

孔子学院

传播研究



刘程 安然◎著

中国社会科学出版社

孔子学院 传播研究



刘程
安然◎著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

孔子学院传播研究 / 刘程, 安然著. —北京: 中国社会科学出版社, 2012. 8

ISBN 978 - 7 - 5161 - 1292 - 2

I. ①孔… II. ①刘…②安… III. ①中华文化—文化传播—研究②对外汉语教学—研究机构—介绍 IV. ①G125②H195 - 24

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 199689 号

出 版 人 赵剑英
选题策划 李炳青
责任编辑 刘志兵
责任校对 韩海超
责任印制 李 建

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
中文域名: 中国社科网 010 - 64070619
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京市大兴区新魏印刷厂
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2012 年 8 月第 1 版
印 次 2012 年 8 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 12.5
插 页 2
字 数 221 千字
定 价 36.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社联系调换
电话: 010 - 64009791

版权所有 侵权必究

前 言

《孔子学院传播研究》是国内外首次对孔子学院在新闻媒体层面传播进行的全面研究，填补了孔子学院在海内外新闻媒体层面传播研究和孔子学院网站建设与优化研究的空白。

孔子学院是中国文化有组织、大规模、成建制地走出去的有效形式。自2004年11月第一所孔子学院在韩国首尔成立以来，截至2011年，共有105个国家和地区建立了358所孔子学院和500个中小学孔子课堂，专兼职教职工达1万多人，注册学员达50多万人。举办各类文化活动上万场次，参加人数达720万人。中国有260多所大学和500多所中小学积极参与孔子学院（课堂）合作办学。各地孔子学院充分利用自身优势，开展丰富多彩的教学和文化活动，逐步形成了各具特色的办学模式，成为各国学习汉语言文化、了解当代中国的重要场所，受到当地社会各界的热烈欢迎。孔子学院的发展，适应了各国人民学习汉语、了解中华文化的迫切需求，有力地推动了中外教育、文化交流与合作，为增进中外人民相互了解和友谊作出了重要贡献。同时，对国内高校而言，孔子学院也是其国际化的一座金桥。

历经七年多的发展，孔子学院已逐步走向成熟。就孔子学院如何适应各国民众汉语学习和了解中华文化的多样化需求，如何拓展服务功能，如何实现可持续发展，如何提升中国文化软实力来说，对孔子学院的传播进行研究就显得必要且必然。《孔子学院传播研究》正是对这个问题的一個及时回应。

《孔子学院传播研究》第一篇在回顾、总结孔子学院海内外研究现状及其特点的基础之上，对美国堪萨斯大学孔子学院的总体情况及其各种类型的项目（包括远程交互式汉语短期培训项目STARTALK、幼儿园及小学远程交互式汉语推广项目、汉语与中国文化少儿夏令营项目）的特色及存在的问题进行了总结、评析，并提出相关问题以供思考。还对凭借现代电子与网络信

2 前 言

息技术的远程交互式教学的国外研究现状进行了述评，并对远程交互式在对外汉语教学中的应用展开讨论，力图为汉语国际教育提供一种新的理念、策略和方法。

第二篇以海内外媒体（包括海外英文媒体、中国英文对外媒体、孔子学院网站）的孔子学院报道为研究对象，分析其特点、存在的问题，并预测其走向，提出应对海外媒体、孔子学院网站建设与优化及其传播的对策。首先，以海外英文媒体孔子学院新闻报道为研究对象，从孔子学院新闻报道的国别分布及媒体级别、报道的倾向、报道的内容、对孔子学院的认识、对孔子或儒家思想的理解、孔子学院引发其他国家和地区设立类似“语言学院”或文化推广机构的情况等方面进行量化内容研究，分析其特点、存在的问题及走向，提出应对海外新闻媒体孔子学院报道的诸多策略。其次，对《人民日报》（海外版）的孔子学院报道进行抽样分析，从报道版面、报道栏目、报道形式、关注的国家、报道内容、消息来源、语义倾向等方面进行案例分析，剖析中国英文对外媒体孔子学院报道的特色。最后，以获2010年“全球先进孔子学院”称号的美国六所孔子学院为研究样本，采用案例分析法，对孔子学院网站传播的特点及存在的问题进行对比分析，提出孔子学院网站建设、优化及其传播的建议。

