

中國字幕組與新自由主義的工作倫理*

胡綺珍**

投稿日期：98年7月12日；通過日期：98年8月11日。

* 特別感謝豬豬字幕組，尤其是馬大組長、資深組員西西與雲起。他們開放與溫暖的心胸，是本文得以完成的最大功臣。

** 作者胡綺珍為台灣師範大學大眾傳播研究所副教授，e-mail: kellyhu13@ntnu.edu.tw。

《摘要》

本文將探索中國的網路字幕製作實踐如何建構多層次的文化地理景觀、聚合了影像的跨國流動、啟動了科技形式生活的轉換（從客廳電視到網路電腦）、以及召集網路年輕一代的華人迷社群，參與無授權的資訊經濟，並自願地投入情感／非物質／免費勞動。

本研究發現，新自由主義社會下所慣用的競爭與表演、自我訓練與自我成長、自我興趣與自我利益、計算理性與自我治理等技術，被巧妙地納入中國字幕組的工作倫理當中。一種結合新自由主義工作倫理與非盈利的利他主義的特殊勞動新價值被創造出來—它挑戰了資本主義的商業利益目的為新自由主義的必然條件。最後，本文提出，中國字幕組的文化現象，可以從「龐大人口所造成的中國勞動力競爭」，以及「目前中國於全球生產體系上所處的位置與生產價值」的觀點做脈絡性的解讀。中國字幕組所產生的新自由主義式的競爭，與中國於全球市場的崛起，所引發的國族主義式的渴求進步，與期望快速趕上全球化下最流行的消費與現代性有密切關係。

關鍵詞：中國字幕組、新自由主義的工作倫理、資訊經濟、非物質勞動、免費勞動、全球生產體系

本篇論文想獻給加入中國字幕組的無名網路男／女英雄們－他們大多來自中國，少數來自台灣、香港以及分布在世界各地的華人們，自願無償地奉獻自己的時間與勞力，將國外的影音檔案製作中文字幕並將之廣泛地發佈流傳於各式各樣的網路論壇中。中國字幕組所展現的集體性的決心與熱情，使得全球華人閱聽人很輕易的藉由網路下載，或是視頻網站的點閱，欣賞到最新最快，而且免費，已經配好中文字幕的影音節目。字幕翻譯者與網路版本的字幕作品的出現，意指著仰賴網路的下載與網路／電腦為主的視聽觀賞文化逐漸成為客廳電視文化的另類選擇。由於電腦軟體與網路的科技親切性與便利性，字幕製作變得更容易以及越來越成熟。

字幕製作並不是最近才有的新奇現象，無授權影音版本的流通一直是全球迷次文化團體的普遍實踐。例如：美國的日本動漫迷早在 90 年代末期就開始了錄影帶的迷字幕製作（Leonard, 2005）。中國字幕組顯然也非是中國獨有的文化，科技的迅速更新成長，尤其是網路頻寬的普及平民化，使得線上迷社群的字幕製作形成了全球化的現象。舉例而言，Luca Barra 所進行的義大利網路迷字幕製作研究也於最近剛剛出爐（Barra, 2009）。Barra 將重點放在網路字幕製作如何被地域化／在地化，並探討文化翻譯的過程。Barra 進一步以美劇的跨文化製作為例，比較義大利傳統官方的專業配音實踐，與非官方的業餘網路迷字幕勞動的過程。

雖然字幕組的活動無可避免地牽扯到版權的爭議，然而這並非是本論文意欲處理的問題。本文將探索中國的網路字幕製作實踐如何建構多層次的文化地理景觀、聚合了影像的跨國流動、啟動了科技形式生活的轉換，以及召集網路年輕一代的華人迷社群，參與無授權的資訊經濟，並自願地投入情感／非物質／免費的勞動。中國網路字幕組的成員扮演

多元的角色——他們是閱聽人、消費者、網路使用者、迷勞動者、自願工作者、發佈者、流通者、鼓吹者與語言翻譯中介者。此研究將重心放在專門製作日劇與美劇的中國字幕組，意欲瞭解不只是中國字幕組如何組織與運作，還有字幕迷製作者的勞動／工作認同與主體性如何於資訊經濟、DIY 網路文化，與中國崛起於全球市場以及追求國外「更先進的」消費與現代性的脈絡下被建構。選擇日劇字幕組為研究對象的主要原因為，身為一個長期的忠實日劇迷（從 90 年代初期日劇於台灣登陸開始），使得我較容易連絡到專作日劇字幕組的迷工作者。而美劇作為研究目標，則是考慮到中國的美劇字幕製作是所有電視字幕製作項目中，最熱門也是競爭最激烈的。

