员会审定,决定以“东吴智库”为主体,以苏州大学为依托,以苏州市发展和改革委员会为共建单位,精心做好省级重点培育智库申报工作。经过资格审查、专家初评、答辩评审等环节,苏州大学东吴智库成功入选江苏省重点培育智库。

苏州大学东吴智库成立于 2011 年,是国内高校首家以“智库”形式注册登记、具有独立法人资格的非营利性社会组织。自成立以来,东吴智库秉承“以问题为导向、以服务谋发展、以贡献求支持、以合作促双赢”的发展理念,坚持“立足苏南、服务江苏、辐射全国、影响海外”的发展定位,围绕“城镇化与城市发展”

主题,开展有针对性的学术探索 and 理论研究,取得了积极的社会影响。经过近五年的建设和发展,东吴智库于 2015 年成功获批“江苏高校哲学社会科学重点研究基地”,同年获评“全国社科联创建新型智库先进单位”。

近年来,在石泰峰省长的亲自关怀和具体指导下,苏州市委、市政府与苏州大学全力推进的“名城名校”战略已经列入苏州市“十三五”发展规划。作为“名城名校”战略的重点建设项目,苏州市将给予东吴智库经费投入和政策倾斜,着力将“东吴智库”建设成为具有国际视野、顺应国家需要、拥有地方特色的大学智库,使其成为苏州乃至江苏连接国际创新体系的“桥头堡”、储备优秀科研成果和先进管理理念的“蓄水池”、促进学界、政界和业界精英人才交流的“旋转门”。

·智库要闻·

东吴智库理事长田晓明一行赴抚州调研



8月10-11日,苏州大学副校长、东吴智库理事长田晓明教授一行赴江西抚州考察调研。10日到达抚州后,先后前往金溪古村落、高新区展示馆调研,11日上午召开合作对接会。

合作对接会由抚州市副市长刘菊娇主持。她首先对各位专家的到来表示欢迎及感谢,并简要介绍了抚州的基本情况。她指出:抚州是一座文化昌盛、历史悠久的名城,物产丰富、特色鲜明、区位优势、交通便利。但高层次科技人才缺乏、创新驱动发展的基础比较薄弱,亟需苏州大学提供人才、科研、智力等支持。

田晓明对抚州市的精心安排表示感谢,并简要介绍了苏州大学的情况,重点介绍了东吴智库近几年在服

务地方经济社会发展中所取得的成效。同时他指出:今年4月1日,我校与抚州市签订了战略合作框架协议,此次带队前往抚州,主要是在框架协议下就合作事宜具体对接和推进。抚州市相关部门负责人参加了分组交流洽谈。

随后,抚州市发改委、规划局、建设局、环保局、文广新局负责人就目前抚州在经济社会发展过程中面临的生态文明建设、城市规划设计、古村落保护、非物质文化遗产保护、历史文化名人推广、人才培养等问题与东吴智库专家进行了交流,并形成具体的对接项目希望东吴智库提供智力支持。

我校东吴智库研究员吴永发教授、段进军教授、张劲松教授、雷诚副教授、江波副教授,人文社会科学院常务副院长母小勇、副院长徐维英参加了调研和分组交流。

9月8日上午,湖北省鄂州市社会科学界联合会主席程焰山、秘书长尹智源一行来我校东吴智库交流座谈。人文社会科学院常务副院长母小勇、副院长徐维英,政治与公共管理学院教授、东吴智库研究员张劲松出席了此次交流会。

