

加拿大对欧盟公共外交评析^{*}

唐小松 赵 波

摘要：为摆脱美国影响力，提升自身国际地位，减少和消除负面影响，树立更具活力、更富创造力的正面形象，进而促进欧加经贸关系，加拿大通过充分利用网络平台开展对话、加强学术与教育交流、重视文化输出与共同文化价值观的合作等手段，对欧盟开展了一系列有效的公共外交活动，进一步密切了欧加关系。虽然由于手段和投入较少、覆盖面窄、战略地位低下等原因，加拿大的对欧盟公共外交影响力有限，但其得失均对中国的公共外交战略和实践有重要的借鉴价值。

关键词：加拿大 欧盟 公共外交

中图分类号： 文献标识码： 文章编号：

欧加关系十分密切，特别是双方具有许多共同的价值观。^[1]欧盟是加拿大的重要战略伙伴，是仅次于美国的加拿大第二大贸易与投资伙伴。2012年，双方进出口额达855.86亿美元。^[2]双方还签订了一系列合作协议，涉及外交、贸易、教育、关税、科技等领域。针对如此重要的战略伙伴，加拿大早在2005年就对其不遗余力地开展公共外交，努力通过多种手段增进欧盟及其成员国对加拿大的了解，塑造加拿大的良好正面形象，维护加拿大的国家利益。

一、加拿大对欧盟公共外交政策的主要手段

一般而言，公共外交的手段主要有媒体、新闻、网络、NGO活动、体育和品牌推介等。加拿大对欧盟的公共外交重点采取了以下几种手段：

首先，在对欧盟公共外交中，加拿大十分注重网络媒介的作用

一方面，加拿大注重利用网络向欧盟直接大量传播正面有效信息，逐步塑造自身长期稳定的正面形象。加拿大外交与国际贸易部（Department of Foreign Affairs and International Trade Canada）、加拿大统计局（Statistics Canada）、加拿大旅游局（Canadian Tourism Commission）和加拿大工业部（Industry Canada）等政府部门的网站均发布了欧加关系和欧加合作的内容，成为对欧盟传递信息的重要窗口。加拿大外交与国际贸易部网站^[3]有专门的加拿大与欧盟及其成员国关系介绍链接，有欧加各领域关系概述及详细合作情况，如在欧加农业合作方面，列举出多种数据详尽地介绍了加拿大农业发展现状，说明加拿大农业对欧盟的重要性，又列出两个欧加农业双边协议阐明双方良好的合作关系，最后还提供加拿大和欧盟在农业发展方面相关信息链接，为双方农业合作奠定基础。另外，该网站还及时发布涉及欧盟和加拿大的相关新闻，如在欧加全面经济和贸易协定

^{*} 本文为2010年教育部人文社会科学研究规划基金项目“网络外交对中国社会发展的影响及对策研究”（项目批准号：10YJAGJW014）的阶段性研究成果。

(Comprehensive Economic and Trade Agreement) 问题上, 就及时发布了双方外交人员有关该协定能够进一步开放市场、促进贸易的相关言论等, 为协定的达成做舆论造势。此外, 网站还全面发布加拿大各领域信息, 以及加拿大驻欧盟代表团人员信息等, 欧盟公众甚至可以通过传真和电子邮件联系并咨询加拿大外交人员, 极大地拉近了欧盟民众与加拿大之间的距离。

另一方面, 加拿大还特别注重利用网络与欧盟公众交流, 引导舆论走向。随着互联网技术的不断普及, 在虚拟空间里, 人与人之间以一种前所未有的方式联结在一起, 形成的舆论对国家和政府的影响十分巨大。^[4]最近, 加拿大政府允许一些加拿大在欧盟的大使利用社交平台, 比如推特 (Twitter) 和脸谱 (Face book) 与欧盟公众交流互动, 欧盟公众可通过推特与加拿大外交人员取得直接联系, 咨询加拿大的相关情况并提出自己的看法, 在加拿大驻英国大使馆网站^[5]的醒目位置就有推特链接。这样直接的交流互动更容易产生互信, 有利于加拿大掌握欧盟公众的舆论走向, 从而制定相应的公共外交对策, 并有针对性地施加影响。网络所提供的社交平台为加拿大公共外交构建了更强有力的对话体系, 更方便倾听欧盟公众的声音。