我使用「新自由主義的工作倫理」一詞來指稱與理解中國字幕工作者工作與組織運作的動態。「新自由主義」最普遍的用法，意指以美國為主要象徵的「資本主義式的帝國主義」，重點在於「資本主義的策略」強調「個人責任與命運的新自由主義理性」（Ong, 2006:1-2）。部署治理性（governmentality）與主體性（subjectivity）的技術，新自由主義依賴「知識與專家系統的配置去引導自我激勵與自我規範，這將使得公民於充滿起伏不確定性的市場狀況下，可以最大化它們的選擇、效率與競爭力」（Ong, 2006: 6）。本文研究發現，新自由主義的運作模式也被中國字幕組採納與執行於字幕製作的工作倫理的實踐中，細節部份將於本文的後半部份詳述。最後，本研究認為中國的字幕組活動應該從中國於全球生產體系下所佔據的位置／角色，以及新自由主義氛圍下的中國，年輕一代所實踐的生產與消費的邏輯下來理解。

壹、中國字幕組與 BT 論壇的崛起

早在 2001 年，因為網路寬頻的逐漸普及，中國愛好日本動漫的網路社群，已經開始交流字幕製作（《YYeTs 人人影視的博客》，2009 年 5 月 31 日）。然而中國字幕組有系統性地大量興起，與 BitTorrent 論壇（簡稱 BT 論壇）的流行有很大的關係。自從 2003 至 2004 年之間，BitTorrent，藉由 BT 論壇的興盛，風行襲捲了中國。在中國，BT 有個綽號，叫做「變態」。這個詞聽起來雖然有點貶低的意味，但是也指出了 BT 作為強而有力的 P2P 形式的非典型特性——一種鼓吹自由分享、集體合作，以及促進更快下載速度的 P2P 的通訊協定。目前有多少 BT 論壇呢？從 BT@China 聯盟也許可以瞥見。BT@China 聯盟是一個連結了大約七十四個中國 BT 論壇的 BT 論壇索引網路搜尋平台（至 2009 年七月），展示了強而有力的友愛結盟，以及龐大的論壇數目與實力（〈BT@China 聯盟〉，2009 年 7 月 15 日）。

一般而言，通常一個 BT 論壇有一個至幾個不等的字幕組。中國 BT 論壇的特色如下：主要的重要任務之一為養育一群迷工作者，製作字幕以及規律性地藉由網路發佈與流傳最新數位化、具中文字幕、來自國外的電視節目、電影或動畫等等的影音檔案。部份大型論壇甚至發展出影視新聞發佈區與評論區，與發行定期的電子雜誌，報導最新影視資訊，或是自我心情抒發、字幕組工作內幕消息等。有些論壇只提供轉檔服務，例如將台灣與香港的影音產品製作成數位檔案。被字幕組搶著加上中文字幕中最熱門的為美國電視節目與好萊塢電影，其他的包含日本動畫、日劇、韓劇、泰劇等等則為次要選擇。被製作中文字幕的影音版本的熱門程度也反應了現實中，中國年輕一代的喜好。

中國 BT 論壇崛起的原因主要歸類如下：首先，部份歸因於網路與寬頻服務充斥著中國的都會家戶，這意味著中國「從毛澤東時代的過去轉變成後文化革命、後社會主義的社會」（Liu, 2004: 127）。Michael Keane 則指出，中國「部落客、線上遊戲者與音樂下載者的一代」，立基於網路式的「同儕評審網絡連結」（peer-review network），將中國的社會集體主義，轉化成「後集體主義」（post-collectivism）（Keane, 2007: 121-120）。根據 2008 年美國報紙 *USA Today*，中國已經贏過美國，擁有全球最大使用網路的人口（Macleod, 2008）。此消息來源亦評估中國網路的使用者於 2008 年 3 月底已經達到了 2 億 3300 萬人。再者，中國對於進口國外影視節目以及本國當地產製的媒體節目內容的意識形態實施嚴格控管，這使得中國閱聽人開始去尋求其他的另類途徑，網路則成爲一個可以超越現有侷限媒體環境的重要管道。有著字幕組加入的中國 BT 論壇開啓與擴張了以網路爲主的閱聽人／消費者 DIY 文化——這裡的主動不只是迷字幕工作者的積極勞動，還有下載者的自動自發性。

