

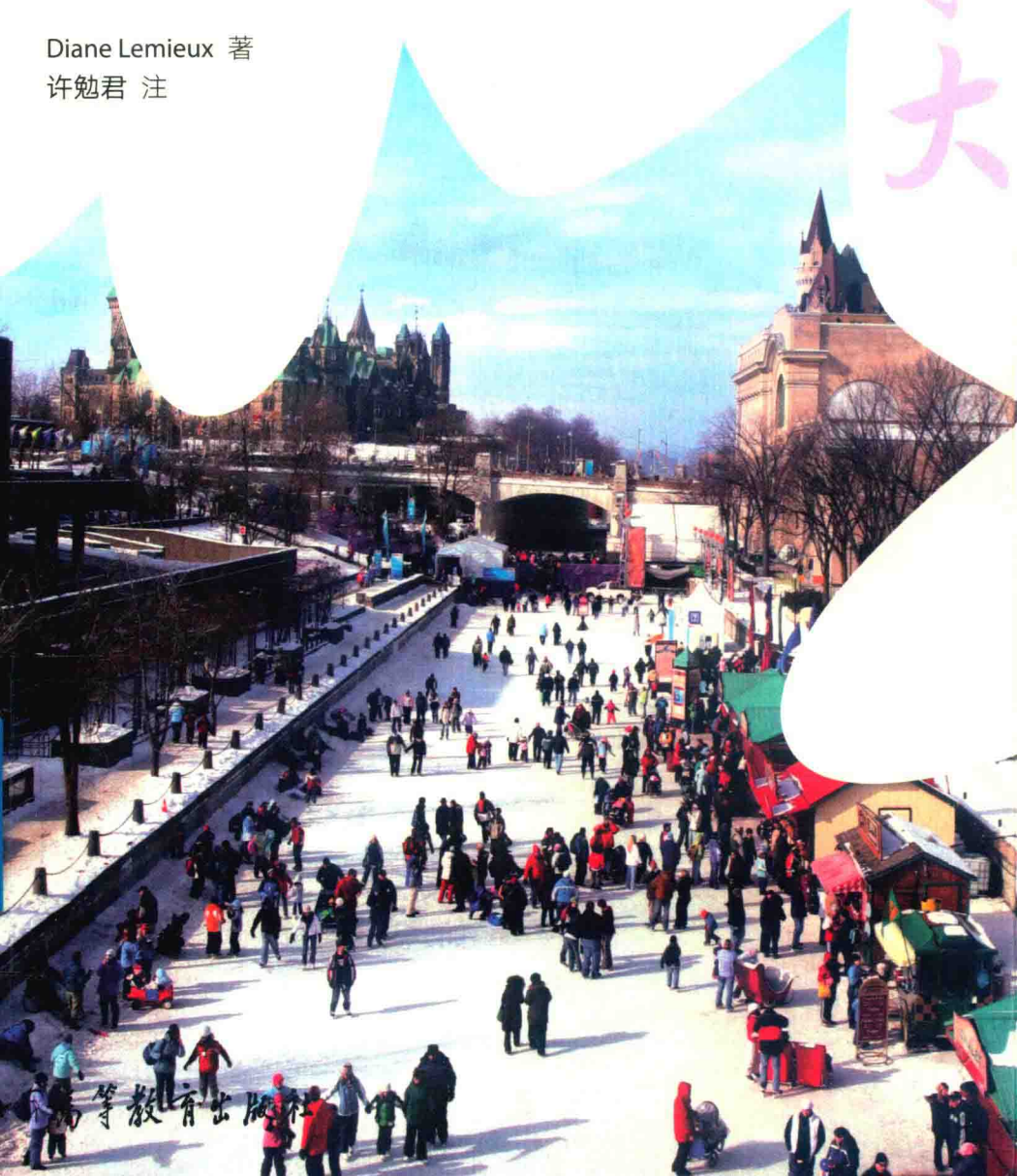
体验世界文化之旅阅读文库 加拿大

Culture Smart! Canada

Diane Lemieux 著

许勉君 注

加拿大



等教育出版社

体验世界文化之旅阅读文库 1

H319.4/k
201
C.1-1

文学大

Culture Smart! Canada

Diane Lemieux 著

许勉君 注

按照姓氏拼音排序

文库总策划

贾巍巍

文库主编

王守仁 仲伟合

文库副主编

李淑静 石 坚 王 艳 赵 雯

分册主编

仲伟合

质检

高等教育出版社·北京

图字: 01-2016-0743号

Culture Smart! Canada, by Diane Lemieux, first published by Kuperard Publishing, a publishing imprint of Bravo Ltd.

Culture Smart!® is a registered trademark of Bravo Ltd. All rights reserved.

Copyright © 2016 Kuperard

Images on pages 32 © Yann Fauché and Alma Mulalic, 106 © Anna Kucsma, 133 © Thivierr, 144 © Arnold C., and 147 © Aconcagu.

图书在版编目(CIP)数据

加拿大: 英文 / (加) 戴安·勒米厄
(Diane Lemieux) 著; 仲伟合主编; 许勉君注. — 北
京: 高等教育出版社, 2017.3
(体验世界文化之旅阅读文库 / 王守仁, 仲伟合主
编)

书名原文: Canada-Culture Smart!

ISBN 978-7-04-047141-0

I. ①加… II. ①戴… ②仲… ③许… III. ①加拿大
— 概况—英文 IV. ①K971.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第023834号

策划编辑 刘瑾	项目编辑 刘瑾	责任编辑 邓中杰	封面设计 张楠
责任校对 白震坤	版式设计 孙伟	责任印制 田甜	

