

· 理论与实践 ·

中国情报学的宣传推介策略

陈 峰

(中国科学技术信息研究所 北京 100038)

摘要 [目的/意义]在国外,“intelligence studies(情报学)”“library and information(图书情报)”“information science(信息科学)”是重心明确不同、有着明确分野的三个不同学科。而在中国,“情报学”是将三者混为一谈的,造成了社会对“情报学”学科认知上的混乱,影响了学科的健康发展。[方法/过程]面向帮助社会各界确立中国情报学正确认知的需要,从与国际接轨的视角对中国情报学的要义进行了界定,归纳了中国情报学宣传推介因素缺失表现的3个方面,从5个方面勾勒了中国情报学的未来发展愿景。[结果/结论]从5个方面提出了中国情报学宣传推介的策略要点,包括:(1)依托宣传推介中国情报学的专业期刊与品牌会议平台,开展中国情报学重大问题研究,持续产出能产生社会影响的研究成果;(2)加强面向中国政府部门、中国本土企业、有关事业单位高层领导的宣传推介;(3)成立中国情报大学和中国情报学发展基金会,形成宣传推介中国情报学的稳定组织机构;(4)持续加强对国外情报工作的研究与宣传推介;(5)重视借助有强大影响力的社会传播媒体渠道,加强面向经贸等民口情报主体领域和主流用户群体的宣传推介。

关键词 中国情报学 学科建设 宣传推介 公关 竞争情报

中图分类号 G350

文献标识码 A

文章编号 1002-1965(2016)01-0001-06

引用格式 陈 峰.中国情报学的宣传推介策略[J].情报杂志,2016,35(3):1-6.

DOI 10.3969/j.issn.1002-1965.2016.03.001

Studies on Promotion Strategy about Discipline of Intelligence Studies of China

Chen Feng

(Institute of Scientific and Technical Information of China, Beijing 100038)

Abstract [Purpose/Significance] In overseas, “intelligence studies” “library and information” “information science” are three very different discipline mutually. But in China, the three different disciplines are considered to be indistinctive, then confusion in perception has produced naturally and the development of discipline of intelligence studies of China is restricted consequentially. [Method/Process] For promoting a correct perception about the discipline of intelligence studies of China, the essentials of discipline of intelligence studies of China is defined from international peer angle first, then three main promotion deficiency aspects about discipline of intelligence studies of China are concluded, five major scenarios about vision of discipline of intelligence studies of China in future are depicted subsequently. [Result/Conclusion] The five main points about promotion strategy of discipline of intelligence studies of China are introduced emphatically.

Key words intelligence studies of China discipline construction promotion public relations competitive intelligence

0 引言

“我是谁?我从哪里来?要到那里去?”这虽然是哲学家关于人的终极哲学命题,但致力于推动“中国情报学”发展的同仁们也同样需要围绕“中国情报学”从终极哲学高度进行思考。

何谓“中国情报学”?这个看似简单的问题回答

起来其实并不简单,因为在中国存在“information”和“intelligence”两种情报观^[1]。两种情报观之下,对“中国情报学”的内涵和重心的理解自然不同。

作者认为,“在安全的前提下发展”是每个自然人和群体组织永恒的追求,国家、企业等是社会群体组织的代表。保障社会群体组织“安全”、“发展”的需要催生了“情报(intelligence)”,情报的使命就是保障

社会群体组织的“安全”和“发展”。通过“斗力”与“斗智”实现“安全”和“发展”的目标是自然人和社会群体组织的两个基本本能,有共同利益的自然人组成的社会群体组织的“斗智”需要催生了“情报(intelligence)”行为。这就是“报(intelligence)”的由来。

作者在此首先对“中国情报学”做一个明确的界定,认定“中国情报学”对应的英文是“intelligence studies in China”,“中国情报学”是在中国实践环境下研究情报(intelligence)活动规律的科学,内涵和重心是“情报(intelligence)”而非“信息(information)”。