程焰山首先简单介绍了此次来东吴智库学习交流的原因,并介绍了鄂州市社科研究和智库建设的概况。希望通过此次交流,学习东吴智库在短短几年建设中取得成功的经验。

母小勇首先简单介绍了苏州大学办学历史、人文社会科学院的发展概况,随后重点从东吴智库的现有优势、发展思路、建设方案三个方面展开介绍。他指出,东吴智库作为国内高校首家以“智库”形式注册登记的社会性机构,自成立以来,始终秉承“勇于担当、敬畏学术、坚守独立、追求卓越”的理念,围绕城市经济与管理、城市与社会治理、城市文化与管理、城市规划与建设四大领域,与国内外著名高校、区域政府、行业、企业开展了卓有成效的合作,产生了积极而广泛的社会影响,并就十三五期间东吴智库的目标与愿景和与会人员分享。

程焰山一行认真聆听了介绍后,指出东吴智库起步早、发展理念先进、成果显著,值得他们借鉴和学习。他表示,湖北省要从社科大省发展成为社科强省,最重要、最关键的是加强智库意识,建设好智库,为湖北经济社会发展提供智力支持。

湖北省鄂州市社科联来东吴智库交流座谈

东吴智库新媒介与青年文化研究中心

聚焦“苏州现象”系列成果在国内权威学术刊物发表

近日,东吴智库新媒介与青年文化研究中心团队的研究成果以“专题研讨:青年的数字生活与都市文化”的形式在《新闻与传播研究》第8期上发表。《新闻与传播研究》由中国社会科学院新闻研究所主办,是国内代表新闻传播研究最高水平的学术期刊。

研究中心特约研究员、美国威斯康辛大学麦迪逊分校传播艺术系潘忠党教授为专题撰写的导言《城市传播研究的探索》,从城市作为空间、人作为主体、媒介对空间的生成等理论层面对该专题研究进行了总体性的阐述。五篇论文包括研究中心主任、凤凰传媒学院马中红教授研究“寒山闻钟”论坛的《第三种论坛:体制性网络空间的公共性透视》,中心副主任陈霖教授研究苏州博

物馆的《城市认同叙事的展演空间》,上海政法学院文学与传媒学院於红梅老师研究平江路的《数字媒体时代城市文化消费空间及其公共性》,凤凰传媒学院牡丹老师研究UGC苏州影像的《镜像苏州:市民参与和话语重构》,凤凰传媒学院2014级博士研究生顾亦周研究苏州市民卡的《引向城市共同体的标识》。

这组论文对城市形象和认同、城市文化建设、新媒介制度和管理创新等问题不仅提出了积极而严谨的学理思考,而且提供了充分而有针对性的学术资源,力图在对本地个案进行扎实的经验研究基础上,将地方经验提升到更具普适性的理论层面。

这一专题来源于苏州大学2013年重大委托项目“青年的数字生活与都市文

化”研究。人文社会科学院的驻院团队建设工程,东吴智库的跨学科学术资源,凤凰传媒学院教师和研究生积极参与,都为该研究的顺利进行提供了有力的支持。

自2012年成立以来,苏州大学新媒介与青年文化研究中心开展了一系列学术研究,包括新媒介与青年亚文化研究、青少年网络流行文化研究、城市文化研究、纪录片研究、当代文学和文化研究等,并出版了“新媒介与青年亚文化丛书”(第一辑,7种)、《无法忽视的另一种力量——新媒介与青年亚文化研究》《网络那些词儿》《新世纪人文纪录片研究》《新媒介·新青年·新文化——中国青少年网络流行文化现象研究》《青年亚文化研究年度报告》(2012,2013,2014,2015)等著述。

•成果巡礼•



编者按:继《中国社会科学报》连续刊发我校商学院、东吴智库研究员刘亮副教授《关于智库成果评价的一些尝试》《借鉴国内外经验推进江苏高校智库建设》《对于麦甘“全球智库报告”我们应该怎么看?》之后,近日,刘亮副教授撰写的《借鉴经验 多措并举完善高校智库成果推销机制》又一次刊发,该系列论文是江苏高校哲学社会科学重点研究基地重大项目“中国高校智库运行机制研究”(2015JDXM026)阶段性成果。