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印刷 北京信彩瑞禾印刷厂
开本 880mm×1230mm 1/32
印张 7.125
字数 175千字
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址	http://www.hep.edu.cn http://www.hep.com.cn
网上订购	http://www.hepmall.com.cn http://www.hepmall.com http://www.hepmall.cn
版 次	2017年3月第1版
印 次	2017年3月第1次印刷
定 价	39.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 47141-00

出版说明

为服务“一带一路”国家战略，促进不同文化互鉴共荣，我们引进改编了英国普拉德出版社（Kuperard Publishing）*Culture Smart!* 及 *Simple Guides* 系列丛书，隆重推出“体验世界文化之旅阅读文库”，将带您探索不同的文化，跨越因文化差异造成的交际障碍，领略绚丽多彩的异国风情。

本文库内容涉及五大洲近 100 个国家的独特文化，填补了非欧美等发达国家相关信息缺失的空白。在编排上，同一系列内部采用相同的体例；既可单册阅读，也能满足专题研究和地域文化横向比较的需要。我们约请国内专家团队对文库进行了改编：对疑难词汇、文化现象进行了注释，增加了名人轶事和名校介绍，更新了过时信息；此外，还围绕每个章节的关键事实设计了练习题，以便读者加深记忆和查阅相关信息。

特别要提醒广大读者的是，文化本身属于一个不断发展的范畴。为了增进来自不同文化背景的人们之间的交流和理解，有必要对各国的文化差异进行一定程度的概括，而对文化定势的概括一方面蕴含着准确的文化观察，另一方面也可能出现主观的文化迁移。只有不囿于文化定势，在实践中不断摸索，才能推动跨文化沟通的顺利进行。由于本文库作者的文化背景、观念和个性迥异，他们在描写各国基本国情、历史文化、世俗风情等方面时，难免流露些许个人的偏见，我们本着建立和谐世界的愿望，对一些偏激之言酌情作了处理；我们尊重作者的表达，但作者的某些看法并不代表我们的观点，需要读者予以分析明辨。此外，文库中涉及的有关数据请以中华人民共和国外交部最新公布的数据为准。