作者对“中国情报学”的界定主要基于两个视角,一是与国际对接的视角,二是中国现实情况的视角。

以美国为代表的国外学科分类体系中“intelligence studies”(情报学)包括四个分支领域:“Military Intelligence(军事情报)”、“Security Intelligence(安全情报)”、“Law Enforcement Intelligence(执法情报)”、“Competitive Intelligence/Business Intelligence(竞争情报/商业)”,而“library and information”属图书馆学领域,包括公共图书馆、高校图书馆、专业图书馆三个分支领域。从与国际交流的视角看,将“中国情报学”认定为“intelligence studies in China”显然是能与国际接轨、有利于中外情报学界对接交流互动的必然选择。

20世纪90年代,中国在全国范围进行了“情报”改“信息”运动,“情报”的表征性功能日益弱化,“情报”与“信息”的分野日益模糊^[2],中国情报学的情报缺失^[3]、学科泛化问题日益突出^[4],日益巨大的社会需求之下凸显情报产品供给缺口越来越大,造成中国情报学发展困境重重。而秉承“intelligence”情报观的情报研究与服务工作顺应了社会需求,得到长足的发展,得到全社会的广泛认可与赞赏。竞争情报在中国的崛起是对此最好的说明^[5]。从中国现实情况的视角看,将“中国情报学”确定为“intelligence studies in China”是让中国情报学回归本来面目^[6]、顺应中国现实发展需要、让中国情报学在新形势下健康持续发展的必然选择。

1 中国情报学困境的宣传推介缺失因素

一个学科能否生存、发展情况如何,在很大程度上取决于人们对这个学科的认知及其相应的支持或压制行为。环境保护学、法学、管理学等社会应用类代表性学科在中国的发展史表明,人们认知上的错误和偏差是限制这类学科发展的根本原因,而关于这类学科的正向宣传推介是形成和改变人们认知的决定性因素,正向宣传推介缺失是影响这类学科在中国发展的关键因素。中国情报学是典型的应用科学,与环境保护、法律、管理咨询等中性术语不同的是,“情报”是在人们

的认知中普遍存在误解和偏差的术语。因此,中国情报学在中国的发展受人们认知的影响更大,正向宣传推介文体的重要性也更为突出。

我国著名情报学家包昌火研究员对中国情报事业近60年的发展历程及其重大问题进行了长期的研究,将中国情报学的困境归结为“居无定所,进退维谷、战线过长、脱离实际”^[7]。

近年来,中共中央、国务院陆续出台多个与情报工作密切相关的重大战略举措,包括成立国家安全委员会、发布《关于加强中国特色新型智库建设的意见》、发布《国务院关于加快科技服务业发展的若干意见》、实施创新驱动发展战略、加快实施“走出去”战略、实施中国制造2025战略,把军民融合发展上升为国家战略等。这些重大战略举措既是顺应解决安全与竞争重大战略问题的情报工作产物,也将对情报产生强大的需求,为情报工作大发展带来契机。但现实情况是,情报界并没有扮演不可或缺的角色,中国情报学的困境并没有多少改观。

造成中国情报学困境的诸多因素中,宣传推介的缺失是重要因素之一,是必须引起高度重视的重大问题。考虑到当前中国情报学的推动主体是民口情报领域,也考虑到民口情报领域开放透明度较高,本文主要依据民口情报领域现状研究归纳中国情报学的宣传推介缺失问题。归纳起来,中国情报学宣传推介的缺失主要表现在三个方面。

第一,将“Information(信息)”与“Intelligence(情报)”混为一谈,将“情报学”等同于“information science”^[7]而非国外公认的“intelligence studies”进行宣传推介,这是造成中国情报学发展困境的重要原因。包昌火研究员对于这个问题有过精辟论述,此处不再赘述。

第二,面向社会主干领域、高端用户群体的中国情报学宣传推介明显缺失

从中国情报学研究与服务供应端来看,目前开展的情报研究与服务主要集中在传统的科技情报信息机构,这是目前我国情报研究与服务的主阵地,高校中情报研究与服务、人才培养等工作日益萎缩,经济、贸易等主干领域还没有成为推动情报研究与服务的主阵地。