以分享無授權的數位影音節目爲目標的 BT 論壇如何在香港、台灣與中國大陸社會被診斷呢？陳乃明，爲香港公民，爲全球第一位因 BT 分享 P2P 檔案而被控告的人（王紅亮，2005 年 11 月 22 日）。陳乃明當時已經使用 BT 交換無授權電影兩年。於 2005 年 1 月，他被香港海關逮捕。由於藉由 BT 上傳三部好萊塢電影，而遭判刑入獄三個月。同年 2005 年，台灣的中華民國財團法人電影及錄影著作保護基金會（MPA）於九月底時向刑事局偵九隊檢舉「台灣論壇網」，一個提供網友上傳與下載各種不同最新好萊塢電影數位檔案的平台（陳佳鑫，2005 年 12 月 17 日）。如此看來，香港與台灣積極地向美國與好萊塢展示他們要清除未經授權網路檔案分享的決心。中國大陸政府則是採取行動打

擊色情 BT 論壇，舉例說明，廣州警方於 2005 年查獲當地的色情網站並給予法律制裁（何雪華，2005 年 11 月 12 日）。

相較於香港與台灣，中國大陸政府似乎對於 BT 論壇未經授權影音檔案的上傳與下載採取較為曖昧與寬鬆的態度。國家版權局曾於 2006 年 10 月，根據 2006 年 5 月國務院公佈的《資訊網路傳播權保護條例》，聲明「重點打擊以營利為目的，通過網路提供電影、音樂、軟體和教科書下載的非法經營行為」，「如果線民不以營利為目的自己上傳電影，供其他線民下載，這種行為中國尚無明顯界定……而線民個人的上傳行為不在此列」（張露，2006 年 11 月 11 日）。有趣的是，此時中國政府對於非營利行為的網路發佈非授權影音檔案並無強制的糾正懲罰意圖。2009 年 4 月，廣電總局重提了早於 2007 年就已經訂定的《關於加強互聯網視聽節目內容管理的通知》，規定未取得公映或發行許可證的境內外電影、電視劇、動畫片和理論文獻影視片禁止在互聯網上傳播（張玉洪，2009 年 4 月 3 日）。然而，此舉只是一時的風聲鶴唳，直至目前為止（2009 年 8 月）並未真正影響整個中國 BT 論壇的分享與下載。綜合觀之，中國政府對於 BT 論壇普遍流行地非授權的網路影音檔案流通一事，除了 BT 色情網站的宣示性消毒之外，尚未主動的實施殘酷的打擊。中國官方似乎表面上公開地要求人民不要犯法，然而實際上則傾向放任默許。無可否認的，中國政府對於網路非授權文化，採取無可厚非的寬容態度，關鍵性地影響中國字幕組的壯大。

貳、中國迷字幕文化、資訊經濟與非物質／免費勞動

本研究的主要研究對象包含：1. 專作日劇聞名全球華人世界的「豬豬日劇」——「豬豬日劇」於日劇字幕製作發佈方面一直處於領先

的地位，尤其在製作日劇數量方面，尚無其他的字幕組能與之匹敵。2. 專作日劇的「日菁字幕組」（又稱 TVBT，隸屬於「麻辣論壇」），同樣也是聲名遠播，由於字幕組組織人員規模較小，中文字幕製作數量暫居第二。3. 專作美劇與好萊塢電影聞名（尤其以美劇為主打），具旁大規模的「警靈風軟」（又稱 FRM）、「伊甸園」（又稱 YDY），以及「人人影視」（又稱 YYeTs）。至今以上所述成立了約至少 3-5 年的時間、組織規模與運作模式都具有某種程度的穩定與規律性。藉由網路 MSN 及時通，我連絡到「豬豬日劇」的兩位迷字幕工作者，並於 2007 年 6 月時至上海進行訪談，訪談前與訪談後持續使用 MSN 溝通至今。對於「日菁字幕組」、「警靈風軟」、「伊甸園」，與「人人影視」主要則是進行線上觀察，以瞭解其動態。早於 2006 年，以製作美劇聞名的字幕組「警靈風軟」，當時因製作美劇【越獄】（Prison Break）（2005-2009），於中國快速竄紅、聲名遠播，也因此被美國紐約時報的記者 Howard W. French 發掘，進一步報導其作字幕的內幕（French, 2006）。¹其他類似的新聞報導與迷字幕工作者自我揭露式的網路文章流傳也是本研究參考的指標。本研究的目的並非在於將以上所述的四個字幕組做一全然完整的徹底研究，而是藉由不同字幕組的所呈現的片段面貌，如何反映出本文所想探索的主題——字幕組的動員運作、勞動主體的建構與新自由主義的工作倫理。