其次, 加拿大重视学术与教育交流在对欧盟公共外交中的作用, 通过影响精英舆论来引导大众舆论

为了给双方学者创造一个交流平台, 加拿大和欧盟共同开启了“加拿大—欧洲跨大西洋对话”项目, 汇集了众多学者和合作组织, 以促进加拿大与欧洲 (包括欧盟) 的关系及其相关政策的研究。^[6]该项目已有了很多成果, 组织了多次欧加专家研讨会, 还发表了许多关于欧加合作方面的论文, 取得了良好效果。加拿大卡尔顿大学、英属哥伦比亚大学和麦吉尔大学等多所高校组织各种学术研讨会和工作坊, 邀请欧盟各国的专家学者进行学术交流, 内容涉及环境保护和可持续发展、移民与社会政策、经济合作和竞争等许多方面。

为鼓励欧加双方学生和研究人员访问交流, 加拿大政府设立项目基金和多项奖学金制度。加拿大人力资源部 (Human Resources and Skills Development Canada) 资助的加拿大—欧盟高等教育、培训和青年人合作项目基金 (The Canada—European Union Program for Co-operation in Higher Education, Training and Youth), 到目前为止有超过 125 个加拿大和欧洲高等教育机构参与; 加拿大研究生奖学金——迈克尔·史密斯国外研究补充项目 (Canada Graduate Scholarship—Michael Smith Foreign Studies Supplements Program) 专为资助加拿大学生到国外留学而设立, 学生可以选择到德国、法国或者英国留学深造; 由加拿大外交与国际贸易部资助的加拿大英联邦项目——博士后研究奖学金 (Canadian Commonwealth Scholarships Program—Post Doctoral Research Fellowships) 为每位来自英国的留学生提供 36500 美元的奖学金。^[7]如欧盟的学生和研究人员想为留学加拿大申请奖学金, 可直接通过加拿大外交与国际贸易部网站查询并申请, 非常方便快捷。学术交流和国际教育项目促进了双方知识分子的相互理解, 使欧盟国家对加拿大的经济、政治和社会发展状况有了更全面的感知。

通过建立良好的学术教育交流渠道, 加拿大较好地影响了精英舆论, 并进一步有效地引导大众舆论。舆论精英和政策精英虽然人数少, 但对专业问题的分析较一般民众更为理性、深入, 容易引起政府决策层的重视。因此, 精英舆论对大众舆论具有较强的引导性和疏导力。^[8]学术交流不仅促进了加拿大和欧盟学术界的繁荣, 还加强了双方的了

解,使欧盟学术界人士更加理解和认可加拿大的具体政策或行动,并促进价值观的互认,为加拿大在欧盟的良好形象奠定基础。事实证明,从影响欧盟舆论精英的思维方面入手进行的公共外交,可以达到事半功倍的效果。另外,教育往来是对年轻人的投资,年轻人决定了欧盟的未来,这种投资将使有前途的学生成为自己国家与加拿大之间的联系人,成为加拿大的商业伙伴和学者。^[9]而去欧盟留学的加拿大学生对欧盟又有新的认识、建立新的联系,成为以后加拿大对欧盟公共外交的中坚力量。一旦在控制舆论方面获得了主动权,就可以很好地塑造正面形象。

最后,加拿大不仅重视向欧盟输出独特的文化产品,而且注重在维护民主、人权及环境保护等共同文化价值观方面加强合作

文化产品输出在加拿大对欧盟公共外交中占有重要地位。加拿大在欧盟一些成员国设立文化中心来宣传展示自己独特的文化,让欧盟公众能够直观认识加拿大。1995—1998年期间,尽管面临着政府削减项目的压力,加拿大外交与国际贸易部还是装修了位于伦敦的“加拿大之家”(它曾一度因预算原因计划关闭)和位于巴黎的“加拿大文化中心”来保护该部门的文化拨款项目。^[10]对加拿大文化艺术的海外推广负有重要责任的加拿大文化遗产部(Canadian Heritage)也很重视与欧洲的合作交流,持续与欧洲委员会接触,加强加拿大与欧盟的伙伴关系。艺术作为一种重要的文化产品在加拿大对欧盟公共外交中发挥了不小的作用,例如,加拿大在德国举办过“加拿大艺术家演出”,众多加拿大著名的艺术家在德国的演出给德国公众留下很深的印象,效果非常好。