从中国情报学研究与服务的需求端来看,认可、接受、支持情报研究与服务的主要是情报信息服务机构学术研究人员、高校师生、企业基层情报信息工作者、政府管理决策部门低层领导等低端用户群体。而在情报信息服务机构顶层领导、高校领导、国家教育管理部门、企业高层管理决策者、相关政府部门高层领导等社会高端用户群体中,中国情报学的宣传推介工作明显

缺失,以致在这些推动中国情报学发展最有分量的社会用户群体中,或者对情报没有认识,或者对情报有一个错误的认识。

第三,现实中的情报行为中普遍存在“名”与“实”分离的现象,针对无“情报”之“名”有“情报”之“实”的领域和需求开展的中国情报学宣传推介明显缺失。

从历史源头看,“情报”一词有“不怀好意地偷窥”的含义。受其影响,无论是军口情报还是民口情报,有意无意回避直接使用“情报”称谓的现象普遍存在。也就是说,在现实社会中,情报工作普遍存在“名”与“实”分离的情况。以情报之名行情报之实的只是冰山一角。无情报之“名”有情报之“实”的却是冰山的绝大部分,即在现实中的情报行为中普遍存在“名”与“实”分离的现象^[8]。事实上,一些具有特定内涵的信息行为往往都是实际上的情报行为,都隐含对情报的实际需求。一些需要外部信息收集分析工作支撑的功能或业务往往都是实际上的情报行为,或者是情报占相当份量的实际行为,都隐含对情报的实际需求。从目前情况看,针对无“情报”之名有“情报”之“实”的领域和需求开展的中国情报学宣传推介明显缺失,使庞大的潜在用户需求群体和潜在业务没有被中国情报学发展所利用,这是造成情报学发展困境的又一个重要因素。

2 中国情报学的发展愿景

中国情报学要到哪里去?作者认为,中国情报学的发展愿景至少应包括以下5个重要的未来情景画面。

2.1 国家层面出台支持民口情报工作的专项政策法规 国家层面出台支持民口情报工作的专项政策法规对于中国情报学的发展具有决定性作用,此举将宣告支持情报工作已经成为国家意志,这一大政方针不会由于某些领导人的更替、某些机构的变化而发生方向性变化。此举将为中国情报学正本清源,将为中国情报学的研究与应用提供法律地位保障和广阔的发展空间。

研究表明,专项政策法规支持是美国、日本等国家竞争情报工作位居世界领先水平的保障。法国出台并落实支持竞争情报发展的“马特报告(1994)”、“卡拉永报告(2003)”等政策文件成为法国竞争情报研究与应用工作迅速跃升至世界先进水平的重要保障^[9]。国家层面专项政策法规保障情报工作发展的机理对国外适用对中国同样适用。

在中国的现实国情下,参照《关于加强中国特色新型智库建设的意见》、《国务院关于加快科技服务业发展的若干意见》的规格和做法,国家层面出台支持

民口情报工作的专项政策法规,是中国情报学能够顺利发展的根本保证。

2.2 国家层面成立统领全国情报工作的顶层领导机构 组织决定功能,组织的层次决定了功能发挥的程度。由于情报工作具有典型性的“一把手掌控”特性,推动全国情报工作的发展必须在国家层面建立领导机构,也由于情报工作对组织的全局性、全方位覆盖特性,建立的领导机构必须是国家顶层领导机构,能够对军事、国家安全、公安、科技、经济、商务、外交、文化等情报分支领域全面统领、组织协调。