第三篇在跨文化语境下，对孔子的传播思想、哲学思想、美学思想、语言观、和谐观等进行研究；以美国纽约时代广场播放的“孔子作揖行礼动画”为研究个案，阐述其传播特点和传播策略。

《孔子学院传播研究》选题新颖、论说详尽，是一本值得一读的书籍。可供从事汉语国际教育及相关人士参考，尤其适合孔子学院院长、汉语教师、汉语教师志愿者阅读。

2011年12月20日

目 录

第一篇 超越语言之上的孔子学院建设研究

第一章	孔子学院海外研究现状、特点及对策	(3)
一	孔子学院海外研究现状	(3)
二	孔子学院海外研究的特点	(14)
三	对策	(15)
第二章	孔子学院国内研究现状、特点及走向	(20)
一	孔子学院国内研究现状	(20)
二	孔子学院国内研究的特点及走向	(23)
第三章	美国堪萨斯大学孔子学院远程交互式汉语短期培训项目 STARTALK 概况及启示	(28)
一	美国堪萨斯大学孔子学院远程交互式汉语短期培训项目 STARTALK 概况	(28)
二	美国堪萨斯大学孔子学院远程交互式汉语短期培训项目 STARTALK 的启示	(33)
第四章	美国堪萨斯大学孔子学院幼儿园及小学远程交互式汉语 推广项目概况与展望	(38)
一	美国堪萨斯大学孔子学院幼儿园及小学远程交互式汉语 推广项目概况	(38)
二	美国堪萨斯大学孔子学院幼儿园及小学远程交互式汉语 推广项目展望	(44)

2 目 录

第五章 美国堪萨斯大学孔子学院汉语与中国文化少儿夏令营项目概况及启示	(46)
一 美国堪萨斯大学孔子学院汉语与中国文化少儿夏令营项目概况	(46)
二 美国堪萨斯大学孔子学院汉语与中国文化少儿夏令营项目的启示	(50)
第六章 国外远程交互式教学研究现状 ——兼论远程交互式在对外汉语教学中的运用	(52)
一 国外远程交互式教学研究现状	(52)
二 远程交互式在对外汉语教学中的运用	(60)
三 可供思考的问题	(62)
 第二篇 新闻媒体视野中的孔子学院传播研究	
第七章 海外媒体视野中的孔子学院及对策	(71)
一 研究现状及本章的理论模式	(71)
二 海外媒体关于孔子学院的新闻报道的统计分析	(72)
三 对策	(88)
第八章 孔子学院报道与对外传播策略分析 ——以《人民日报》(海外版)为例	(104)
一 孔子学院在《人民日报》(海外版)的媒体呈现	(104)
二 《人民日报》(海外版)孔子学院报道特色分析	(107)
三 《人民日报》(海外版)孔子学院报道对我国对外传播的启示	(111)
第九章 孔子学院网站传播的量化研究 ——以美国为例	(114)
一 研究样本及方法	(114)
二 样本数据及分析	(115)

三 存在的问题及对策	(120)
第十章 孔子学院网站新闻传播案例分析	
——以美国为例	(124)
一 研究的案例及方法	(124)
二 案例数据及分析	(125)
三 存在的问题及对策	(132)
第十一章 网络新闻标题的修辞特质	
——以孔子学院报道为例	(135)
一 口语化	(135)
二 “网络语言”化	(136)
三 陌生化	(137)
第三篇 跨文化语境下的孔子研究	
第十二章 孔子的传播思想及其当代意义	(145)
一 研究背景	(145)
二 孔子传播思想研究述评	(146)
三 孔子传播思想的当代意义	(150)
第十三章 论人：孔子与维柯基本哲学思想比较	(154)
一 外推的哲学思想：“仁”与“智慧”	(154)
二 人之种种的不同界定	(156)
三 对学问的认同	(159)
四 君与上帝的分歧	(161)
第十四章 孔子美学思想与《1844 年经济学哲学手稿》比较研究 ...	(164)
一 孔子美学思想与《1844 年经济学哲学手稿》的思想基础 ...	(164)
二 孔子美学思想与《1844 年经济学哲学手稿》对美的本质的 探讨路径	(166)
三 “人”的美学	(168)

