



文化震撼之旅

德国

GERMANY

[美国] 理查德·罗德 著 刘 淳 译



旅游教育出版社

文化震撼之旅

德国

[美国] 理查德·罗德 著
刘 淳 译



旅游教育出版社

·北 京·

北京市版权局著作权合同登记图字:6791 号

丛书策划:丁海秀

责任编辑:李荣强 路本福

彩图提供:中国图片网

图书在版编目(CIP)数据

德国/(美)罗德著;刘淳译. —北京:旅游教育出版社,2008.1
(文化震撼之旅)

ISBN 978-7-5637-1609-8

I. 德… II. ①罗…②刘… III. 德国-概况 IV. K951.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 158551 号

“Copyright © 2005 Marshall Cavendish International (Asia) Pte Ltd. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, or stored in any retrieval system of any nature without the prior written permission of Marshall Cavendish International (Asia) Pte Ltd.”

文化震撼之旅

德 国

[美国]理查德·罗德 著

刘 淳 译

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E-mail	tepx@ 163. com
印刷单位	中国科学院印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	16
插 页	12
字 数	208 千字
版 次	2008 年 1 月第 1 版
印 次	2008 年 1 月第 1 次印刷
印 数	1 - 10 000 册
定 价	35.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

感受 文化震撼

任何人一旦离开自己熟悉的舒适环境，骤然进入陌生的环境，就会感到迷失了方向，这种迷惑的状态就是文化震撼。《文化震撼之旅》是一套信息可靠的著名丛书。几十年来，一直都有助于移居国外或长期访问居留者减轻初到一个新国家（地区）所感到的文化震撼的冲击力。

这套丛书的作者都曾经在相关的国家（地区）生活过，并且亲身体验过文化震撼。他们和大家分享一切必要的信息，以便大家能更有效地解决种种迷惑。丛书的写作风格简单易懂，话题广泛，能够给读者足够多的忠告、提示与建议，以使它们能够重新尽可能正常地生活。

每册书结构一致。首先介绍不同的游客对某个城市或者国家（地区）的第一印象。要想了解一种文化，就必须首先了解其人民——他们来自何处，是什么身份，遵循什么价值观和传统，以及他们的风俗习惯和社交礼仪怎样？这些构成了书的前半部分。

接下来是各种实用的生活常识——告诉您如何最为舒适地定居下来。作者带领读者，先是了解如何寻找住处，如何把水、电、气、通信等各项设施开通，继而了解如何给孩子注册入学，以及如何保持健康生活。当然，还不仅只这些。一旦解决了和基本生活有关的问题，就要出去尝试当地的饮食，享受更多的文化生活，并且到其他地区旅游。然后，在更深入地了解经济生活之前，还要透彻地掌握该国（地区）的语言。

在最后一章，作者先给出一些方方面面的基本信息，再测验读者对该国（地区）风俗习惯与社交礼节了解掌握的程度。为了方便读者，还列出了实用性的词汇与短语，综合全面的信息资源指南和查询更多信息的参考书目。

前言

如何向那些来自其他国家并打算在德国生活的人描述德国呢？

开始着手写这本书时，我以为并不难，一切都会喷涌而出。毕竟，我几乎每天都得面对生活在德国的外国人要面对的那些好处和坏处，困难和实惠，这些还是我和外国朋友或伙伴们在一起时常聊的话题。但当我试图把这一切写成一本书、可以让来德国生活的外国人参考时，我发现这个任务比我一开始想象得要艰巨得多。

跟居住在德国的很多外国人的交谈越来越让我想起三个盲人被国王派去了解大象是什么的老故事。你肯定知道这个故事：第一个盲人回来向国王汇报说，大象是一种细长的动物；第二个盲人说，大象是一个巨大、光滑、无毛的动物；而第三个盲人则说，大象是个长而粗的圆柱形动物，长着蝴蝶一样的嘴，还会发出奇怪的像号角发出的嘟嘟声。

这个故事的寓意很清楚——每个盲人说的都是实话，都准确地描述了各自的体验，但第一个盲人只摸了大象的尾巴，第二个盲人只摸了大象的身体，第三个盲人只摸了大象的腿。描述有关德国这样一个大而复杂的国家也一样，没有人能够完整地体验它的每个部分并描述出来，即使是在德国生活了一辈子的人也不可能。（而且土生土长的德国人也无法体验到那些意想不到的让初来乍到者难以应付的问题。）

我们每个人都有自己的盲点，有些人可能还会有一两个私心。我承认我有盲点，甚至还有一两个私心。而且我承认如果这本书是其他人所写，是其他有自己的盲点和私心的人所写，它会有所不同，会关注不同的事情。比如，我和那些朋友和熟人交谈了很久，发

