# 《跨文化交际学》课程教学大纲

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **英文名称** | Cross-Culture Communication | **课程代码** | GERM2023 |
| **课程性质** | 专业选修课程 | **授课对象** | 德语专业 |
| **学 分** | 2.0 | **学 时** | 36 |
| **主讲教师** | 顾小乐、Anja Spiller | **修订日期** | 2025年03月20日 |
| **指定教材** | 自选 | | |

**二、课程目标**

（一）**总体目标：**

本课程面向本科德语专业学生，系统讲授跨文化交际核心理论，构建中德双向文化认知框架，培养既能理解国际交流规范、又能主动阐释中国文化价值的复合型人才。通过提升学生在多元文化场景下的适应力与传播力，使其既能有效对接西方认知逻辑，又能立足“人类命运共同体”理念，用德语讲好中国故事，在跨文化互动中展现中国青年的文化自信与国家形象。

（二）课程目标：

**课程目标1：**

掌握语言与文化互动规律，对比分析德语“分析型思维”与汉语“意象性表达”对认知模式的影响，理解中西方社会形态差异（如德国个体主义与中国集体主义）的深层文化根源，避免以单一西方标准评判中国社会现象。

**课程目标2：**

通过案例研讨与情境模拟，聚焦中德文化冲突高频场景，提高学生对文化差异的动态敏感性，同步培养对中国文化特质的系统性认知（如“和而不同”“以礼为美”的当代实践）。

**课程目标3：**

深化中国文化国际传播能力：学习运用德语精准阐释中国文化符号（如节气、书法、“一带一路”合作理念），结合对象国接受习惯设计传播策略；掌握跨文化调适与对话技巧，在商务、学术等场景中，既能理解德国文化诉求，又能以“共情不迎合”的原则传递中国立场；实践“文化双主体”交际模式：以中德合作项目为范例，探索文化差异转化为创新动能的路径。

（三）课程目标与毕业要求、课程内容的对应关系

**表1：课程目标与课程内容、毕业要求的对应关系表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **课程子目标** | **对应课程内容** | **对应毕业要求** |
| 课程目标1 | 理解高/低语境文化，权力距离，个人主义/集体主义等概念。 | 1.1 文化概念与维度：文化定义、特征、霍夫斯泰德文化维度  1.2 中德文化比较：中德思维方式、价值观、社会规范比较 | 具有正确的世界观、人生观和价值观，良好的道德品质，家国情怀与国际视野，社会责任感，人文与科学素养，合作精神，创新精神和学科基本素养，以及良好的身体和心理素质。 |
| 分析德汉语言差异对思维模式的影响，比较中德社会价值观和行为规范。 |
| 课程目标2 | 通过案例分析，学习识别和解决沟通障碍和文化冲突。 | 2.1 沟通障碍与文化冲突：沟通障碍类型、文化冲突案例分析  2.2 有效沟通策略：主动倾听、换位思考、清晰表达、非语言沟通 | 具备较强的跨文化交际能力，具有对文化差异的敏感性、宽容性以及处理文化差异的灵活性。  具备良好的思辨能力，能对证据、概念、方法、背景等要素进行阐述、分析、评价、推理与解释；能自觉反思和调节自己的思维过程。 |
| 学习并实践有效的跨文化交际策略，提高文化敏感性和适应性。 |
| 课程目标3 |  | 3.1 中国文化符号解读：中国传统文化符号解读，传播策略设计  3.2 跨文化沟通技巧（应用）：在不同场景（商务、学术、人际）下的沟通技巧  4. 跨文化商务谈判与商务沟通  5. 跨文化领导与管理策略  6. 国际市场营销中的文化策略 | 具备较强的跨文化交际能力，具有对文化差异的敏感性、宽容性以及处理文化差异的灵活性。  具备较强的实践能力，能通过实践活动拓展知识与技能，能运用所学的知识与技能解决实际问题，学会与他人沟通合作。  具备良好的思辨能力，能对证据、概念、方法、背景等要素进行阐述、分析、评价、推理与解释；能自觉反思和调节自己的思维过程。  掌握文献检索、资料查询以及运用现代信息技术获得相关信息的基本方法，具备综合运用所学理论知识解决问题的研究能力和创新能力。 |
| 学习运用德语准确表达中国文化内涵，设计针对德国受众的传播策略。 |
| 学习在不同场景下进行有效的跨文化沟通，掌握“共情不迎合”的原则。 |
| 掌握跨文化商务谈判技巧，能够有效地应对谈判中的文化差异。 |
| 了解不同文化背景下的领导风格和团队管理方法。 |
| 理解文化对市场营销策略的影响，能够制定考虑文化因素的营销方案。 |