就此让心释然，让我们一起体验旅不问人、行随己意的世界文化之旅吧！

高等教育出版社

2017 年 2 月

总序

在我们这个星球上，有 70 多亿人口，200 多个国家和地区，2,500 多个民族，5,000 多种语言。在地理位置、历史传统、思想文化等因素的形塑下，人们的生活方式、社会风俗、思维模式、审美情趣、价值观念等呈现出不同特点。在纪念孔子诞辰 2,565 周年国际学术研讨会上，国家主席习近平指出：“不同国家、民族的思想文化各有千秋，只有姹紫嫣红之别而无高低优劣之分。每个国家、每个民族不分强弱、不分大小，其思想文化都应该得到承认和尊重。”

在经济全球化和科技进步的推动下，中国与世界的命运更加紧密地联系在一起。截至 2016 年 3 月和我国建交的国家多达 173 个，随着“一带一路”战略的提出与实施，我国与非英美文化国家的交往日益频繁。在我们大踏步走向世界的过程中，迫切需要了解各个国家的情况，了解各国的人民及其文化。目前国内出版的介绍外国国情的英语书籍大多限于英、美等发达国家，涉及其他国家概况的英语出版物寥寥无几。

为服务“一带一路”国家战略，促进各国人民的人文交流与文明互鉴，高等教育出版社引进英国 Kuperard 出版社 *Culture Smart!* 及 *Simple Guides* 系列丛书，编辑出版“体验世界文化之旅阅读文库”。本文库共 96 册，其中亚洲国家 28 册、欧洲国家 31 册、

美洲国家 16 册、非洲国家 14 册、大洋洲国家 2 册，含“一带一路”沿线国家 45 册；另有一单独画册与科学系列和哲学系列丛书各 2 册。

“体验世界文化之旅阅读文库”用世界的眼光、易懂的语言、深入的剖析为学习者展示出一幅幅多姿多彩的世界各国风情画卷。每册简述相关国家社会文化的基本方面和主要线索，既有关于各国地理、历史、政治、国民性格、信仰、态度和行为习惯的描述，也有对普通人家家庭生活、工作和娱乐、饮食特色、商业文化、社交礼仪的介绍。本文库为广大读者提供认识各国社会文化的一把钥匙，为那些准备出国交流、学习、旅游或工作的学习者提供基本的帮助和实用的工具性指南。学习者在阅读的过程中不仅可以知晓相关国家的风土人情，还能了解深层次的文化传统和价值观念，提高对文化差异的敏感度和宽容度，提升跨文化交际的能力。

本文库除国别系列之外，*Culture Smart!* 系列还单独有一画册《世界节日大观》，用 270 幅彩色照片，配以生动的说明文字，呈现世界各地包括巴西里约热内卢的狂欢节和印度阿拉哈巴德的宗教圣节“大壶节”在内的节日瞬间，让读者直观地了解精彩各异的地域文化。*Simple Guides* 系列中，哲学系列丛书展示人类思想发展历史和不同哲学传统；科学系列丛书介绍改变世界的伟大发现和发明创造，能帮助读者加深对我们所生活的世界的认识。

“体验世界文化之旅阅读文库”英语简洁明了，难度适中，语言地道，可供大学生课外阅读。对于英语基础较好、不满足大学英语四、六级水平的非英语专业学生而言，“体验世界文化之旅阅读文库”将不失为习得世界不同国家文化的理想读本。对英语类专业的学生而言，本文库也可拓展学习者的国际视野，增加其跨文化交际知识。尽可能多地接触英语，是学好英语的有效方法，而大量阅读可以培养语感、扩大词汇量、提高理解能力。“体验世界文化之旅阅读文库”可以为广大读者提高英语水平助力。在国家实施“走出去”发展战略之际，“体验世界文化之旅阅读文库”将伴随我们去认识世界、走向世界。