同时,加拿大很重视利用各种手段加强双方在共同文化价值观方面的交流与合作。在民主与人权方面,欧加看法一致、合作密切,2013年4月21日至26日,加拿大外交部长约翰贝尔德出访欧洲,多次提到加强与欧盟在民主、自由和人权方面的合作,^[11]加拿大文化遗产部在欧洲安全与合作组织(所有欧盟成员国都是该组织的成员)内十分活跃,与加拿大外交与国际贸易部一起为欧洲安全和合作组织成员国提供相关专业信息,收集并分享信息情报,支持民主与人权实践活动,促进相互尊重和理解;在人类安全方面,加拿大与欧盟互动频繁,已参与到欧盟在非洲和亚洲安全行动中,避免冲突和危机管理已经成为双方对话的重要内容。以《渥太华禁雷公约》为例,加拿大政府与众多国家和非政府组织沟通对话,在政府层面形成共识,并取得公众的理解,最终使公约得以签署,欧盟各成员国积极回应,目前除芬兰外所有欧盟国家都成为此公约缔约国;环境保护方面,欧加从1975年开始就开展了广泛合作,在高层对话框架下,双方环保专家每18个月会面一次,回顾环保政策和进程,最近讨论的话题包括生物多样性、可持续发展、森林、水银和气候变化。^[12]

二、加拿大对欧盟开展公共外交的原因

加拿大对欧盟开展公共外交有许多原因,根本原因还是维护和实现加拿大的国家利益,具体来说,最重要的有如下三点。

第一,加拿大对欧盟开展公共外交,是摆脱美国影响力、强化自身国际地位的需要。受地缘政治影响,在美国的阴影下,加拿大很难利用经济和军事实力表达自己的意愿,文化上也受制于美国的压倒性优势。如今,随着政治范式从地缘政治和权力的现代世界,到形象与影响力的后现代世界的转变,权力不再是影响世界的唯一因子,信息共享和吸引力变得越来越重要。^[13]加拿大想要摆脱美国的绝对压制、抵御美国的文化侵蚀,

就要向世界传递更多信息,加强与其他地区的交流合作以获得认可,保持自身的独立性,这凸显了公共外交对于加拿大的重要性。加拿大政府已意识到这一点,将公共外交作为加拿大与世界联系的重要纽带。

要提升自身国际地位,选择与欧盟合作是加拿大的必由之路,也是大势所趋,是加拿大进一步发展和增强抵御风险能力之所需。欧盟是世界政治权力分配中很重要的一极,地位举足轻重。欧盟与加拿大的经济、政治和文化联系本来就密切,再加上价值观方面的趋同,以及维护民主和人权、人类安全和环境保护等方面的合作,使得欧盟成为加拿大公共外交的重要对象。与欧盟合作,加拿大也可以更好地实现自己的政治利益诉求。

同时,对于像加拿大这样的中等国家来说,主要的挑战是外界是否认同他们所宣称的主张或形象。加拿大对自己的定位很清楚,“我们不是一个超级大国,不是一个大国,只是一个中等国家。我们的力量不是来自于我们的军事实力,也不是来自于我们的国土面积,而是来自于我们的影响力。”^[14]而获得影响力首先就应该保证信息传递的畅通,只有足够多的信息传递出去,才能向目标地区施加影响。加拿大选择加强对欧盟的公共外交攻势,正有扩大自己作为中等国家的影响力的考虑。

第二,传递信息、树立形象,通过加强与欧盟的沟通,减少、消除负面影响

加拿大的形象无论是在欧盟层面还是世界层面确实存在问题。在世人眼中,加拿大的形象还停留在一个世纪以前,是一个资源型经济体,活力、创新、技术、包容、竞争力和文化多元主义等现代因素明显缺乏。^[15]可见,良好形象的塑造对于加拿大来说十分必要,也很迫切。由于人类更乐于接受自己认为比较积极并且熟悉的文化,文化和价值观相近的欧盟自然成为加拿大传递信息、树立新形象的首选目标区域。欧盟对加拿大形象的认知相对积极,但又很模糊,加拿大只需更主动一些,把模糊的形象转变为可感可知更具体的形象,就可以收到事半功倍的效果。在方式和渠道的选择上,无论一个国家有多么发达,经济实力和对外影响力有多么强,都不可能只依赖政府就可以开展切实有效的公共外交,因为公共外交涉及到方方面面,需要大量与民众沟通,这种情况下,非政府组织往往可以灵活自如,更接近民众,更了解民众的心声,开展的公共外交活动也就更具效率,这对于非政府组织相对发达的加拿大来说,可以有效利用这一宝贵资源,在教育、环保、卫生和人道主义援助等方面加强与非政府组织的合作,从而有目的、有重点地开展公共外交,这样更有成效、更容易让人接受。