4 目 录

第十五章 孔子说“讷”	(171)
一 言的原则	(172)
二 言的层次	(174)
三 先后后言	(175)
四 言的功用	(175)
五 言的语境	(176)
六 言与仁	(177)
 第十六章 海外媒体视野中的“和谐”观	
——从天安门广场的孔子雕像说起	(178)
一 孔子雕像的意义、缘由及存在的相关问题	(178)
二 海外媒体视野中的“和谐”观	(180)
 第十七章 孔子作揖行礼动画的传统文化价值传播和国家形象	
宣传	(190)
一 传统文化价值的广告阐述	(190)
二 隐喻的传播策略	(191)
三 国家形象的国家公关	(192)

第一篇

超越语言之上的孔子学院建设研究

本篇在回顾、总结孔子学院海内外研究现状及其特点的基础之上，对美国堪萨斯大学孔子学院各种类型的项目（包括远程交互式汉语短期培训项目 STARTALK、幼儿园及小学远程交互式汉语推广项目、汉语与中国文化少儿夏令营项目）的特色及存在的问题进行了总结、评析，并提出相关问题以供思考。本篇还对凭借现代电子与网络信息技术的远程交互式教学的国外研究现状进行了述评，并就远程交互式在对外汉语教学中的运用展开讨论，力图为汉语国际推广提供一种新的理念、策略和方法。

第一章

孔子学院海外研究现状、特点及对策

自 2004 年 11 月全球第一所孔子学院在韩国首尔成立以来，截至 2010 年 10 月，中国已在世界上的 91 个国家（地区）建立 322 所孔子学院，其中，亚洲 30 国（地区）81 所，非洲 16 国 21 所，欧洲 31 国 105 所，美洲 12 国 103 所，大洋洲 2 国 12 所（国家汉办，2010）。海外“汉语热”随之扑面而来，与此相应，海外对孔子学院的研究也悄然兴起。本章从梳理、分析海外期刊网上有关孔子学院的论文出发，综述孔子学院海外研究现状，总结其研究特点，并以此为基础，提出我国应该和可能采取的应对策略，为有关部门提供思想资源和决策参考。

一 孔子学院海外研究现状

据统计（国外学术期刊网 EBSCO），孔子学院海外研究学术论文近 20 篇，涉及美国、新西兰、瑞典、新加坡、日本、韩国、中国香港等国家和地区。在这些研究当中，就研究内容而言，包括汉语教育、孔子学院在某一个国家或某一个洲的情况介绍（Starr, 2009; Tan, 2006），孔子学院与中国软实力/文化软实力的关系的分析（Cho & Jeong, 2008; Ding & Saunders, 2006; Guo, 2008; Paradise, 2009; Yang, 2010），孔子学院与中国外交政策的关系的阐述（Hoare - Vance, 2009），孔子学院所谓“影响学术自由”的分析（Schmidt, 2010），并从孔子学院引申出对儒家思想的深入探讨（Bell, 2009），从儒家思想出发对中国外交谈判风格的剖析（Bolewski & Rietig, 2008），等等。其中，孔子学院与中国软实力/文化软实力的关系研究最为丰富。就研究方法而言，包括文献梳理（Guo, 2008）、问卷调查（Chan,

4 第一篇 超越语言之上的孔子学院建设研究

2010)、访谈 (Yang, 2010; Zhao & Huang, 2010) 等, 其中以文献梳理为最多。

总的来看, 孔子学院海外研究多侧重于“外围”, 即多探讨孔子学院与本国或全球战略关系, 这充分体现了孔子学院海外研究的“实用主义”倾向。对孔子学院的内部运作, 如课程设置、教师培训、跨文化适应、教材研发、教学方法革新、信息技术运用、课堂管理、教学测量与评估、孔子学院可持续发展等, 则少有关注。本部分拟以四个问题为中心, 综述孔子学院海外研究的现状, 即: 中国为什么建立孔子学院? 为什么是“孔子”学院, 哪一个“孔子”? 孔子学院有哪些功用? 孔子学院面临哪些问题?

(一) 为什么建立孔子学院?

