

全英文课程《流行文化专题》的课程改革策略与实践

陆 希*, 梁馨月#

浙江理工大学服装学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2026年6月23日; 录用日期: 2026年7月21日; 发布日期: 2026年7月28日

摘 要

在服装产业全球化、社交媒体平台化和青年文化快速迭代的背景下, 服装设计、服装表演、服装营销等专业学生需要同时具备流行文化脉络理解、英文资讯获取、文化现象分析和专业观点表达能力。全英文课程《流行文化专题》的改革, 不能停留在“用英语讲知识”的层面, 而应围绕内容学习、语言支持、媒介素养和专业转化重构教学。本文以该课程为对象, 提出“文化脉络理解 - 英语资讯获取 - 专业议题分析 - 英文观点表达 - 服装专业转化”的改革路径, 设计理论历史、全球资讯阅读、服装专业议题、项目化表达四类模块, 并从任务驱动、案例研讨、语言脚手架、分专业项目和多元评价等方面提出实施策略。研究认为, 课程改革的关键在于把全英文教学转化为服装类学生的跨文化理解、行业判断和英文专业传播能力生成过程。

关键词

全英文课程, 流行文化专题, 服装类专业, 课程改革

Curriculum Reform Strategies and Practices for the All-English Course “Topics in Popular Culture”

Xi Lu*, Xinyue Liang#

School of Fashion Design & Engineering, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: June 23, 2026; accepted: July 21, 2026; published: July 28, 2026

Abstract

In the context of the globalization of the fashion industry, the platformization of social media, and

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 陆希, 梁馨月. 全英文课程《流行文化专题》的课程改革策略与实践[J]. 教育进展, 2026, 16(7): 1743-1750.
DOI: 10.12677/ae.2026.1671555

the rapid iteration of youth culture, students majoring in fashion design, fashion performance, and fashion marketing are required to simultaneously possess an understanding of popular culture contexts, the ability to access English-language information, the capacity for cultural phenomenon analysis, and the skill to articulate professional viewpoints. The reform of the fully English-taught course Topics in Popular Culture should not remain at the level of “teaching knowledge in English”, but rather should reconstruct pedagogy around content learning, language support, media literacy, and professional translation. This paper takes this course as its subject and proposes a reform pathway of “understanding cultural contexts, acquiring English information, analyzing professional issues in fashion, expressing viewpoints in English, transforming into fashion expertise”. It designs four types of modules—theoretical history, global information reading, fashion professional issues, and project-based expression—and puts forward implementation strategies encompassing task-driven learning, case-based discussion, language scaffolding, discipline-specific projects, and diversified assessment. The study argues that the key to curriculum reform lies in transforming fully English-taught instruction into a process through which fashion students generate cross-cultural understanding, industry judgment, and English-language professional communication competence.

Keywords

All-English Course, Topics in Popular Culture, Fashion Majors, Curriculum Reform

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

流行文化是理解当代服装产业、青年消费和媒介传播的重要入口。服装设计、服装表演和服装营销等专业都与流行文化高度相关：设计专业需要从流行音乐、影视剧、社交媒体、亚文化、街头风格和视觉符号中捕捉趋势；表演专业需要理解明星文化、身体表达、舞台叙事、粉丝文化和媒介形象；营销专业需要把握青年消费心理、品牌社群、跨文化传播、平台算法和全球时尚话语。流行文化不仅是审美对象，也是产业资源、传播机制和社会意义的综合体。对于服装类专业大学生而言，不能只停留在“知道流行什么”，而要能够解释“为什么流行”“如何传播”“被谁消费”“如何转化为设计、表演和营销策略”。

在国际化办学和专业人才培养改革背景下，全英文课程《流行文化专题》具有特殊意义。一方面，该课程帮助学生接触全球流行文化研究、国际时尚媒体、品牌案例和跨文化表达资源；另一方面，它也对学生的英语学习提出更高要求。学生需要用英语阅读新闻、评论、访谈、品牌报告、社交媒体文本和学术材料，需要用英语归纳文化现象、组织观点、参与讨论并完成展示。对于服装设计、服装表演、服装营销等非英语专业学生来说，这种学习并不等同于传统大学英语，也不同于单纯专业课程，而是一种以专业任务为牵引的英语内容学习[1]。

现实教学中，全英文课程常面临两个误区。第一个误区是把全英文课程理解为“教师用英语讲，学生用英语听”。在这种模式下，课程形式上实现了英语授课，但学生可能只是被动接收信息，缺少主动获取资料、分析问题和表达观点的训练。第二个误区是把全英文课程弱化为英语语言课，过度关注词汇、语法和翻译，而忽视流行文化知识和服装专业能力。对于《流行文化专题》来说，真正有效的改革应当同时回应内容学习和语言学习：既要帮助学生理解流行文化的发展脉络和理论工具，也要训练学生用英语进入国际信息环境，并把文化分析转化为服装专业表达。

