

ICS 03.140
CCS A 00



中华人民共和国国家标准

GB/T 40106—2021

人文社会科学智库评价指标体系

Humanities and social science evaluation index system of think tanks

2021-05-21 发布

2021-12-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由全国知识管理标准化技术委员会(SAC/TC 554)提出并归口。

本文件起草单位：中国社会科学评价研究院。

本文件主要起草人：荆林波、胡薇、马冉、吴田。

引 言

智库的健康发展离不开智库评价的引导。本文件的制定有利于引导当前中国智库的评价工作走上科学化、标准化的道路,推出具有公信力、建设性的评价结果,科学引导中国特色新型智库的建设与发展,推进中国哲学社会科学走向世界。

本文件在结合国内外智库评价指标体系研究和应用的最新进展基础上,构建定性和定量的评价指标体系,运用第三方的主观评价与客观评价相结合的方法,旨在创建一套具有科学性、权威性、指导性、针对性、工具性及可操作性,兼顾整体的通用性与差异性的智库评价指标体系。

人文社会科学智库评价指标体系

1 范围

本文件规定了智库的评价原则、指标体系。

本文件适用于人文社会科学智库评价。在智库建设与管理、智库能力的提升与智库工作的改进,以及智库相关教学与研究、智库信息化研发与建设等方面也可以作为参考。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语、定义和缩略语

3.1 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1.1

智库 think tank

对公共政策的制定产生影响的咨询机构。

3.1.2

评价客体 evaluation object

评价活动中的被评价对象,本文件主要指智库。

3.1.3

评价主体 evaluation subject

对评价客体进行组织、实施评价活动的机构或个人。

注:评价主体包括管理部门、第三方评价机构、学术共同体和相关领域专家等。

3.1.4

吸引力 attractive power

评价客体吸引资源的能力,评价客体的外部声誉。

注:在智库评价活动中,吸引人才、资金等外部资源的能力,提升评价客体的竞争力。

3.1.5

管理力 management power

评价客体的内部运作能力,评价客体保持发展的能力。

3.1.6

影响力 impact power

评价客体的吸引力和管理力最终体现在对外传播、实践应用等方面,是对学术理论、公共政策、国内和国际社会等产生作用的能力。

注:影响力涵盖政策影响力、学术影响力、社会影响力、国际影响力,是评价客体实力的直接表现。