当孔子学院如雨后春笋般在全球成立并迅猛发展之时, 海外研究者的目光都不约而同地转向了孔子学院。中国会在 21 世纪初期建立孔子学院多少让人吃惊 (Paradise, 2009)。一个最根本的问题是, 经济不断发展、政治地位持续提升的中国, 为什么要在全球范围内建立孔子学院? 即: 中国建立孔子学院的动机是什么? 海外对此的认识和研究包括两个方面: 其一, 孔子学院的建立主要是为了顺应中国国内的意识形态需求, 缓解中国社会矛盾, 为中国高校走向世界提供平台。其二, 孔子学院有助于在国际舞台上树立一个良好的、积极有为的、爱好和平的中国形象。

1. 顺应国内需求。Starr (2009) 认为, 中国建立孔子学院的国内动因包括: 第一, 1949 年新中国成立之后, 中国反对资本主义和帝国主义, 走向马克思主义。之后的 25 年, 中国在政治上被孤立, 经济上陷入低迷, 心理上充满多疑和恐惧, 治疗经济低成就的方法就是重新把资本主义介绍进中国, 加入世界经济体系。其标志就是中国于 2002 年加入 WTO。尽管经过经济改革, 中国 GDP 连续多年以超过 10% 的速度增长, 但对一个马克思主义政府而言, 仅仅依靠经济成就仍旧不够。因此, 意识形态的变革与调整势在必行, 其结果就是爱国主义的兴起。而中国在世界范围内推广中国文化即是爱国主义的一个温和显示 (又见 Hoare - Vance, 2009)。孔子学院可以增强中国的民族自豪感 (Starr, 2009)。第二, 中国对“一部分人先富起来”的强调, 导致社会矛盾加剧, 贫富分化严重, 而倡导通过教育, 穷人和富人可在等级秩序中平等共处的儒家思想自然受到中国领导层的关注和青睐。第三, “软实力”这一概念对中国民众的吸引力。即如果外国人更好地了解中国,

那么他们也就能够对中国更为有利。Ding 和 Saunders (2006) 认为, 随着全球化程度的进一步加深, 国际间的文化交流日益密切, 但一国文化的自主性却随之减弱。所以可以推论说, 在一定程度上, 中国建立孔子学院是为了维护其文化的自主性。几十年前, 中国经历了“文化大革命”, 儒家思想被认为是社会变革的阻碍、历史的倒退, 从而遭到排斥和打击。如今, 儒家思想被认为可以为缓解社会矛盾、凝聚民族力量、构建和谐社会提供支持, 而“和谐”正是儒家思想的根本 (Guo, 2008; Hoare - Vance, 2009; Paradise, 2009)。Cho 和 Jeong (2008) 则以我国于 2001 年实施的“国民道德实施纲要”为例, 说明自“江泽民时代”开始, 中国就致力于更替社会主义理念, 建立以儒家思想为中心的意识形态体系。他们还认为, 中国文化是中国最大的软实力, 而儒家思想则是中国文化的核心之所在。

Bell (2010) 甚至直接以“调和社会主义与儒家思想” (Reconciling Socialism and Confucianism) 为题, 从民众、政治、学界甚至于丹的《论语心得》等层面分析为什么现代中国需要儒家思想。作者认为, 中国实行“一部分人先富起来”的政策, 但“富起来”之后怎么办? 如何维护更好的社会关系? 如何承担更多的社会责任? 如何在政治上作出更大的贡献? 都是亟须回答的问题。而儒家思想正可以填补中国现代化进程中产生的道德真空 (又见 Guo, 2008)。作者还试图找到儒家思想与西方的自由、民主、人权、言论自由等观念的“契合点”, 倡导中国“以儒家思想代替马克思主义”。关于这个问题, 我们将在“哪一个‘孔子’”部分进行详细剖析。而孔子学院能够为中国高校与国外大学建立联系与合作平台提供帮助, 这也是孔子学院顺应国内需求的一个表现。