2. 课程改革的理论依据与现实需求

2.1. 全英文课程改革需要兼顾内容学习与语言支持

全英文课程通常被纳入高校国际化和专业课程改革之中, 其价值在于让学生通过英语接触学科知识、国际资料和跨文化交流场景。但相关研究也提醒, 英语授课并不自动带来更好的学习效果[2]。如果学生语言基础不足、教师缺少语言脚手架、课程任务设计不清晰, 学生可能同时面临内容理解困难和英语表达焦虑。因此, 全英文课程改革不能只改变授课语言, 而必须重新设计学习目标、课堂活动和评价方式。

内容与语言融合教学理念对《流行文化专题》具有启发意义[1][3]。该理念强调学科内容、语言交际、认知发展和文化理解之间的整合[4]。应用到本课程中, 教师既要讲授流行文化理论、历史和案例, 也要明确学生需要掌握哪些英语表达方式。例如, 学生分析亚文化现象时, 需要学会使用“identity formation”、“representation”“subcultural style”“mainstream appropriation”等概念[5]; 学生讨论品牌联名时, 需要学会表达“cultural capital”“consumer community”“symbolic value”“market positioning”等观点[6]。语言学习不应脱离内容, 而应嵌入分析任务。

2.2. 服装类专业需要面向全球流行文化的信息能力

服装产业是高度国际化、媒介化和平台化的产业。流行趋势往往通过英文媒体、国际时装周、品牌发布、明星造型、社交平台、流媒体内容和跨国消费社群传播。服装类专业学生若只能依赖二手翻译材料, 容易在资讯获取、趋势判断和国际表达上滞后。尤其在设计、表演和营销专业中, 英文资讯能力已经成为专业竞争力的一部分。

服装设计学生需要通过英语获取趋势报告、设计师访谈、品牌故事和全球视觉文化材料[7]; 服装表演学生需要理解国际秀场评论、身体政治、明星文化、舞台表演和影像传播; 服装营销学生需要阅读品牌案例、消费者文化分析、社交媒体传播策略和跨文化市场评论[8]。由此可见, 《流行文化专题》的全英文改革不仅服务英语学习, 更服务专业学习和职业准备。

2.3. 流行文化课程需要强化媒介素养与批判表达

流行文化并不是中性的娱乐材料。它涉及身份、性别、阶层、地域、民族、消费、技术和权力关系[5][9]。服装类学生在学习流行文化时, 既要能从中获取灵感, 也要能辨析其中的商业逻辑和文化意义[10][11]。例如, 某种街头风格被奢侈品牌吸收后, 可能涉及亚文化商业化; 某种明星造型成为流行趋势, 可能涉及身体审美和媒介凝视; 某种国潮设计出海, 可能涉及文化翻译和国际传播[6]。

因此, 《流行文化专题》的课程改革应把媒介素养和批判表达纳入核心目标。学生不能只做“流行现象介绍”, 而应学会提出问题、寻找材料、比较观点、形成判断, 并用英语表达自己的分析[12]。对服装类学生而言, 批判表达不是脱离专业的理论训练, 而是提升设计解释力、表演阐释力和营销说服力的重要基础。

2.4. 教学改革需要落实高阶性、创新性与挑战度

本科课程建设强调高阶性、创新性和挑战度。对于《流行文化专题》来说, 高阶性体现在学生需要综合历史脉络、理论概念、英文资料和专业判断; 创新性体现在课程材料和项目任务紧贴当代文化现象, 鼓励学生进行跨媒介、跨文化和跨专业表达; 挑战度体现在学生需要完成英文资料搜集、英文观点阐述、专业项目产出和反思性写作。

因此, 课程改革不能停留在增加英文阅读材料或更新案例, 而要重构“学什么、怎么学、如何产出、

如何评价”的整体系统。本文提出的课程改革路径,即“文化脉络理解-英语资讯获取-专业议题分析-英文观点表达-服装专业转化”,正是为了把课程建设从知识讲授导向推进到能力生成导向[2]。

3. 课程改革目标的重构

3.1. 知识目标: 理解流行文化的发展脉络

课程首先应帮助学生建立流行文化的历史和理论框架。学生需要理解流行文化从大众传媒、消费社会、青年亚文化、全球化、数字平台到参与式文化的发展脉络,了解流行文化与时尚、音乐、影视、社交媒体、明星文化、粉丝文化和身体形象之间的关系[11]。对于服装类专业学生来说,这种知识不是抽象理论,而是解释时尚风格变化和消费趋势形成的重要基础。