中国竞争情报事业20年暨第20届中国竞争情报年会于2014年10月28-29日在北京举行,会议展示了中国竞争情报事业20年取得的丰硕成果,但与国外竞争情报先进国家、与中国现实的竞争情报需求相比,中国竞争情报的局限和隐忧仍值得高度重视。其中中国竞争情报的局限和隐忧最突出的地方表现为,中国竞争情报事业20年发展主要是由科技情报系统中的部分力量推动的,科技情报系统整体推动竞争情报发展的力度还很不够。从国务院组成部委机构来看,科技部系统是政府部门中推动中国竞争情报工作发展的主要力量,商务部、工信部、国资委等系统对中国竞争情报工作的推动还很有限,凸现民口情报工作领域成立全国顶层领导机构的迫切性。

国家层面成立统领全国情报工作的顶层领导机构,特别是在民口情报领域成立国家顶层领导机构,将推动情报工作快速进入需求主战场,产生对中国情报学研究与应用巨大需求,此举将成为中国情报大发展的有力推手。

法国是在国家层面成立统领全国民口情报工作顶层领导机构、有力推动法国全国竞争情报工作开展的范例^[9],对中国最具有直接参考借鉴价值。根据中国的具体国情,可参考“中央国家安全领导小组”“中央网络安全和信息化领导小组”“国家制造强国建设领导小组”等的模式和规格,成立国家层面全国情报工作顶层领导机构,此举将对中国情报学的顺利发展产生巨大的促进作用。

2.3 中国情报学成为国家教育部认定的一级学科

中国情报学和环境保护学、法学、管理学等应用学科一样,其发展情况受国家教育部学科设置影响很大,学科设置层次越高、学科地位越高、发展空间越大、学科发展越好。反之,学科设置层次越低、学科地位越低、发展空间越小、学科发展越艰难。从中国国家教育部学科设置的具体情况来看,中国情报学处于非常尴尬的不利地位,造成中国情报学困境几乎是必然的结果。而改变这一状况,让中国情报学成为国家教育部认定的一级学科,是让中国情报学摆脱困境、得以顺应社会

大势大发展的必然举措。

从与国外对接的角度看,中国情报学应成为国家教育部认定的一级学科,涵盖军事情报、安全情报、执法情报、商业情报/竞争情报等核心内容。

从中国的现实情况来看,中国情报学一级学科之下,可设置军事情报、国家安全情报、公安情报^[10]、商业情报、竞争情报等二级学科,每个二级学科之下再设若干三级分支学科。例如竞争情报二级学科之下,可设置企业竞争情报、产业竞争情报、技术竞争情报、区域竞争情报、政府竞争情报、国家竞争情报等三级分支学科^[11]。

2.4 基于一级学科分类体系出现一批中国情报学专业人才培养机构 在我国目前的学科门类设置中,“情报学”(Information Science + Intelligence Studies)与图书馆学、档案学三个部分合并设置为同一个一级学科。这三个部分中,图书馆学方面研究与从业者人数远远超过“情报学”,在行业话语权、业务方向与重心确定、资源分配、专业人才培养力量、工作评价等方面,“情报学”与图书馆学根本就不在一个量级上,处于绝对劣势地位。“情报学”与图书馆学相比处于绝对劣势,与档案学相比也没有优势可言,因为从工作性质来看,档案从业者的主体属于政府部门的公务员序列,地位高、支持条件好,可持续发展能得到充分的保障。中国目前“情报学”专业人才培养机构中,占主导地位的力量主要用于培养与图书馆学没有多大区别的“Information Science”专业人才。即使如此,“情报学”已经完全退出了中国大学本科招生培养专业目录。而在研究生阶段开展“Intelligence Studies”专业人才培养的也由于本科学生培养力量的萎缩自然沦为无足轻重的配角。

推动中国情报学可持续发展的决定性力量是从事其研究与应用、数量可持续增长的专业人才队伍,而能否拥有数量可持续增长的中国情报学研究与应用专业人才队伍取决于能否出现一批中国情报学专业人才培养机构,基于一级学科分类体系出现一批中国情报学专业人才培养机构是中国情报学摆脱目前困境、可持续发展的根本保证。