现他们越来越沉迷于自己的那部分大象。在这本书中我尽力把这些各种不同的体验和看法都包含进来,以期呈现给大家一个完整的画面,虽然有时那些体验和看法完全自相矛盾。

不过话说回来,德国本身在很多方面就是自相矛盾的。它拥有巨大的财富却同样难以摆脱令人沮丧的贫困;沉迷于秩序却又爱好节制有度的混乱;关心面临威胁的自然环境,却对那些更好保护环境的限制措施漠不关心。

你知道的那些关于德国的耳熟能详的很多说法现在在德国仍能见到;有些以前能见到,现在没有了;而有些不但已不属实,而且有害。

我承认,即使你读完整本书,也不会对大象的每一部分都了如指掌,但是至少你会明白大象是个什么样的动物,应该怎么应对它。

鸣 谢

由于众多人士和机构的大力支持、帮助和投入，本书才不至于薄而疏浅。我无法在此向所有帮助过我的人表示感谢，但我必须感谢以下机构：

ADAC(德国汽车协会)

Amt für Multikulturelle Angelegenheiten, Frankfurt(法兰克福市多元文化事务局)

Archiv für Kunst und Geschichte, Berlin(柏林艺术与历史档案馆)

Bundesbildstelle(波恩联邦图片公司)

Deutsche Bibliothek(德国国家图书馆)

Financial Times-Europe(《金融时报》欧洲版)

Industrie-und Handelskammer, Frankfurt am Main(法兰克福工商会)

Inter Nationes, Bonn(波恩国际交流中心)

Wolfgang Huhn and the Polizeiladen, 法兰克福

Landesverband des Hessischen Einzelhandels e.V.(地方粗麻协会)

我还要向以下人士表示最诚挚的谢意：

Bernd Basten

Peter Linder 博士

Martin Harrison

Heinz Frey 和 Rita Da Silva-Frey

Brigid Ibell

Alessandra Helm

Sally Lamm

Doris Linda Jones

George McIlhenney

Gudrun Lord

Robert RodgerJames

G. Neuger

Inge Schlaile

Orly Selinger

Robert Stevenson

Helmut 和 Hedwig Stein

Susan Stern

Ulla 和 Marylane Silundika

题 词

由于众多人士的热情帮助，以及本人、本杂志的不断努力，
 终于在2010年出版了这本《我在德国生活的主要原因》。
 ADAC (德国汽车俱乐部) 为本书提供了许多珍贵的照片和文字。

Am für Musikalische Angewandten, Frankfurt (法兰克福音乐应用)
 (法兰克福音乐应用)

Archiv für Kunst und Geschichte, Berlin (柏林艺术史档案馆)
 Bundesbibliothek (法兰克福联邦图书馆)
 Deutsche Bibliothek (德国国家图书馆)
 Financial Times Europe (金融时报欧洲版)
 Industrie- und Handelskammer, Frankfurt am Main (法兰克福工商会)
 Inter Nations, Bonn (德国国际交流中心)
 Wolfgang Huber and the Philosophen, Berlin (柏林哲学家)
 Landesverband der Deutschen Einzelhändler e.V. (德国零售商协会)

我还要向以下人士表示衷心的感谢：

David Baskin	David Baskin
Martin Hanson	Martin Hanson
David Hill	David Hill
Sally Lamm	Sally Lamm
George McIlhenny	George McIlhenny
Robert Rodger	Robert Rodger
John Schaff	John Schaff
Robert Stevenson	Robert Stevenson
Susan Stein	Susan Stein
Ullrich & Marlene Schindler	Ullrich & Marlene Schindler
Heinrich & Hedwig Stein	Heinrich & Hedwig Stein
Olaf Schilling	Olaf Schilling
Dr. Neger	Dr. Neger
Godwin Ford	Godwin Ford
David L. Jones	David L. Jones
Alexander Hahn	Alexander Hahn
Heinz Frey & Rita Da Silva-Frey	Heinz Frey & Rita Da Silva-Frey
Peter Lander	Peter Lander