2007 年夏天於上海訪問到的「豬豬日劇」字幕組兩位迷工作者，分別為西西（女）、雲起（男），二十幾歲，剛大學畢業一兩年，當時於上海工作。他們均於大學時期就參加了「豬豬日劇」。他們算是「八零後」（指稱 1980 年之後出生的，具個人主義色彩，處於消費主義社會氛圍的一群），中國較不受仇日歷史包袱的年輕一代，從小接收到日本流行文化，如電玩與卡通的洗禮（《維基百科》，2009 年 6 月 26

日)。兩位受訪者皆不是日文相關科系畢業，而是大學時代將學習日文當作一種興趣。大多數的中國字幕工作者皆是大學／研究所在學學生，或是大學畢業的白領階級、都會人士，通常具備相當程度的語言能力與科技知識／科技設備（French, 2006）。由於網路連結的便利性與立即性，各式各樣的字幕組基地與字幕組人員分布在中國的各個角落，尤其是大城市。

這裡將介紹一般製作日劇的流程，此流程與一般製作其他電視劇的字幕組大同小異。根據「豬豬日劇」的網路文章，對於整個製作日劇的流程有很完整的介紹（Xu, 2006 年 9 月 5 日）。首先，有人負責於一齣日劇播映之後，馬上找到最新的來源，網路傳送給字幕製作團隊。接下來，一集約 45 分鐘的劇大約須花費三至四個小時來聽日文並翻譯。通常為求迅速，一集日劇會有三至四人一起合作翻譯，也就是一個人分配到劇集 11 至 15 分鐘的翻譯量。之後，會有專業校對將一集的翻譯作修正。而此時，時間軸的工作人員則負責清除原有的廣告，並將校正過的字幕放在螢幕上跟聲音軌跡作配合。最後的任務為壓製與上傳，電腦設備越高級，速度會越快。總的來說，最理想狀態，完成一齣中文字幕的時間至少需要八個小時。由此可見，數位科技與團隊合作助長了迷字幕的勞動付出與工作效率。

以下將描述資訊科技如何活化控制的機制與中介迷字幕製作文化。根據 J. Macgregor Wise，現今社會已經轉變成 Gills Deleuze 所稱的控制社會（the society of control），不同於 Michael Foucault 所強調的直接由宰制者對被宰制者由上而下的宰制之「規訓社會」（disciplinary society）（Wise, 2002）。控制社會所操作的方式是藉由持續的接觸、快速的溝通與調整形塑（modulation），而非藉由監控下具有權威導向的威脅與拘束（Wise, 2002: 31-32）。資本主義社會與消費社會部署了

軟性與內在性的控制技術，巧妙地使我們成為資訊經濟的流動之中被深化的主體性（an intensified subjectivity）（Wise, 2002: 41）。Wise 繼續指出，控制社會「並不壓抑情感，反而激發導致情感的過度（追求過度速度的情感）」，在此情感「成為一種主要控制的手段」（Wise, 2002: 41）。我認為網路崛起的字幕組正是資訊流動、全球化跨國文化交流，與控制社會對於速度／情感深化的追求，以上三者結合下，所產生的次文化。有趣的是，對於速度／情感深化的鼓勵，並非只是完全的來自資本主義生產者的想控制消費者的慾望。就字幕組的例子而言，它們借力使力，一方面成為被深化的主體，浸淫於對於娛樂資訊／速度／情感的投入；另一方面，它們藉此，轉換此控制力成為生產翻譯版本的動力，擺脫正版資本主義的控制。