知识目标的改革重点在于避免碎片化案例堆砌。流行文化课程容易被学生理解为“看热点、聊明星、谈潮流”,但学术课程必须提供结构化理解。教师应通过时间线、概念图和案例谱系,引导学生从“现象识别”进入“机制分析”[12]。例如,在讲授街头文化时,不仅要介绍嘻哈、滑板、球鞋和街头品牌,还要解释青年身份、城市空间、阶层表达、品牌收编和全球传播之间的关系。

3.2. 语言目标: 用英语获取资讯并组织观点

全英文课程的语言目标应具有专业性和任务性。学生不仅要看懂英文材料,还要能够筛选资料、归纳观点、提出问题、参与讨论、完成展示和撰写短评。课程应明确学生需要掌握的语言能力:英文关键词检索、英文摘要阅读、英文媒体文本辨析、观点陈述、案例比较、口头展示、视觉材料说明和专业评论写作[7]。

例如,学生在完成“全球流行文化趋势观察”任务时,应能够从英文媒体和品牌平台中筛选资料,判断材料来源的立场和可信度,用英语概括现象,并用专业词汇解释其与服装设计或营销的关系。语言训练应嵌入这些真实任务,而不是作为课外附加练习。

3.3. 专业目标: 将流行文化分析转化为服装专业能力

课程改革的关键是服务服装类专业。对于服装设计学生,课程目标应包括文化符号提取、视觉风格分析、趋势研究和设计概念阐述。学生应能够用英语解释设计灵感来源、文化语境和目标消费者。对于服装表演学生,课程目标应包括身体叙事、形象塑造、舞台风格、媒介呈现和英文自我表达。学生应能够用英语解读表演形象与流行文化之间的关系[11]。对于服装营销学生,课程目标应包括消费者文化分析、品牌传播、社交媒体策略、跨文化市场判断和英文营销表达[6]。

因此,《流行文化专题》不应设置完全统一的最终作业,而应允许不同专业学生形成不同成果。设计学生可以完成英文设计概念陈述和视觉板;表演学生可以完成英文表演阐释和形象分析;营销学生可以完成英文品牌传播方案或文化趋势报告。课程目标由此从单一知识掌握转向专业能力转化。

3.4. 价值目标: 形成跨文化理解与文化自信自觉

全英文课程并不意味着单向接受英语世界的文化话语。恰恰相反,学生应在接触全球流行文化的同时,形成跨文化理解和文化自信自觉[4]。学生需要认识到,不同文化中的流行现象具有不同历史语境和社会意义;中国时尚文化、国潮表达、非遗元素和青年文化也可以进入国际传播。课程应引导学生避免简单模仿西方流行文化,而是在比较中理解差异,在表达中建立主体性。

这一目标也与课程思政建设相衔接。课程可以通过案例讨论引导学生理解文化自信、文化创新、审美责任和社会伦理。例如,在讨论国潮、汉服、新中式、东方美学出海等议题时,学生不仅要描述流行现

象, 还要分析其文化转译方式、国际传播难点和商业化风险, 并尝试用英语讲述中国时尚文化。

4. 课程内容体系的模块化改革

4.1. 模块一：流行文化理论与历史脉络

第一模块承担课程基础功能, 帮助学生建立理论语言和历史框架。内容可包括大众文化与流行文化的概念辨析、青年文化和亚文化、消费社会与品牌文化、明星文化与粉丝文化、数字平台与参与式文化、全球化与本土化等主题。每个主题都应配套核心英文概念和服装相关案例。

例如, 在“青年亚文化与时尚风格”单元中, 教师可引导学生比较朋克、嘻哈、哥特、Y2K、街头潮流等风格与服装表达之间的关系; 在“明星文化与身体形象”单元中, 可讨论红毯造型、秀场表演、偶像产业和社交媒体滤镜对身体审美的影响; 在“参与式文化与社交平台”单元中, 可分析用户生成内容、挑战赛、粉丝二创和品牌共创对流行传播的影响。

4.2. 模块二：英文流行文化资讯获取与辨析

第二模块是全英文课程改革的关键。学生需要学习如何使用英语获取流行文化资讯, 包括英文关键词检索、媒体来源选择、信息真实性判断、观点立场辨析和资料引用规范。课程可引导学生接触不同类型材料: 国际时尚媒体、品牌官网、设计师访谈、流行文化评论、社交媒体文本、趋势报告、学术文章和视频材料。