第三,促进加拿大文化输出,繁荣加拿大文化

在加拿大对欧盟公共外交中,文化输出是十分重要的手段,而对欧盟进行文化输出,不仅可以让更多欧盟民众加深对加拿大的了解,而且会让更多加拿大人投入其中,不断挖掘加拿大的文化潜力,反过来推动加拿大文化的繁荣,从而形成一种良性的循环。另外,学术研讨会的召开,学者、学生的互换为加拿大研究人员把握学术前沿动态,掌握科学研究方法提供良好的平台,这对于活跃加拿大学术氛围,繁荣学术文化有重要意义。而学术文化的繁荣可以吸引更多欧盟学者接近、了解加拿大文化,将被动灌输加拿大文化转化为主动接受。

第四,促进欧加经贸关系,维护加拿大经济利益

加拿大经济发展十分依赖对外贸易,国民生产总值中超过40%来自出口。按照加拿大外交与国际贸易部的说法,欧盟是一个17万亿美元的巨大经济体,拥有5亿世界上最富有的消费者群体,是世界上最大的单一共同市场、对外投资者和贸易商。欧加之间贸

易很频繁，贸易额也很大，对欧盟的经济依赖，使得加拿大迫切需要从各个方面强化欧加双边关系，公共外交因此成为密切双方联系、强化经贸关系的重要纽带。目前，欧加双边关系一个里程碑式的协定——全面经济和贸易协定已进入最后谈判阶段，这一协定将会在很大程度上推进双方贸易联系。同时，与欧盟建立更紧密的联系也可以帮助加拿大企业开拓欧洲巨头创造的世界级供应链。^[16]可见，从自身经济利益出发，加拿大对于密切与欧盟双边关系和开拓欧盟市场是高度重视的，有了公共外交的助推，欧加经贸关系才会有更为广阔的未来。

三、效果评估及对中国公共外交的启示

加拿大对欧盟公共外交的效果是很明显的，它不仅提升了欧盟对加拿大的认知，也使得加拿大的国际形象得到改变，向着更具活力，更富创造力的方向发展，欧加关系更加密切，合作也更加频繁。可以说加拿大对欧盟公共外交得到了回报，进一步发展的动力和空间也是相当大的。但是还存在很多需要改进的地方，主要有以下两点。

其一，手段少，没有形成全方位对欧盟的网状公共外交

在《品牌加拿大：通过公共外交投射加拿大软实力》一文中，作者埃温·波特（Evan H. Potter）列举了大量加拿大公共外交中未开发的领域，涉及到国际广播、商业促进活动和旅游业。广播服务被描述为极不发达。^[17]

首先，加拿大的国际广播无论是在欧盟层面还是全球层面都没有太大影响力。想要把信息最大化传到国外公众，国际广播是最有效的途径之一，是向国外公众和领导人展现一个国家的视角、观点和价值观最主要的工具之一，并且是一个国家公共外交基本组成部分。^[18]作为加拿大最重要的国际广播平台，加拿大国际广播电台（Radio Canada International）并没有得到政府足够的资金支持，在欧盟也没有像 BBC 和美国之音（Voice of America）那样的广泛影响力，听众十分有限。加拿大目前没有一个政府资助的国际电视频道，是 G8 成员国中唯一在全球电视广播中没有视觉存在的国家。加拿大唯一国际电视传播渠道是 TV5（法国电视 5 台），仅使用法语一种语言，而且还是由法国控制的，其有关加拿大的内容在欧洲仅占 15%。另外，具有讽刺意味的是，加拿大却是世界上最大的电视节目出口国之一，但欧盟公众常常将大部分加拿大的节目误认为是美国的节目。加拿大亟需在欧盟创立自己的国际广播品牌，通过使用多种欧盟语言、丰富多彩的节目，向欧盟传出国际广播。