让我们开始体验世界文化之旅，享受英语、享受阅读！

王守仁

2016年6月

很多人分不清加拿大人和美国人，认为美加都是北美洲国家，大部分人都是欧洲移民、都讲英语，加拿大与美国关系密切，两国之间的边界是不设防的。事实上，加拿大与美国有很多不同，加拿大人也不喜欢被当作美国人，那么，你了解真正的加拿大和加拿大人吗？本书将带你领略真实的加拿大！

中加两国人民的友谊源远流长，据历史记载，中加贸易始于1780年，到了18世纪末，广州的丝绸、杭州的茶叶和景德镇的瓷器就远销加拿大，不列颠哥伦比亚的皮毛和木材也远销中国。1938年，加拿大伟大的国际主义战士白求恩大夫率领医疗队来到中国的抗日前线，为中国人民的抗战事业贡献了自己的生命。自中加两国于1970年10月13日建交以来，双边关系发展顺利，友好交流频密，经贸发展迅速，两国领导人互访频繁。2005年1月，两国政府发表《中加联合声明》，两国关系升级为战略合作关系。目前，中国是加拿大第二大贸易伙伴、第二大进口来源地和第二大出口市场，而加拿大是中国境外投资第二大目的地。

本书作者黛安·勒米厄出生在魁北克省的一个外交家庭，三岁首次出国，其后游历了五大洲的十一个国家，拥有多重文化身份。她向我们展示了加拿大地理、历史和社会文化生活的方方面面，从

传统习俗、休闲娱乐、交通通信，到交友做客、事务办理、商务往来、医疗卫生，应有尽有。

1931年，加拿大成为独立国家，实行君主立宪制，英国女王伊丽莎白二世是加拿大女王和国家元首。从20世纪下半叶起，加拿大在国际舞台上扮演越来越重要的维和角色，进入21世纪后，加拿大更是努力将自己塑造成新能源超级大国，而不仅仅是美国或英国的附庸。

加拿大政府由联邦政府和省区政府构成，联邦政府负责国防、刑法、就业保险、邮政、人口普查、版权、贸易规定、外交关系、银行、交通、公民和印第安事务等，而省区政府则负责财产与民权、司法、自然资源、环境、教育、医疗和福利等。

加拿大幅员辽阔，面积居全球第二，地形多样，风景迤逦，多伦多和蒙特利尔位居世界宜居城市前列。加拿大人口稀少，主要是欧洲和土著人的后裔，华人是加拿大最大的少数族裔，约有120万人，在加拿大社会中发挥着越来越重要的作用。

加拿大的官方语言是英语和法语，但并不是所有加拿大人都都是英法双语者，仅有约17.5%的人是英法双语者。约59%的人口母语是英语，21%的人口母语是法语，另有约200种其他语言。

加拿大和美国都是多民族多文化国家，但与美国的“大熔炉”不同的是，加拿大是“文化马赛克”，

尊重和鼓励文化的多样性，不管哪个国家哪个民族的人，总能在加拿大找到来自自己宗主国的节日和传统习俗，加拿大的节日文化绚烂多彩，每年有超过 300 个本土和各国节日庆典。

加拿大气候冬冷夏暖，冬天非常适合滑冰、滑雪、打冰球、狗拉雪橇、掷冰壶、冰钓等运动，而夏天则适合露营、远足、捕鱼、游泳、划独木舟、慢跑、骑车等运动。加拿大人最喜欢的全国性运动是冰球、掷冰壶、棒球和曲棍球等，每周的“加拿大冰球之夜”是深受全国人民喜爱的电视节目。

加拿大人为人谦虚、低调、开放、友善、诚信、顾家，强调男女平等，注重家庭生活，为家庭和孩子倾注大量的空余时间。加拿大的教育质量名列世界前茅，全国劳动人口的素质很高。