2.5 形成中国情报学研究与应用交互促进、最佳实践范例层出不穷的局面 中国情报学是典型的需求牵引发展型应用学科,在应用中体现价值和效果,在实践中涌现榜样,用榜样激发全国范围内中国情报学研究与应用创优争先,促进研究与应用交互促进、互为依托支撑、互动耦合、良性循环,形成最佳实践范例层出不穷的局面,是中国情报学未来发展的理想预期,是中国情报学独特价值得到全社会认可、不可或缺的作用得以证明、值得众多业界同仁为之长期努力的美好情景。

中国竞争情报事业20年发展史表明,将竞争情报理论方法应用于实践,涌现出以湖南省科学技术信息研究所^[12]、上海宝钢为代表^[13]的一批中国本土竞争情报最佳实践机构,是竞争情报得到业界、用户和社会的认可与要求,对于宣传推介竞争情报具有不可替代的作用。竞争情报之外的其他情报学领域同样需要涌现一批最佳实践机构。

3 当前环境下中国情报学的宣传推介策略要点

实现中国情报学的愿景,切实有效的宣传推介是不可或缺的重要工作。当前环境下,中国情报学的宣传推介策略应突出以下要点。

3.1 依托宣传推介中国情报学的专业期刊与品牌会议平台,开展中国情报学重大问题研究,持续产出能产生社会影响的研究成果 目前中国已经产生了根据“intelligence”要义创办的情报学专业期刊,如《情报杂志》《竞争情报》《情报工程》等,也产生了围绕“intelligence”研究与应用开展交流的专业会议,如中国科学技术情报学会竞争情报分会主办的中国竞争情报年会、上海科学技术情报研究所主办的竞争情报上海论坛、北京市科学技术情报研究所主办的竞争情报国际会议、陕西省科学技术信息研究所主办的华山论坛等,这些会议已经成为社会影响力越来越大的品牌会议。这些专业期刊和品牌会议也已成为凝聚中国情报学最有影响力推动者的平台。

依托宣传推介中国情报学的专业期刊与品牌会议平台,动员集成顶级专家学者群体的力量,开展中国情报学重大问题研究,产出对情报工作领域乃至全社会具有影响的研究成果,如重大问题专题研究报告、国内外情报工作专项调研报告、面向国家高层的专报信息等。此项举措既切实可行,也能使中国情报学的宣传推介工作收到良好效果。

3.2 加强面向中国政府部门、中国本土企业、有关事业单位高层领导的宣传推介 实现中国情报学的发展愿景,起决定作用的是政府高层领导的支持。取得政府高层领导的支持,需要面向这个群体开展切实有效的宣传推介工作,使这个群体对中国情报学有正确的认知,进而成为中国情报学研究与应用工作的有力支持者。2014年10月28日国务院印发《关于加快科技服务业发展的若干意见》,明确提出“…支持发展竞争情报分析…”,对中国竞争情报研究与应用工作产生了积极的推动作用,这是我国竞争情报工作者向政府有关部门宣传推介竞争情报取得成效的实例。但实现包括“国家层面出台支持民口情报工作的专项政策法规”、“国家层面成立统领全国情报工作的顶层领导机构”在内的中国情报学发展愿景,还需要面向中国

政府高层开展力度更大的宣传推介工作。

企业是竞争情报主要用户群体,鉴于竞争情报工作的“一把手工程”特性,企业高层领导特别是企业一把手对竞争情报工作的推动力度比企业普通竞争情报工作者大得多,针对企业高层领导特别是“一把手”开展竞争情报宣传推介,对于包括竞争情报在内的中国情报学研究与应用也具有决定性作用,是实现“最佳实践范例层出不穷”愿景的根本保证。目前,针对中国本土企业高层领导特别是“一把手”开展竞争情报宣传推介还很不够,需要大力加强。