德国地图



目录

前言 / I

鸣谢 / III

题词 / IV

德国地图 / V

第一章 第一印象 /1

■ 为何来德国 /4

为什么来德国的问题有不少答案，主要涉及配偶、男友或女友、工作或一些生意上的机会。

■ 被贬损的“圣地” /5

很少有外国居民很喜欢德国——或者承认很喜欢德国……

第二章 国土与历史概览 /7

■ 国土概览：自然区划与地区主义 /8

德国疆域足够辽阔，有丰富多样的地貌特征、建筑风格……却又小到你在一天之内可以从任何一个地方到达另一个地方。

■ 历史 /20

德国变幻跌宕，“过山车模式”贴切地诠释德国戏剧般的历史……

第三章 民族特点 /37

■ 历史遗留 /38

多变的历史对德国各个方面有着挥之不去的影响……

■ 价值观 /39

渴望安全感……未雨绸缪……德国人的这些价值观虽未都是固若磐石，但多数仍未改变。

CONTENTS

■毒品 /50

令人惊讶的是毒品的使用在德国比较公开。

■宗教 /51

宗教在今天德国生活中所起的作用微乎其微。

■法律与秩序 /52

其实，绝大多数德国人是令人钦佩的守法公民。

第四章 融入德国 /55

■外国人问题 /56

在外国人问题上，更为普遍的反应则是不知所措。

■什么是德国人 /58

德国是世界上少有的以“血统”确认公民身份的国家……

■德国的多元文化主义 /64

一拨又一拨的非正式移民使现代德国社会不同的文化支流与主流文化平行共存……

■在德国人中寻找自己的位置 /66

怎么做才可以让你能更好地适应德国的体制……

■体验德国文化 /70

有求必有傲慢……不用排队……你或许会体验到这些你不愿经历却可能无法避免的负面因素。

■在最初的“震撼”中生存 /76

怎么才能融入德国文化而不做被迫的改变，表现自信……温柔的方式……

■公共自我，私人自我 /77

在任何现代社会中都存在公共和私人领域的分别，但在德国更为明显……

■家——重要的港湾 /79

德国人非常看重“家”和所有围绕“家”的活动。

■待客 /81

做个周到好客的主人有很多惯常的原则，而你在做客时会注意到这些原则……

■学习当地习俗 /83

在德国，习俗方面的错误比语言错误更不容易被原谅。

■为何一切都值得 /88

你学会如何与德国人交往后，就会收获颇丰。

第五章 定居 /89

■住房——出租市场 /90

找到合适的住房不太容易……

■公用事业 /94

要让你的住处成为可住之处，还得有电、气、水……

■和银行打交道 /96

德国的金融制度对大小客户都非常严格……

■家政服务 /98

在德国找家政服务比较困难。

■购物 /99

购物时间有限制是等待那些定居德国的外国人的另一个震撼。

■了解欧元 /103

即使是初次到达,你也不用担心会把欧元搞混。

■健康 /104

德国人非常在意他们的身体状况。

■家庭事务 /106

德国被认为是对儿童不友好的国家……

■青少年 /111

和多数工业国家一样,德国的青少年也存在很多问题。

■非工作妇女 /111

非工作妇女的处境十分不易……

■宠物 /112

德国人喜爱宠物。

■交通 /112

德国有堪称典范的交通体系,出门非常容易。

第六章 饮食与娱乐 / 123

■德国传统食品 /124

德国人性格中率直、务实的一面在德国的传统食品中得到了明确无误的体现。

■大量的食肉者 /124

大多数德国人都是忠实的食肉者。

■蔬菜 /127

大多数的德国本地农产品都是经受得住严寒考验的敦实的蔬菜。

■地方菜肴 /129

德国有许多地方菜肴值得一尝。

■烘烤的食品 /132

德国人是无可争议的世界烘烤大师。

■德国人的饮食结构 /133

德国的饮食习惯有着独一无二的特色。

■饮食仪式 /136

德国没有什么用餐仪式,仅存的几个仪式很容易学会。

■饮料 /139

啤酒是德国最受欢迎的饮料。

第七章 享受德国文化 /145

■ 德国的假期 /146

德国人喜欢有计划地安排休假。

■ 休闲活动 /151

德国人以特有的一丝不苟的方式最大限度地利用那些空闲时间。

■ 酒吧文化 /155

德国的酒吧文化高度发达。

■ 街头或街区聚会 /156

街头或街区聚会是德国人喜闻乐见的娱乐方式。

■ 媒体 /158

德国人并不缺少媒体，以了解信息和娱乐身心。

■ 艺术活动 /162

德国的音乐厅、戏院、电影院和博物馆常常爆满。

第八章 学习德语 /167

■ 好消息和坏消息 /168

说英语的人在学习德语的初期有非常大的优势，但德语又是一门非常难学的语言。

■ 如何学德语 /169