加拿大还有很多很多精彩等着你去发现，让我们一起开启加拿大之旅吧！

许勉君

2016 年 11 月

Contents

Canada 001

Introduction 002

Key Facts 004

Chapter 01 LAND & PEOPLE 006

- Geographical Snapshot 006
- Climate 009
- The People 013
- A Brief History 016
- Government 030
- The Economy 039
- The Legal Systems 042
- Canada in the World 043

Chapter 02 VALUES & ATTITUDES 047

- Regional Identities 048
- Bilingualism 061
- Multiculturalism 062
- Tolerance 064
- Religion 066
- Don't Say "American" 067
- Nice People 069
- Attitudes Toward Women 071
- Individualistic Collectivists 072

- Good Citizens 073
- Environmentally Friendly 075
- Don't Rock That Boat! 076

Chapter 03 CUSTOMS & TRADITIONS 077

- National Holidays and Celebrations 077
- Provincial Holidays 089
- Other Traditions 092

Chapter 04 MAKING FRIENDS 098

- Friendship 098
- Invitations Home 099
- Good Manners 101
- Taboos 104
- Canadian Humor 104

Chapter 05 THE CANADIANS AT HOME 106

- Livable Cities 106
- Comfortable Homes 107
- Families 110
- Summer Camps and the Work Ethic 115
- Education 116

Chapter 06 TIME OUT 124

- Canadians on Vacation 125
- Sports 129
- Festivals 133
- Other Entertainments 137
- Eating Out 139
- Drinking 141
- Smoking 143
- Shopping 144

Chapter 07 TRAVEL, HEALTH & SAFETY 146

- Urban Travel 147
- Cross-Canada Travel 152
- Health and Safety 157

Chapter 08 BUSINESS BRIEFING 161

- The Work Ethic 163
- Labor Relations and Legislation 164
- Professionalism 165
- The Office Culture 167
- Meetings 168
- Presentations 171
- Negotiating 172
- Contracts 173

- Business Lunches 174
- Gifts 174

Chapter 09 COMMUNICATING 176

- Language Tics 176
- Vocabulary 178
- The Media 184
- Services 189
- Conclusion 190

Appendices 193

- Places 193
- People 197

Exercises 199



Canada



Introduction

Beyond its borders, Canada's reputation is based primarily on its international peacekeeping activities, its stunning natural environment, and the modest and understated¹ nature of its people. The idea that the French-speaking part would want to split from such a wonderful place is confounding² to most outsiders. Beyond that, people assume that Canadians are culturally similar to, though more humble than, their American neighbors to the south.

But Canada is far more complex a society than the world's news media give on. In the past decades, Canada has become distinctly multicultural, its small population spread across a vast territory affecting how Canadians communicate with each other. For instance, they identify more readily with their province or local community than they do with their nation. Politically and economically the country is very decentralized, a fact that affects the way business is done: Canadians trade far more with the rest of the world than they do interprovincially.

Furthermore, the country's short history, and its development through devolution rather than revolution, affects the way Canadians view the



¹ 低调的；朴素的

² 令人困惑的

world and their place in it. Canada is one of the world's wealthiest nations, with one of the largest economies, with a quality of life among the best in the world. Canadians are proud to be Canadian partly because of this positive international reputation.

Culture Smart! Canada gives a broad overview of the geography, history, and politics of the country, and describes the Canadians themselves, their values, attitudes, and the routine of their daily lives. It looks at how Canadians use their spare time, and how you can make friends with them. There is a chapter on traveling within the country, and another on business for those who need to know what to expect in the corporate world—for instance, the specific rules of etiquette at business meetings, and how Canadians negotiate deals.

A book of this size cannot hope to do full justice to the rich cultural variety that exists in the country. *Culture Smart! Canada* aims to give you a broad overview of the complexity of the Canadian psyche, preparing you for the reactions, emotions, and events that you will experience during your visit. Canadians are open, friendly, and relaxed hosts, who will make your stay worthwhile, and will welcome you even more if you can demonstrate some depth of knowledge of their culture.