借鉴经验 多措并举完善高校智库成果推销机制

刘 亮

高校智库的影响力是其核心竞争力,而影响力的获得取决于研究成果的推销机制。良好的成果推销机制可以帮助弥合高校智库与政策制定者以及公众之间的鸿沟,促进决策者和公众对研究成果的了解,从而提高决策水平,改善决策质量,提升智库在政府和社会中的影响力;加深公众对智库的认知,提升公众对政策的了解,从而形成较为合理的预期。

高校智库成果推销的国外经验

第一,密切的国际间交流与合作。首先,国外一流高校智库之间经常举行研讨会、国际会议等,就全球热点问题等进行信息资源的沟通,既能增进彼此的了解,也能很好地宣传自己的研究动态与成果。其次,很多国外一流高校智库的研究人员来自不同的国家,具有不同的知识背景,有助于帮助其获得享誉世界的影响力。一些高校智库还设立了国际委员会。

第二,与政府机构的关系良好。首先,国外一流高校智库多存在“旋转门”机制。智库的研究人员与政府官员的角色之间的合理流动,有效地向政府机构推销研究成果与政策思想,也帮助高校智库的专家学者及时了解政府政策需求,使智库的研究更加具有实用性和针对性。智库的研究成果可以完善、影响政府决策,甚至直接为政府所用,智库

的影响力将得到大幅提升。其次,国外一流高校智库会鼓励研究人员到政府机构举办讲座宣传自己的观点,也会邀请政要到高校发表演讲、担任顾问、参加会议等。这样一方面智库可以及时了解政府政策走向,向政府推介自己的政策理念;另一方面,政府官员也可以汲取研究成果,启发思路、开阔视野。

第三,重视与主流媒体的关系。国外一流高校智库举办研讨会、圆桌会议等都会邀请主流媒体参加,通过纸媒、广播、电视等机构宣传推广研究成果和政策主张。此外,这些高校智库还鼓励机构内的专家学者参加媒体的访谈节目、在报纸上发表评论或者直接购买杂志、报纸等相关版面宣传自己的学者和研究成果,提高自身和学者的知名度与影响力等。大量新颖的政策主张和思想观点为媒体提供了卖点,同时媒体又成为智库宣传自己成果的载体和推动者。

第四,创办具有品牌特色的图书刊物。国外绝大多数一流高校智库都拥有自创品牌的杂志、期刊等,如胡佛研究所的《胡佛文摘》《政策评论》《战略研究》《中国领导观察》,哈佛大学贝尔福科学与国际事务研究中心创办的《国际安全》季刊等,用以刊登国内外知名专家学者的研究成果,为全球学者专家、政策制定者及社会公众提供专业的沟通平台。有些智库还会定期出版一些书籍,如贝尔福科学与国际事务研究中心基本上每月出版一本新书。

第五,积极利用新媒体发声。在利用报纸、广播、电视等传统媒体的同时,国外知名高校智库还积极利用脸谱网(Facebook)等社交网络平台或者专门建设的网站论坛等新媒体发布最新的研究课题,推介研究人员的新文章、音像作品等,使公众可以及时有效地展开对研究课题的深度、广度思考与分析,并与之互动。此外,国外知名高校智库还十分重视对官方网站的建设,如读者可以在贝尔福科学与国际事务研究中心的官方网站上通过注册邮箱或手机号码成为会员,下载评论和文章了解中心最新的研究方向和政策主张,同时研究中心也会定期将其重大资讯发送给会员。利用新媒体渠道形成网状的传播结构,使高校智库的研究成果更加侧重于互动和全球化,引导了舆论的走向,也潜移默化地提升了自身的社会影响力。

我国高校智库成果推销机制建议

2013 年 11 月 12 日,党的十八届三中全会通过的《关于全面深化改革若干重大问题的决定》,首次提出“加强中国特色新型智库建设,建立健全决策咨询制度”。2014 年 2 月 10 日,教育部印发《中国特色新型高校智库建设推进计划》。自此,全国很多高校都着手开始建设新型智库。一些大学智库,如北京大学国家发展研究院、清华大学布鲁斯金公共政策研究中心、中国人民大学重阳