**三、教学内容**

**第一单元：文化概述与中德文化比较 (6学时)**

本单元首先介绍文化的定义和特征，包括高语境文化和低语境文化、权力距离、个人主义/集体主义、不确定性规避等霍夫斯泰德文化维度。然后，重点比较中德两种文化的思维方式差异，例如线性思维与循环思维、直接沟通与间接沟通等。 接着，深入探讨中德两国在价值观方面的差异，例如家庭观、工作观、时间观念和人际关系等方面，并通过案例分析来加深理解。 最后，进行头脑风暴，让学生思考并讨论更多中德文化差异的例子。

**形式：** 讲授、小组讨论、案例分析、头脑风暴。

**案例：** 中德商业谈判案例、中德学生交流案例、中德文化差异笑话，以及相关学术论文和研究报告。

**第二单元：跨文化交际中的常见问题 (6学时)**

本单元将探讨跨文化交际中常见的沟通障碍，包括语言障碍、文化差异和非语言沟通误解等。 通过分析中德文化背景下的人际冲突和商业谈判冲突等案例，帮助学生了解不同文化背景下沟通的差异和挑战。 学习有效沟通策略，例如主动倾听、换位思考、清晰表达和非暴力沟通等，并进行角色扮演练习，提高学生的文化敏感性和实践能力。 本单元还将重点讲解非语言沟通，包括肢体语言、眼神交流和空间距离等，并分析不同文化中非语言沟通的差异。

**形式：** 讲授、角色扮演、小组讨论、案例分析。

**案例：** 经典跨文化交际冲突案例分析、中德语言习惯差异导致的误解案例、不同文化背景下的问候方式比较。

**第三单元：中国文化国际传播 (6学时)**

本单元旨在提升学生对中国文化的理解和国际传播能力。首先，我们将解读一些具有代表性的中国文化符号，例如中国传统节日（春节、中秋节等）、饮食文化、书法艺术、中医药以及“一带一路”倡议等，并分析这些符号的文化内涵。 然后，学习如何设计针对德国受众的传播策略，考虑文化差异和受众需求，并分析一些成功的和失败的中国文化国际传播案例。 此外，本单元还将讲解跨文化沟通技巧，例如如何有效地向德国受众介绍中国文化，以及如何避免文化误解。最后，我们将探讨“文化双主体交际模式”，如何促进平等的文化交流。

**形式：** 讲授、小组讨论、案例分析、小组汇报，媒体素材分析。

**案例：** 德国媒体对中国文化的报道、成功的中国文化宣传案例分析（例如，北京奥运会宣传）、失败的中国文化宣传案例分析。

**第四单元：跨文化谈判与商务沟通 (6学时)**

本单元将重点讲解跨文化商务谈判和沟通技巧。首先介绍商务谈判的各个阶段，包括准备阶段、开场阶段、讨价还价阶段和协议达成阶段，并分析中德商务谈判中可能出现的文化差异。 然后讲解中德商务礼仪的差异，并学习如何处理谈判中的文化冲突和差异。 本单元还将讲解一些常用的德语商务表达，并进行模拟谈判，让学生在实践中学习和应用所学知识。

**形式：** 讲授、角色扮演、模拟谈判、小组汇报。

**案例：** 中德企业合作案例、中德商务谈判礼仪对比、德语商务邮件范文。

**第五单元：跨文化领导与管理 (6学时)**

本单元将探讨不同文化背景下的领导风格差异，以及如何有效地管理多元文化团队。 我们将分析不同文化背景下领导风格的优缺点，学习如何根据团队成员的文化背景调整领导方式。 此外，本单元还将讲解跨文化人事管理策略和跨文化冲突管理技巧，并通过案例分析来加深学生的理解。 课堂将包含辩论环节，让学生深入探讨不同的管理理念。