中国的科技情报信息服务机构、经济信息服务机构、生产力促进中心、咨询机构、政策与战略研究机构等事业单位是民口情报产品与服务的提供机构,是实现中国情报学愿景的主力军。这些有关事业单位中,科技情报信息服务机构开展竞争情报研究与服务的相对较多,但将竞争情报研究与服务列为单位主体业务的不多,其中的一个重要原因是针对这些机构高层领导特别是“一把手”的宣传推介工作不够,也是需要大力加强的中国情报学宣传推介工作。

3.3 成立中国情报大学、中国情报学发展基金会、中国竞争情报学会或协会等国家一级社团,形成宣传推介中国情报学的稳定组织机构 基于能与国际接轨、能与国外同行顺畅交流合作的考量,成立中国国家情报大学(Chinese University of Intelligence Studies)、中国国家情报研究院(National Institute for Intelligence Studies of China)等高级专业人才培养机构,并在全国各省设立分院,此举在宣传推介中国情报学方面具有不可替代的作用和不可估量的意义。

目前国外已经有多所情报大学。在美国,既有官方授权支持的美国国家情报大学(National Intelligence University),也有美国战略与竞争情报从业者协会(Strategic and Competitive Intelligence Professionals, SCIP)这样的民间社团成立的情报大学(SCIP University),此外,还有一批在大学设置的情报学院。日本、韩国等国家也开办了情报大学。

通过成立中国情报学发展基金会宣传推介中国情报学既简便易行也能收到良好效果。美国竞争情报从业者协会(SCIP)旗下就设有竞争情报研究基金会。该基金会成立以来开展了多项专题研究,产出一批高水平研究成果,对于宣传推介竞争情报产生了积极作用。美国竞争情报从业者协会设立竞争情报研究基金会的事例为我国成立中国情报学发展基金会提供了学习范例。

将现有“中国科学技术情报学会竞争情报分会”独立出来,成立中国竞争情报国家一级社团(学会、协会或研究会),这样的一级社团既有运行20多年的良

好基础,又可以摆脱现在仅仅作为一个分支机构的局限和束缚,以成员覆盖全球60多个国家、在美国国内外设有近百个分支机构的美国战略与竞争情报从业者协会(SCIP)为标杆,快速发展组织和队伍,以适应新形势下的发展要求,此举对于宣传推介中国情报学也将产生积极推进作用。

成立中国情报大学、中国情报学发展基金会、中国竞争情报国家一级社团,能形成宣传推介中国情报学的稳定组织机构,能凝聚具有影响力的中国情报学坚定支持者,能培养壮大中国情报学专业人才群体,让日渐壮大的专业人才群体成为最有说服力的中国情报学宣传推介队伍。此举对于推动中国情报学事业发展、实现中国情报学的发展愿景具有重要意义。

3.4 持续加强对国外情报工作的研究与宣传推介

通过“请进来、走出去”开展国际交流、跟踪研究国外竞争情报发展情况并向国内推介,是中国竞争情报事业20年取得巨大成绩的重要因素^[5]。宣传推介国外情报工作情况既是民口情报发展的重要因素,也是军口情报研究与应用必然开展的工作。《法国政府加强竞争情报工作的战略举措及启示》^[9]、《美国战略情报与决策体制研究》^[14]、《情报工作与国家生存发展:基于西方主要国家的历史考察与思考》^[15]等都是研究推介国外情报工作的代表性成果。