•成果巡礼•

金融研究院等在国内外获得了较高的声誉。但整体而言，国内高校智库在成果推销机制方面仍有待进步，例如与国外高校智库的交流不足、与政府的沟通和交流缺乏深度、成果转化率较低、成果推销渠道较为单一等，需从多方面加以改善。

以服务决策为导向,发挥政策性研究作用。高校智库完善成果推销机制、扩大影响力的重要前提是拥有高质量的研究成果。我国高校智库应增强社会服务功能,积极参与决策咨询,主动开展对策性研究,充分发挥智囊团、思想库作用;树立“中国意识”,立足中国国情,“急国家之所急,想国家之所想,研国家之所需”,主动选择国家重大理论和具有前瞻性的现实问题作为自己的研究领域,提高研究目标的政策性和现实针对性。在管理机制上,需要改革高校智库政策研究的考核评价机制,将智库研究成果纳入高校学术评价体系,将研究成果转化的贡献纳入科研考核评价体系中,与职称、晋升和科研奖励等有效对接。政策研究思想、各类调查报告、研究报告和政策咨询报告等被国家高层领导和政府部门采纳、被各类传媒引用的数量,向政府部门递交的对策建议被采纳的比例,高校智库研究者担任政府专家顾问的情况等都应作为重要的评价指标。

不断完善旋转门机制,与政府保持适当的关系。除了鼓励智库研究人员直接参政之外,高校智库还可以邀请政府官员到高校发表演讲、参与研究项目,聘请政府官员到高校授课,定期向政府提供研究成果简报、为政府撰写政策备

忘录和政策简报,加强与政府的联系。此外,定期邀请政府负责人来参加早午餐会、形势研究会、座谈会等,共同探讨国际国内发展形势和相关的问题,都是增进与政府关系的不错的方式。高校智库和政界人士可以通过这些活动达到互通信息、交流思想的目的。智库可以及时了解政府政策走向,使其研究同步于乃至超前于这种走向;而政府则可以及时从智库汲取研究成果,完善自己的相关决策。

加强与主流媒体的联系。借助于主流媒体强有力的听觉和视觉传播,高校智库可以引起公众对研究的某一问题的关注,并通过观念引导,形成有利于被决策者认同的公众舆论,从而达到成功推销研究成果并间接影响政府决策的目的。我国高校智库可以购买电视、广播的节目时段和报纸杂志的版面,鼓励研究学者参加媒体的访谈评论节目发表自己的评论等;高校智库定期举办的与政府、企业或其他机构之间的交流会、形势研讨会、座谈会等都应该邀请主流媒体进行报道。在电视、电台和报纸上曝光度的增加有利于提升自身的知名度进而扩大研究成果的影响力。此外,发行和传播出版物也是智库推销研究成果、扩大影响的重要方式。智库的出版物包括期刊、书籍、研究报告、快报等,这些出版物既是政界和精英阶层决策概念的来源,也是智库舆论扩散的象征。我国高校智库可以借助国内外具有影响力的报刊杂志发表自己最新的研究成果。

充分拓展新媒体成果推销渠道。首先,在官方网站建设方面,网站制作人

员可以根据不同的研究成果类型设置各种栏目导航和成果链接,以便读者了解更多的内容;做好网站信息检索的功能设计,使读者能够在大量信息中快速找到自己需要的研究成果信息。除了增强网站的使用功能、提升网站建设水平之外,高校智库还可以定期进行网络民意调查,并通过公布调查结果影响公众倾向。其次,充分开发利用新媒体的优势,如创建并推广具有自身品牌特色的网站论坛、手机应用等,第一时间发布研究形成的新观念与新思想,不断提升自己的品牌形象。最后,高校智库应投入资源建设好网上交流互动平台,如微博、微信等,定期更新推送内容,并开通留言评论功能供公众讨论,方便社会公众了解最新研究动向,引领社会思潮,提升宣传力度与影响力。