我们认为, 正如 Yang (2010) 所说, 当一个国家的经济实力增强到一定程度时, 该国向其他国家推广其语言和文化是理所当然的。

2. 树立对外形象。中国建立孔子学院的国外动因, 其中最重要的一点是为了树立中国的国家形象。Paradise (2009) 认为, 中国经济的快速发展及其在国际事务中越来越重要的地位, 导致“中国威胁论”的产生。同时, 中国“和平发展” (其前身为“和平崛起”) 战略的提出, 更加深了美国和其他中国贸易伙伴的紧张情绪。孔子学院有助于改变这种印象, 以期树立一个友好的、温和的中国形象。中国致力于促进文化交流, 花费巨资吸引为数众多的外国留学生来华学习汉语与中国文化, 在发展中国的小学创设汉语项目, 在世界范围内的 100 多所大学设立汉语资助项目, 其目的都是树立一个新

的、现代的、有文化吸引力的中国形象 (Bolewski & Rietig, 2008)。

Guo (2008) 也谈到, 孔子学院通过传播中国文化, 是树立中国国家形象 (China's image management) 的一部分, 以赢取在国际上的“声誉” (goodwill)。它所传递的信息是“和谐”, 而其目的在于创造、维护一个良好的国际环境, 以服务于中国国内的经济的发展。反过来, 中国国内的发展又影响中国的外交政策。作者还以中国国内的有关活动如庆祝孔子诞辰、创建中国品牌文化 (长城、大熊猫、京剧、北京奥运会、电影明星、载人航天、三峡等)、中国人民大学设立“国学研究中心”为例, 认为在中国“孔子正在回归”。而中国古代文化的复兴提升了中国的形象。此外, 作者还认为, 孔子学院的目的是提升中国文化, 同时, 消除国际上的“中国威胁论”, 即希望如何让世界“看”中国。

中国选择孔子作为“形象”, 其意并不在传播儒家价值观, 而在于缓解中国与其他国家之间的紧张关系, 在全球范围内将中国的吸引力最大化, 以赢取外国人对中国的好感和积极评价, 这说明中国的外交自信迈上了一个新台阶。中国通过语言与文化的推广来提升国家形象, 可以说, 孔子学院是中国外交的旗舰。但是, 孔子学院并不是中国大使馆, 也不是中国研究中心, 它与政治无关, 只提供教育 (Hoare - Vance, 2009)。

就目前看来, 尽管针对孔子学院有这样那样的反对声音或行为, 但是, 在增进外国人对中国的了解、树立中国国家形象、加强与周边国家的“睦邻友好关系” (Chan, 2010) 等方面, 孔子学院确实起到了巨大的推动作用。

(二) 为什么是“孔子”学院, 哪一个“孔子”?

Guo (2008) 谈到, 中国“孔子基金”与深圳一家公司合作开发 100 集的卡通电视剧, 介绍孔子的生平和活动, 打造一个更为流行、更易于接受的孔子形象, 以代替“标准的”、“政府性的”孔子形象。而这种孔子形象, 应该是“温和的”。

为什么选择“孔子”? 在西方看来, 这是一个品牌问题。孔子所倡导的“有教无类”等思想, 在西方都易被接受。而孔子在西方是一位“知名人士”, 对于那些受中国传统文化影响的国家如韩国、日本及东南亚其他国家, “孔子”都是一个不会引起争议的对象。西方人认为, 选择“孔子”是一个深思熟虑的做法, 即以一位“慈爱的老人”为形象来达到掩饰孔子学院的中国目的 (Starr, 2009)。作者进而认为, 中国选择在韩国建立第一所孔子学

院，其意正在于此。

Bell (2009) 从儒家与法家的对比入手，认为许多国际国内问题都是无法用法家的思想或法律来解决的，而儒家正可为此提供思想资源。即儒家可以作为一个国家的政策提供道德指引，当理想与现实之间不可避免地存在鸿沟时，儒家还可以为社会批评家们提供道德上的思想资源。当民主理想与美国政府的实际作为之间存在鸿沟时，美国的批评家对之进行批判，同样，针对中国政府实际是如何对待其他国家的，中国的批评家可以从儒家那里汲取思想资源，并进行评判。由此可见，在当下复杂的国际环境中，儒家重新焕发夺目的光辉有其深远的根源和意义。