向国内介绍国外情报界的情况,从而改变人们的认知,使更多人支持情报工作在中国国内特别有效。实现中国情报学的发展愿景,需要持续加强对国外情报工作的研究与宣传推介。

3.5 重视借助有强大影响力的社会传播媒体渠道,加强面向经贸等民口情报主体领域和主流用户群体的宣传推介 中国民口情报领域普遍存在“名”与“实”分离的现象,无“名”有“实”的情报需求比有“名”有“实”的需求强大得多。中国民口情报虽然发端于科技领域,但经济、外贸、商务、外交等领域的情报需求更为强大,是我国民口情报真正的主阵地和主流用户群体集聚地。这就要求开展中国情报学宣传推介时不能局限于“据名求实”,而能够透过“名”与“实”分离的表象识别真实需求,重视借助有强大影响力的社会传播媒体渠道,特别是财经类传播媒体渠道,用潜在用户听得懂的语言术语开展宣传推介,打通学术界与终端情报用户的有效沟通交流渠道,将庞大的潜在情报用户群体培养转换成现实的显性情报用户,使之成为中国情报学的支持者,使当前民口情报的主阵地从科技领域向经济、外贸、商务、教育、文化、外交等主体领域拓展,并形成民口情报与军口情报、国家安全情报、执法情报研究与应用相互支持、协同发展的局面,这是实现中国情报学愿景的必然要求。

4 结 语

促进中国情报学可持续发展,实现中国情报学的发展愿景,既有赖于人们的正确认知,更依赖于人们获得正确认知后采取相应的支持行为。中国情报学宣传推介工作的作用主要是帮助人们获得正确的认知,而获得正确认知后是否采取相应的支持行为,则取决于外部大环境和有关人员内在的事业心。

2015年9月7日,中国科学院科技战略咨询研究院正式宣告成立,标志着中国科学院文献情报工作的重心向符合中国情报学要义的方向转移。这是继广东、新疆等地科技情报信息机构加挂科技发展战略研究院牌子、业务重心向情报研究转移之后,传统科技信息机构业务重心转向情报研究的重大事件。随着《关于加强中国特色新型智库建设的意见》的落实,大力开展中国情报学研究与应用将成为不可阻挡的发展大势。顺应发展大势需要,开展中国情报学宣传推介,实现中国情报学的发展愿景,依托情报工作成就强国梦,是这一时期中国情报人必须承接的担当和使命。

参 考 文 献

- [1] 沈固朝. 两种情报观: Information 还是 Intelligence? ——在情报学和情报工作中引入 Intelligence 的思考[J]. 情报学报, 2005, 24(3): 260-267.
- [2] 王洪林, 赵冰峰. “科技情报”改“科技信息”后的反思[J]. 情报杂志, 2014, 33(6): 1-3.
- [3] 包昌火, 李 艳. 情报缺失的中国情报学[J]. 情报学报, 2007, 26(1): 29-34.
- [4] 包昌火, 包 焱. 中国情报工作和情报学研究[M]. 北京: 科学出版社, 2014: 589-590.
- [5] 中国科学技术情报学会竞争情报分会. 中国竞争情报事业 20 年暨第 20 届中国竞争情报年会论文集(专刊卷)[C]. 北京: 中国科学技术情报学会竞争情报分会, 2014: 1-68.
- [6] 包昌火. 让中国情报学回归本来面目[J]. 情报杂志, 2011, 30(7): 1.
- [7] 《中国情报学百科全书》编辑委员会. 中国情报学百科全书. 情报学词条[M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 2010: 191.
- [8] 陈 峰. 基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型[J]. 情报理论与实践, 2014, 37(8): 1-5.
- [9] 陈 峰. 法国政府加强竞争情报工作的战略举措及启示[J]. 情报杂志, 2015, 34(2): 61.
- [10] 马德辉. 论中国公安情报学学科专业发展及研究框架[J]. 情报杂志, 2014, 33(9): 1-7.
- [11] 陈 峰. 论研究生学位点设置竞争情报二级学科问题[J]. 情报学报, 2012, 31(8): 883-889.
- [12] 史 敏, 肖雪葵. 湖南省竞争情报中心工作方法研究[J]. 图书情报工作, 2009, 53(2): 91-95.
- [13] 张译中. 一个世界 500 强企业的竞争情报工作[J]. 图书情报工作, 2007, 51(11): 14-16.
- [14] 高金虎. 美国战略情报与决策体制研究[M]. 西安: 陕西师范大学出版社, 2004: 1-251.
- [15] 刘 强. 情报工作与国家生存发展: 基于西方主要国家的历史考察与思考[M]. 北京: 时事出版社, 2014: 1-627.

(责编:白燕琼)