划分受众类型,选择不同的发布渠道。我国高校智库可根据社会各阶层与政策决策的关系将社会结构分为三个层次:代表政府机构的决策者、具备一定政策影响力的集团机构和社会普通民众。根据发布的信息类型选择不同的发布渠道,使其达到最理想的效果。一般来说,决策核心和权力中心的教育程度、对国家现实境况的了解程度等要高于社会普通民众,所以针对前两部分受众的推销渠道可以采取高端、较深层次的形式,如定期举办的座谈会、研讨会、递送政府简报和书籍报刊等。考虑到普通民众人数广、影响力大的特点,为了让普通民众更容易了解智库的研究成果与政策思想,高校智库要采取相对接地气的推销渠道,例如论坛、微博、微信等。在形式上,智库研究成果还需要转化为浅显易懂的语言文字或者图片等。

综上所述,我国高校智库正迎来史无前例的“创新转型”机遇,这既是推进国家治理体系和治理能力现代化、提高科学民主决策能力的必然选择,也是我国参与国际竞争、提高软实力的战略需求。我国高校智库应在充分利用自身优势的基础上,学习国外一流智库,采取各种方式广泛地推销自己的研究成果,帮助政府制定更加完善的政策决策,借助于成果推销积极地宣传自我价值、树立品牌形象,为高校智库充分走向市场、提升影响力铺就道路。可以预见,随着我国高校智库成果推销机制的不断完善,我国高校智库将会变得更加专业、更加国际化、更具影响力。

(转自《中国社会科学报》2016 年 09 月 29 日)

借鉴经验 多措并举

完善高校智库成果推销机制

◎刘英 卢前蔚

高校智库的影响力是其核心竞争力,而影响力的获得取决于研究成果的推销机制。良好成果推销机制可以推动智库与高校智库与政策制定者以及公众之间的沟通,促进决策者和公众对研究成果的了解,从而促进决策者和公众对研究成果的采纳,提升智库在政府和社会中的影响力。加强高校智库的研究、宣传和推广工作,从而促进智库影响力的提升。

首先,高校智库的影响力是其核心竞争力,而影响力的获得取决于研究成果的推销机制。良好成果推销机制可以推动智库与高校智库与政策制定者以及公众之间的沟通,促进决策者和公众对研究成果的了解,从而促进决策者和公众对研究成果的采纳,提升智库在政府和社会中的影响力。加强高校智库的研究、宣传和推广工作,从而促进智库影响力的提升。

其次,高校智库的影响力是其核心竞争力,而影响力的获得取决于研究成果的推销机制。良好成果推销机制可以推动智库与高校智库与政策制定者以及公众之间的沟通,促进决策者和公众对研究成果的了解,从而促进决策者和公众对研究成果的采纳,提升智库在政府和社会中的影响力。加强高校智库的研究、宣传和推广工作,从而促进智库影响力的提升。

最后,高校智库的影响力是其核心竞争力,而影响力的获得取决于研究成果的推销机制。良好成果推销机制可以推动智库与高校智库与政策制定者以及公众之间的沟通,促进决策者和公众对研究成果的了解,从而促进决策者和公众对研究成果的采纳,提升智库在政府和社会中的影响力。加强高校智库的研究、宣传和推广工作,从而促进智库影响力的提升。

中国社会科学报

第 1500 期 (2016 年 9 月 29 日) (CNY 1.00)

本报地址:北京市海淀区中关村大街 15 号 1515 室 邮编:100081

广告刊例:封面 1100 元/期;封二 800 元/期;封三 600 元/期;封四 400 元/期;正文 200 元/行

本期责任编辑:王正家

地址:江苏省苏州市工业园区

网址: <http://www.cssn.cn>