该模块应设置“信息路径训练”。例如, 教师给出一个主题, 如“Barbiecore”“quiet luxury”“Chinese aesthetics in global fashion”, 学生需要用英语检索至少三类材料: 媒体报道、品牌案例和评论性文本。随后学生需要用英文完成课程资源笔记, 说明材料来源、主要观点、可能偏见和与服装专业的关系。通过这种训练, 学生逐渐摆脱对中文二手材料的依赖。

4.3. 模块三：服装类专业议题分析

第三模块把流行文化与服装专业结合起来。课程可围绕设计、表演和营销设置若干专业议题。设计方向可包括流行文化符号与系列设计、亚文化与风格再造、非遗元素与当代时尚、数字文化与虚拟服装。表演方向可包括身体表达与媒介形象、秀场叙事、明星造型、短视频平台中的身体呈现。营销方向可包括品牌联名、粉丝经济、社交媒体传播、跨文化消费者和时尚事件营销。

这一模块的改革重点是让学生从“文化现象评论”进入“专业问题解决”。例如, 讨论某一流行文化现象时, 设计学生应回答它能否转化为服装系列概念; 表演学生应回答它如何影响姿态、造型和舞台叙事; 营销学生应回答它适合怎样的目标人群、传播渠道和品牌定位。这样, 同一文化案例可以生成不同专业任务。

4.4. 模块四：英文观点表达与项目化成果

第四模块关注学生的输出。全英文课程的最终目标不是学生听懂多少, 而是能否用英语完成有专业价值的表达。课程可设置个人短评、小组展示、视觉分析报告、英文辩论、项目提案和学习档案等成果形式。每类成果都应有明确语言模板和评价标准。

例如, 设计专业学生最终可完成“Popular Culture Inspiration Board and English Design Statement”; 表演专业学生可完成“Performance Image Analysis and English Interpretation”; 营销专业学生可完成“Pop Culture Trend Report and Brand Communication Proposal”。这些成果既检验学生对流行文化的理解, 也检验其英文表达和专业转化能力。

5. 教学实施路径

5.1. 任务驱动：以真实问题组织课堂

《流行文化专题》的课堂应从教师中心转向任务中心。每个单元都可围绕一个真实问题展开, 如“为什么某种亚文化风格会被主流品牌吸收”“一个明星造型如何成为消费趋势”“社交媒体如何改变服装营销”“国潮如何用英语讲述”。教师先提供概念工具和语言支持, 再引导学生阅读材料、分组讨论和完成输出。

任务驱动教学能够解决全英文课程中的被动听课问题。学生在完成任务时必须主动查找英文资料、理解材料、与同伴协作并表达观点。教师的角色也从知识讲授者转向学习设计者、语言支持者和讨论引导者。

5.2. 案例研讨：连接全球材料与本土经验

流行文化课程材料更新快, 案例研讨是保持课程活力的重要方法。教师可选择全球案例和本土案例进行对照。例如, 把其他国家流行偶像时尚与中国偶像舞台造型比较, 把 quiet luxury 与国内通勤风格传播比较, 把 Barbiecore 与粉色消费文化比较, 把国潮品牌与国际对东方美学的解读比较。通过比较, 学生能理解流行文化并非孤立现象, 而是在全球传播和本土接受中不断变化。

案例研讨应坚持英文输入和英文输出。教师可允许学生在复杂讨论中适度使用中文澄清概念, 但最终的课堂反馈与课程作业均以英语完成。这样既保证思想深度, 又保持全英文课程目标。

5.3. 分专业项目：回应学生差异化需求

面向服装设计、服装表演和服装营销学生, 同一课程应提供差异化学习路径。设计方向可强调视觉研究、灵感转化和设计陈述; 表演方向可强调身体表达、角色建构和舞台形象阐释; 营销方向可强调消费者分析、品牌传播和市场策略。教师可在期末项目中设置共同主题和分专业成果。

例如, 以“流行文化与青年身份表达”为共同主题, 设计学生完成系列设计概念板, 表演学生完成造型与肢体表达方案, 营销学生完成社交媒体传播策划。三个方向都需要用英语解释文化依据、目标群体和专业选择。这种项目设计既保持课程共同核心, 又尊重专业差异。

5.4. 多模态表达：从口头展示到视觉论证

服装类专业学生的表达并不只依赖文字, 还包括图像、身体、空间和媒介。因此, 全英文课程应鼓励多模态表达。学生可以用英文配合 mood board、runway analysis、short video script、brand campaign mock-up、performance storyboard 等形式展示观点。多模态表达能够提升学生专业参与度, 也更符合服装行业表达方式。