其次，加拿大品牌推介活动也较少，在欧盟的认知度也较低。加拿大想要塑造科技商业发达、现代化且富有创造力的国家形象，但是在欧盟公众眼里，加拿大除了石油、木材等出口商品，并没有什么知名品牌，加拿大的汽车、服装和化妆品等品牌在欧盟毫无影响力。欧盟有着巨大的消费群体，如果宣传得当，品牌认知度提高后，经济回报定会相当不菲，良好的国家形象自然容易形成。

再次，旅游业是加拿大重要的产业之一，但加拿大得天独厚的旅游资源对欧盟公众的吸引力明显不足。以 2013 年 3 月份到加拿大旅游的外国人数为例，法国、德国和英国三个主要欧盟国家到加拿大旅游的总数为 77631 人，相对于美国的 665729 人实在是少得可怜。^[19]这主要是因为宣传不够，没有打造出特别知名的旅游品牌。

此外，体育项目、NGO 活动等加拿大对欧盟公共外交中的利用还不够，浪费了很多好的公共外交资源。从整体上看，加拿大没有对欧盟形成全方位的网状公共外交，也

没有制定出一个对欧盟公共外交的指导性战略，导致欧盟公众对加拿大的形象认知片面化，而且公共外交成效也降低了。

其二，投入少、覆盖面窄、战略地位低下，对欧盟公共外交影响力有限

尽管有很多成功的实践案例，但加拿大公共外交从来就没有得到过足够的财政支持。第一，从他国对比看，英国每年在公共外交方面投入数亿美元，法国和德国更是超过十亿美元，加拿大数千万美元的投入相形见绌。第二，从投入对象看，加拿大注重对发展中国家的援助，在对美国公共外交中的投入也很大，但对欧盟公共外交投入仅区区几百万美元，实在是少的可怜。2001年，加拿大在国际援助方面的金额占其国民生产总值的0.22%，在22个经济合作发展组织援助国家中排在倒数第三位。^[20]对于特别注重对外援助的欧盟来说，这绝对会给自身形象带来难以弥补的损失，失去很多合作的机会。开展公共外交是需要大投入的，投入少说明其战略地位的低下，这决定了对欧盟公共外交难以发挥大作用。特别是对于欧盟这样一个很注重公共外交投入、鼓励民众参与公共外交的地区来说，加拿大的做法更难以获得认同。

同时，加拿大对欧盟的公共外交仅注重几个大国，覆盖面窄。欧盟一体化正逐步向纵深发展，成为一个在国际上有巨大影响力的政治实体，2007年签订、2009年12月1日生效的《里斯本条约》将欧盟政治领域事务做了更紧密也更广泛的安排。^[21]因此，需要将欧盟作为一个整体对象，在全欧盟范围内来开展公共外交。但是，无论是在文化艺术推广、旅游，还是学术和教育交流方面，加拿大都过于重视英、法和德三国，欧盟其他国家几乎被忽略。在重大事务决策需要成员国共同磋商和投票的欧盟，这样做存在很大的风险，很难在整个欧盟层面发挥影响力。另外，随着欧盟的不断扩张，南欧和中东欧获得了更多的发展机会，也有广阔的市场，潜力巨大，加拿大对这些国家的不重视，使其失去了很多合作机会，在这些国家的形象更加模糊，影响力更有限。因此，加拿大需特别注重对欧盟整体来开展更具战略性和连贯性的公共外交。

加拿大对欧盟的公共外交实践，以及表现出来的不足，对于中国公共外交具有很好的借鉴价值。中国作为一个在世界上有较大影响力的大国，很有必要开展公共外交，以一种更开放和包容的姿态走向世界，让国外更加了解中国。特别是近些年来中国制造成了假冒伪劣商品的代名词，遭到很多国家和地区的反倾销，中国的崛起导致中国威胁论甚嚣尘上，在这样的复杂背景下，积极开展公共外交显得愈加重要。