但是，随之而来的一个问题是，哪一个“孔子”？即儒家思想中哪些东西才是西方人刻意强调的？

在《调和社会主义与儒家思想》(Reconciling Socialism and Confucianism?) 一文中，Bell (2010) 从民众、政治、学界甚至于丹的《论语心得》等层面分析为什么现代中国需要儒家思想。Bell 认为，儒家思想具有全球普世性，其中最显见的是反对奴役、反对种族灭绝、反对种族歧视。所以，西方学者转向儒家寻求希望和灵感。作者引用“开放的儒家”(Liberal Confucianism) 这一概念。这一概念是由一部分大陆以外的研究者提出来的。他们认为，儒家思想不应与诸如人权、民主等观念相矛盾，而是能够促进人权和民主。但问题是，自由主义被用来作为评判儒家思想的道德基石。儒家思想中与自由主义相吻合的就被提升，而相悖逆的就被抛弃，或者是否可以在儒家思想与自由主义之间找到一条中间道路？这些可能性均被“开放的儒家”所拒绝。毕竟，儒家思想并不是用于提升自由价值观念的一个工具。另一概念是“左倾儒家”(Left Confucianism)。“左倾儒家”致力于在某方面把社会主义和儒家传统结合起来，以儒家来丰富、改变社会主义。作者认为，融合了西方价值如社会民主、团结、人权、守法的“左倾儒家”应该代替马克思主义，被中国接受(adopted)并在中国适应(adapted)。作者还对儒家的等级差序、家一国一天下的社会结构模式、男女平等、自下而上的政治体制改革、人权、以“家”养老等所谓问题进行了分析，认为儒家“全球化”的最大障碍是理论与现实之间的鸿沟。作者进而认为，中国的社会批评家应有更大的独立性，并以中国古代的批评家为例，认为他们对社会的批判能够一针见血，就是因为他们远离首都，不受政府影响。在媒体方面，认为应该为社会树立道德典范、为民众更好的生活呼吁、表达对穷困人群的同情。允许

私人媒体存在，而并非为某一党派存在，并为促进社会和谐而努力。穷困人群如鳏寡孤独者及老者的保险应该由政府承担，而不是由家庭承担。这里，我们姑且不论作者信马由缰的写作风格，单就其对儒家思想的把握和概括而言，就已离题不止万里。而我们似乎又再一次看到了西方“自由化思潮”的回光返照。

Bolewski 和 Rietig (2008) 在论述中国外交谈判风格时对儒家思想进行了列举，其中包括重义轻利、多倾听对方/很好的倾听者、对朋友的忠诚、家庭责任、个人荣誉感、诚实、让对方先说/客人优先，等等。作者着重对“关系（友谊）”、“留面子”（face saving）进行了阐述，认为在与中国进行外交谈判时，需多了解对方背景情况，设计、考虑好谈判的每一个步骤，把让中国人丢面子的风险减到最低。当然，作者也发现，中国外交谈判风格正越来越多地吸取西方的东西，逐渐向西方靠拢。可以说，Bolewski 和 Rietig 对儒家思想的把握比 Bell 更准确，也更实用。

（三）孔子学院有哪些功用？

我们发现，在孔子学院海外研究中，以孔子学院与中国软实力/文化软实力的关系研究为最丰富。概言之，孔子学院的功用即孔子学院提升中国软实力。这包括外交、经济、文化三个方面。

在《软实力：世界政治的成功之道》（*Soft power: The means to success in world politics*）一书中，Nye (2004) 最早对硬实力和软实力进行了区分和阐述。Nye 认为，“软实力”是指通过吸引力而非胁迫或支付金钱，获取想要的东西的一种能力。软实力包括文化、价值观、习俗、政策。近来，西方的研究者把软实力的范围加以扩大，甚至连奥运会、姚明、京剧、孔子诞辰庆典、上海世博会、“中国寻根之旅”、“汉语桥”等都被列入了中国软实力范畴。软实力不单对一个国家的社会发展和人民生活的各个方面有着影响，而且对国家之间的关系及实现国家外交目的也有重要影响（Ding & Saunders, 2006）。

Lee (2010) 引用 Joshua Kurlantzick 的话，认为孔子学院是提升中国软实力的工具。而提升中国软实力是中国的最高国家目标（又见 Cho & Jeong, 2008）。同时，作者认为，中国提升软实力面临两个重大挑战：一是消除“中国威胁论”，说服国际社会尤其是亚洲国家接受中国既定的、可取的“和平崛起”理念。二是通过担负国际责任，获取在国际社会发出中国声音