但多模态不等于弱化学术要求。教师应要求学生说明图像选择依据、文化语境、专业判断和英文论证逻辑。视觉材料必须服务观点, 而不是代替观点。这样, 学生才能把视觉能力和英语表达能力结合起来。

6. 评价机制改革

6.1. 建立形成性评价为主的学习档案

全英文课程不宜只依赖期末考试。学生的能力生成体现在持续阅读、讨论、表达和项目推进中, 因此应建立形成性评价为主的学习档案。学习档案可包括英文资料卡、关键词表、课堂讨论记录、案例分

析短文、展示提纲、同伴反馈和反思日志。

形成性评价有助于教师发现学生在资料获取、观点组织和英语表达中的具体困难,也能让学生看到自己的进步。特别是对英语基础不同的学生,过程性评价比一次性考试更公平,也更符合课程改革目标。

6.2. 构建“内容-语言-专业转化”评价维度

评价标准应与课程目标一致。本文建议建立三个核心维度。第一,内容理解,包括是否理解流行文化概念、历史脉络和案例意义。第二,语言表达,包括英文资料理解、观点组织、口头表达和书面表达。第三,专业转化,包括能否把文化分析转化为设计概念、表演阐释或营销方案。

这三个维度可以根据任务类型设置权重。例如,课堂短评更重视内容理解和语言表达;期末项目更重视专业转化;英文展示则同时考查逻辑、语言和视觉呈现。评价标准应提前告知学生,使学生明确努力方向。

6.3. 引入同伴评价与反思性评价

流行文化学习具有开放性和讨论性,同伴评价可以促进相互学习。学生在展示后,可由同伴从资料可信度、观点清晰度、专业相关性和英语表达四个方面给出反馈。教师应提供评价表,避免同伴评价流于主观印象。

反思性评价同样重要。学生需要在项目结束后用英语或中英结合方式反思:自己如何选择资料,如何形成观点,英语表达遇到哪些困难,专业理解发生了什么变化。反思不是附加任务,而是帮助学生从完成作业走向自主学习的关键环节。

7. 结论

全英文课程《流行文化专题》的改革,关键不在于把授课语言从中文改为英文,而在于重构课程目标、内容体系、教学任务和评价机制。对于服装设计、服装表演、服装营销等专业学生而言,掌握流行文化的发展脉络,是理解时尚趋势、青年消费和媒介传播的基础;用英语获取流行文化资讯,是进入国际行业语境和全球知识网络的前提;用英文阐述对流行文化的观点,则是形成跨文化表达、专业解释和行业沟通能力的重要路径。本文提出“文化脉络理解-英语资讯获取-专业议题分析-英文观点表达-服装专业转化”的课程改革路径,并从目标重构、模块化内容、任务驱动教学、分专业学习路径、多模态表达和多元评价等方面提出实践策略。该路径能够把流行文化知识、专业用途英语、媒介素养和服装专业能力整合起来,使课程从知识讲授型转向能力生成型。

基金项目

2022 年浙江理工大学全英文课程建设项目“流行文化专题”(QYWKC2202)。

参考文献

- [1] Coyle, D., Hood, P. and Marsh, D. (2010) CLIL: Content and Language Integrated Learning. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009024549>
- [2] Macaro, E., Curle, S., Pun, J., An, J. and Dearden, J. (2018) A Systematic Review of English Medium Instruction in Higher Education. *Language Teaching*, 51, 36-76. <https://doi.org/10.1017/s0261444817000350>
- [3] Arnó-Macià, E. and Mancho-Barés, G. (2015) The Role of Content and Language in Content and Language Integrated Learning (CLIL) at University: Challenges and Implications for ESP. *English for Specific Purposes*, 37, 63-73. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2014.06.007>
- [4] Kramsch, C. (1993) Context and Culture in Language Teaching. Oxford University Press.

- [5] Hall, S. (1997) Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. SAGE Publications Ltd.
- [6] Barnard, M. (2002) Fashion as Communication. Routledge.
- [7] Hyland, K. (2006) English for Academic Purposes: An Advanced Resource Book. Routledge.
- [8] Jenkins, H. (2007) Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century (Part One). *Nordic Journal of Digital Literacy*, 2, 23-33. <https://doi.org/10.18261/issn1891-943x-2007-01-03>
- [9] Storey, J. (2018) Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction. Routledge.
- [10] Barthes, R. (1985) The Fashion System. Jonathan Cape.
- [11] Craik, J. (1994) The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion. Routledge.
- [12] Gee, J.P. (2004) Situated Language and Learning: A Critique of Traditional Schooling. Routledge.