中国近几年的公共外交实践卓有成效，在塑造国家形象，解决商业纠纷等许多方面都收到很好的效果，但是仍处于摸索阶段，还有许多需要改进的地方：第一，既要重点突破，也要统筹兼顾。中美和中欧关系是中国外交关系的主线，在拉动中国经济增长和提升在国际社会的影响力方面起到关键作用，因此中国公共外交的重点应该放在欧美地区，寻求重点突破。另外，也要着力兼顾到中国与日本、俄罗斯、非洲和中东等地区的外交关系，这关系到中国的对外发展空间。第二，要加大投入、丰富手段，转变思维方式，把公共外交作为一种产业来运作。加大投入是提升公共外交效果的前提，但不是一味地投入，更需要手段的多元化，要结合投资、旅游和品牌推广等活动来做，在开展活动的同时进行宣传，这样不仅能达到让世界更了解中国、扩大中国影响力的目的，还能促进经济效益，相得益彰。第三，下放公共外交权力，让更多人积极参与。不仅让全体外交人员，还要让更多中国公民参与公共外交，可以减少政府的压力，增强影响力。这就需要中国政府更多地动员并联合非政府组织、商业公司和教育机构等开展公共外交，

培养全社会的公共外交意识，搭建更多中外沟通的桥梁。只有这样，中国的公共外交事业才会更加兴旺，中国国际形象的塑造、国际地位的提升、国家利益的维护才能真正事半功倍、效果显著。

注释：

- [1] “Canada-EU Relations: an Overview”, Government of Canada,
http://www.canadainternational.gc.ca/eu-ue/commerce_international/overview-apercu.aspx
- [2] 根据加拿大统计局 (Statistics Canada) 提供数据整理得出的数据，
<http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/101/cst01/gblec02a-eng.htm>
- [3] <http://www.international.gc.ca/international/index.aspx?lang=eng&view=d>.
- [4] 唐小松，王维晋：“英国网络外交评析”，载《现代国际关系》2012年第9期，第41页。
- [5] http://www.canadainternational.gc.ca/united_kingdom-royaume_uni/index.aspx?lang=eng
- [6] <http://canada-europe-dialogue.ca>
- [7] “Canadian Commonwealth Scholarships Program—Post Doctoral Research Fellowships (PDRF)”,
http://www.scholarships-bourses.gc.ca/scholarships-bourses/non_can/ccsp_pdrf-pcbc_brpd.aspx?lang=eng
- [8] 郭可：《当代对外传播》，上海：复旦大学出版社，2003年版，第170-171页。
- [9] Evan H. Potter, “Canada and the New Public Diplomacy”,
http://ccges.apps01.yorku.ca/old-site/IMG/pdf/05_Potter.pdf, p9.
- [10] Ibid., P.8.
- [11] “Protecting and Promoting Canada’s Interests and Values in Europe”,
<http://www.international.gc.ca/wet30-1/aff/news-communiques/2013/04/19a.aspx?lang=eng>
- [12] “Environmen”, Government of Canada,
http://www.canadainternational.gc.ca/eu-ue/policies-politiques/environment-environnement.aspx?lang=eng&menu_id=5
- [13] Jozef Batora, “Public Diplomacy in Small and Medium-Sized States: Norway and Canada”,
http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20050300_cli_paper_dip_issue97.pdf, p1.
- [14] 赵启正：《跨国对话：公共外交的智慧》，北京：新世界出版社，2012年版，第25页。
- [15] Evan H. Potter, “Canada and the New Public Diplomacy”,
http://ccges.apps01.yorku.ca/old-site/IMG/pdf/05_Potter.pdf, p13.
- [16] “Free Trade: Why Canada Needs Europe”,
<http://www.canadianbusiness.com/business-strategy/free-trade-why-canada-needs-europe/>
- [17] Evan H. Potter, *Branding Canada: Projecting Canada’s Soft Power through Public Diplomacy*, McGill-Queen’s University Press, July 1, 2009, p264.
- [18] Annmaree O’keeffe, Alex Oliver, *International Broadcasting and Its Contribution to Public Diplomacy*, Lowy Institute, September, 2010, p5.
- [19] 根据加拿大旅游局网站提供数据整理所得，<http://en-corporate.canada.travel/>
- [20] Andrew Cohen, While Canada Slept, *How We Lost Our Place in the World*, McClelland & Stewart, 2003, p29.
- [21] “欧盟三支柱”，<http://zh.wikipedia.org>.

（作者简介：唐小松，广东外语外贸大学加拿大研究中心教授，博士，广州，510420；赵波，广东外语外贸大学欧洲研究中心研究生，广州，510420）

收稿日期：2013年9月

（责任编辑：）