**形式：** 讲授、案例分析、小组讨论、课堂辩论。

**案例：** 跨国公司管理案例、跨文化团队管理成功案例、跨文化冲突案例分析。

**第六单元：国际市场营销中的文化因素 (6学时)**

本单元将探讨文化因素对国际市场营销的影响。 首先，概述国际市场营销的基本概念，包括市场细分、产品定位和品牌推广等。 然后，分析文化对产品设计、定价和推广方式的影响，并讲解如何制定考虑文化因素的市场营销策略。 最后，进行小组项目，让学生设计一个针对德国市场的中国产品营销方案，并进行汇报和展示。

**形式：** 讲授、案例分析、小组项目、汇报展示。

**案例：** 成功国际营销案例分析（例如，某中国品牌在德国的营销策略）、失败国际营销案例分析。

**四、学时分配**

**表2：各章节的具体内容和学时分配表**（五号宋体）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章节 | 章节内容 | 学时分配 |
| 第一单元 | 文化概述与中德文化比较 | 6 |
| 第二单元 | 跨文化交际中的常见问题 | 6 |
| 第三单元 | 中国文化国际传播 | 6 |
| 第四单元 | 跨文化谈判与商务沟通 | 6 |
| 第五单元 | 跨文化领导与管理 | 6 |
| 第六单元 | 国际市场营销中的文化因素 | 6 |
| 总计 | | 36 |

**五、教学进度**（四号黑体）

**表3：教学进度表**（五号宋体）

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 日期 | 章节名称 | 内容提要 | 授课时数 | 作业及要求 | 备注 |
| 1-3 |  | 第一单元 | 文化概述与中德文化比较 | 6 | 阅读作业，课堂讨论准备 |  |
| 4-6 |  | 第二单元 | 跨文化交际中的常见问题 | 6 | 角色扮演准备，小组讨论 |  |
| 7-9 |  | 第三单元 | 中国文化国际传播 | 6 | 小组汇报准备，论文选题 |  |
| 10-12 |  | 第四单元 | 跨文化谈判与商务沟通 | 6 | 模拟谈判准备 |  |
| 13-15 |  | 第五单元 | 跨文化领导与管理 | 6 | 课堂讨论，案例分析 |  |
| 16-18 |  | 第六单元 | 国际市场营销中的文化因素 | 6 | 小组项目汇报，期末考试 |  |

**六、教材及参考书目**

1. 《Interkulturelle Kommunikation》，Hans Jürgen Heringer, UTB GmbH, 5. Aufalge.

2. Hofstede, Geert, Gert Jan Hofstede and Michael Minkov.*Cultures and Organizations: Software of the Mind, 3rd ed. New York: McGraw-Hill. 2010.*

3. 《Joint Ventures im chinesischen Kulturkreis》，Tzöl Zae Chung**，** Euro Pacific Innovation Service (EPIS) GmbH, Duisburg, Deutschland

4. 《Beyond Culture》，Edward T. Hall, 1976, Anchor Books ed edition.