德语在很多方面和英语大相径庭，学习德语必须下工夫。

■ 姓名和称呼 /172

本部分主要学习对不熟悉的人如何称呼。

第九章 在德国经商 /175

■ 良好的工作环境 /176

许多人移居德国就是因为德国的整体工作环境能够提供令人情绪饱满的士气。

■ 职业道德 /177

几乎所有外国人都断定德国是一个工作至上的国度，但果真如此吗……

■ 德国经济的实质 /179

让战后的德国变成世界上最强大的经济强国之一的“经济奇迹”源于一些基本原则……

■ 申请工作 /183

在德国求职，有一些与其他国家不同的方面……

■ 服务行业 /184

德国服务行业奇怪而有趣：没有排队叫号系统，大多数售货员都态度冷漠……

■ 德国商业特征 /185

德国文化是彻底的任务导向型，这种取向在商业界尤其突出。

■ 德国公司 / 企业结构 /187

德国基本的企业结构是金字塔结构……

■ 职场女性 /188

女性的劳动使德国经济的许多领域长期充满活力，但是这个体制充满了不平等……

■ 创 业 /190

德国拥有一个极具希望的经济环境，但同时也非常棘手……

■ 银行的作用 /191

德国银行所提供的远不止金融方面的支持和建议……

■ 适应体制 /191

对于雇员来说，德国是一个充满吸引力的地方，而对于雇主来说则刚好相反……

■ 打入市场 /192

德国人对其信赖的产品非常忠诚，要想打入市场得给他们值得改变的理由……

■ 最费心的问题 /193

要想找到一位理想的税务顾问简直要比找到一位优秀的牙医还难。

■ 同布鲁塞尔的摩擦 /194

德国大多数人对欧盟决议可能给德国经济和工作关系带来的变化充满疑虑。

■ 德国马克，再见 /194

在推广新的欧洲货币欧元的过程中，出现了一些混乱、失误或耽搁。

■ 自己动手，打造成功 /195

这里有一些可以自己动手、打造成功的建议……

第十章 德国掠影 /201

■ 国 家 /202

了解这些基本信息对你去德国很有帮助……

■ 名人录 /210

除了上文介绍的名人外，还有这些名人你需要了解……

■ 主要话题 /217

熟悉这些话题会让你更容易融入德国人的圈子……

附 录 /219

◆ 文化知识小测试 /219

◆ 行为准则 /224

◆ 词汇表 /226

◆信息资源指南 /229

◆更多阅读信息 /236

181\ 制造业企业、跨国公司

..... 制造业企业、跨国公司

681\ 拼文成

..... 拼文成

..... 拼文成

087\ 业

..... 业

181\ 拼文成

..... 拼文成

181\ 拼文成

..... 拼文成

..... 拼文成

087\ 业

..... 业

..... 业

681\ 拼文成

..... 拼文成

181\ 拼文成

..... 拼文成

181\ 拼文成

..... 拼文成

181\ 拼文成

..... 拼文成

181\ 拼文成

181\ 拼文成

..... 拼文成

01\ 业

..... 业

181\ 拼文成

..... 拼文成

181\ 拼文成

181\ 拼文成

181\ 拼文成

第一印象

第一章



“你要是问这儿的人什么样，我只能回答：跟别的地方一样！”

——歌德，《少年维特的烦恼》(JFW Goethe,
The Sorrows of Young Werther)

“人人都把自己视野的极限，当做世界的极限。”

——阿瑟·叔本华 (1851)(Arthur Schopenhauer)

几乎每个人在到达德国时都对德国和德国人有一堆先入为主的想法。这些想法大多数都该交给海关，因为它们毫无价值。除非你在到达德国之前对这个国家已经特别了解，否则肯定会碰上一些令你惊讶的事。

很可能你会乘机前往这个国家，在某个大机场降落，也许是法兰克福机场，它是德国最大最繁忙的机场。机场里熙熙攘攘，商店、货架灯光明亮，其干净程度也令人称道。没错，这就是你想象中的德国。

第一印象

从机场或火车站出来走向排队的出租车，你会惊讶地发现几乎所有的出租车都是奔驰。你早知道这是个富足的国家，可是富到这个程度了吗？很快会有人告诉你这是因为政府大幅减收这些豪华出租车的购置税。这些车可是质量上乘、不畏磨损。而且别忘了，奔驰可是德国人引以为豪的汽车品牌。尽管如此，看到那么多奔驰出租车还是令人印象深刻。

乘车或步行经过城区，你开始寻找德国人——很久以来你在图画书中见到的德国人。比如身着皮短裤、褶边衬衫，头戴侠盗罗宾汉喜欢的那些滑稽帽子的男人们；还有他故事中的那些快乐的男人或女人。女人们打扮得像是长大了的“小海蒂”，穿着上紧下宽的大圆裙以及褶边更