5. 《跨文化交际理论与实践》，俞弘，韩亮等，外语教学与研究出版社。

6. 《中国关键词》德文版，外语教学与研究出版社。

7. 《中国传统节日故事-德汉双语》，陈虹嫣，上海外语教学出版社，2021。

8. 《中国十二生肖故事-德汉双语》：陈虹嫣，上海外语教学出版社，2019。

**七、教学方法**

* 讲授法
* 讨论法
* 案例分析法
* 角色扮演法
* 小组作业
* 模拟训练
* 课堂互动

**八、考核方式及评定方法**

**（一）课程考核与课程目标的对应关系**

**表4：课程考核与课程目标的对应关系表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核要点** | **考核方式** |
| **目标1：理解中西方文化差异 (文化认知)** | 理解并运用霍夫斯泰德文化维度分析中德文化差异；分析中德思维方式、价值观和社会规范的差异及其深层原因。 | 期中考试考察对文化维度的理解和运用能力；课堂讨论考察学生对文化差异的分析能力和表达能力。 |
| **目标2：提升跨文化交际能力 (沟通技巧)** | 运用有效的跨文化沟通策略解决沟通障碍和文化冲突；识别并分析非语言沟通中的文化差异；能够在模拟情境中灵活运用沟通技巧。 | 角色扮演考察学生在实际情境中的沟通能力；小组作业考察学生的合作能力和分析能力；期末考试考察学生对沟通技巧的掌握程度。 |
| **目标3：增强中国文化国际传播能力 (文化传播)** | 能够运用德语准确、清晰地介绍中国文化，并针对德国受众设计有效的传播策略；分析不同文化背景下传播策略的差异和有效性。 | 小组项目要求学生设计并汇报一个针对德国受众的中国文化传播方案；期末考试考察学生对文化传播理论和策略的掌握程度。 |

**（二）评定方法**

**1．评定方法**

* 平时成绩 (40%): 课堂参与 (20%)，作业 (20%)
* 期中考试 (30%): 书面考试
* 期末考试/小组项目 (30%): 小组项目汇报

**2．课程目标的考核占比与达成度分析**（五号宋体）

**表5：课程目标的考核占比与达成度分析表**（五号宋体）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核占比**  **课程目标** | **平时** | **期中** | **期末** | **总评达成度** |
| 课程目标1 | 40% | 40% | 20% | 100% |
| 课程目标2 | 60% | 0% | 40% |
| 课程目标3 | 40% | 0% | 60% |

**（三）评分标准**

| **课程**  **目标** | **评分标准** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **90-100** | **80-89** | **70-79** | **60-69** | **＜60** |
| **优** | **良** | **中** | **合格** | **不合格** |
| **A** | **B** | **C** | **D** | **F** |
| **课程**  **目标1** | 对中西方文化差异的理解深刻透彻，能够运用多种理论框架进行分析，并能深入挖掘文化现象背后的深层原因，观点独到，论证充分。 | 对中西方文化差异的理解较为全面，能够运用相关理论进行分析，并能解释部分文化现象，观点较为清晰，论证基本充分。 | 对中西方文化差异的理解基本准确，能够运用部分理论进行分析，但分析深度和广度有限，观点不够清晰，论证略显不足。 | 对中西方文化差异的理解较为肤浅，分析不够深入，缺乏理论支撑，观点不够明确，论证不充分。 | 对中西方文化差异的理解严重不足，分析存在重大错误，缺乏理论支撑，观点混乱，论证缺乏逻辑性。 |
| **课程**  **目标2** | 能够灵活运用跨文化沟通策略，展现高度的文化敏感性和适应性，有效解决沟通障碍和文化冲突，语言表达清晰流畅，非语言沟通得体自然。 | 能够较好地运用跨文化沟通策略，展现较高的文化敏感性和适应性，基本解决沟通障碍和文化冲突，语言表达较为清晰，非语言沟通基本得体。 | 能够基本运用跨文化沟通策略，展现一定的文化敏感性和适应性，部分解决沟通障碍和文化冲突，语言表达尚可，非语言沟通存在一些不足。 | 能够初步运用跨文化沟通策略，文化敏感性和适应性有待提高，未能完全解决沟通障碍和文化冲突，语言表达不够清晰，非语言沟通存在明显不足。 | 未能有效运用跨文化沟通策略，缺乏文化敏感性和适应性，无法有效解决沟通障碍和文化冲突，语言表达含糊不清，非语言沟通严重欠缺。 |
| **课程**  **目标3** | 能够准确、清晰、生动地向目标受众介绍中国文化，并设计出具有创意、可行性和针对性的传播策略，展现出优秀的跨文化传播能力。 | 能够较好地向目标受众介绍中国文化，并设计出较为可行的传播策略，但创意性和针对性有待提高，跨文化传播能力尚可。 | 能够基本向目标受众介绍中国文化，但传播策略设计不够完善，创意性和针对性不足，跨文化传播能力有限。 | 能够简单地介绍中国文化，但传播策略设计较为粗糙，缺乏创意和针对性，跨文化传播能力有待提高。 | 未能有效地向目标受众介绍中国文化，传播策略设计混乱，缺乏逻辑性，跨文化传播能力严重不足。 |