中國字幕組大多針對國外電視劇來進行中文翻譯，以發佈電視劇為例，它們通常需要建立一個公式化與標準化的工作情景與時間表，來追隨原有大部分的電視劇每星期的播放，通常採取自我管理地於兩三天內完成於電視劇正式播放後的快速發佈任務。速度，是一個可以滿足資訊經濟下的消費者／閱聽人的重要關鍵。在此，字幕製作者本來就是消費者，也是生產者，除了取悅自己作為渴求速度的消費者，藉由無私的網路分享，也同時地取悅作為消費者的其他閱聽人。而這種資訊洪流結合速度／情感引起的競爭感，不僅是跟正版商之間產生爭奪翻譯權的潛在張力，也可解釋有關字幕組之間互別苗頭的部份原因。

儘管中國字幕組，並沒有如控制社會此概念所暗含的資本主義帶有特殊的商業目的的操控性，字幕組能夠有效率地運作於某種程度上，仍依賴控制社會裡資訊經濟的控制邏輯。例如：許多字幕組不只將徵人廣告放在原有 BT 論壇上，也將之作成附加檔案跟中文字幕影音檔案一起成為可被下載的檔案包裹。這些使用電腦來製作字幕的迷工作者，其實

也被包圍於過度爆炸的娛樂資訊之中，如：日劇的宣傳與新聞藉由無國界的網路可輕易獲得。迷工作者所需的自我控制與組織動員所形成的控制將科技的中介與迷的情感連接起來。藉由 QQ、MSN 與 email 具有滲透性的線上溝通與被強化了的情感動力（包含迷的，追求資訊速度／成就感／學習等情感因素），中文字幕的團隊收編了相互與多邊的線上監控與督促，以促進連結不同節點的迷工作者一起維持字幕組的生產與發佈。

迷字幕勞動以彈性累積（flexible accumulation）的方式操作彈性勞動，展現了控制社會裡的法則：「調整形塑成爲主要的權力運作」（Bratich, 2006: 70）。以「豬豬日劇」爲例，其維持運作的方式有一部份包含盡量招募越多的人才，並實行前作業階段的工作訓練，以符合字幕組不時之需。受訪者西西就表示她時常被賦予給予新人語言、翻譯能力的測試，評估那些人才是有潛力適任的。這樣的管理策略降低了負責的人可能臨時或是現實生活上可能遇到的變動而離開，因而無法執行任務的風險。受訪者雲起表示，他與另一受訪者西西，分別於 2005 年與 2006 年加入「豬豬日劇」。自從 2008 年起由於現實生活換了工作，業務加重，雲起已經暫時離開「豬豬日劇」。然而基於對於「豬豬日劇」深厚的情感，他表示有機會還是會想回去繼續服務。受訪者西西則於 2009 年春天赴日本留學攻取碩士。爲了適應日本的留學生活，西西表示她請假休息了一季，但仍會繼續擔任翻譯校對工作。以豬豬日劇的勞動狀態而言，雲起認爲兩、三年大概是一般迷工作者會待的時間。有些人會繼續待下來，但是以校對與小組領導者的身分來幫忙。大學生一直是字幕組的清新主力，對於日劇的愛，藉由網路科技的中介、去地域性與無所不在，使得勞動資源儘管具有流動性與時間性，還是源源不絕的輸入。

相反地，「迷處於文化的中心」，由於數位科技 DIY 式的「參與式的文化」的引發，迷被收編進入了情感與免費勞動（affective and free labor）的領域（Jenkins, 2006: 1）。製作字幕促進迷跟所喜愛的影視產品或明星偶像更靠近的親密連結，這也是鼓勵迷自發性的成為延伸性生產過程一環的部分原因，並以非營利與共享的方式直接挑戰了官方所代表的正版權威。這呼應了 Michael Hardt 所提到的，情感勞動所建構的「社群」與「集體的主體性」，通常可以成為「反資本主義的一個基地」（Hardt, 1999: 89）。

我們如何理解於資訊社會裡逐漸壯大的迷字幕工作者呢？非物質勞動（immaterial labor）的概念也許可以部份解釋資訊社會裡所建構的新工作主體，也就是後福特主義式的「智識普羅階級」（intellectual proletarian），通常從事與「標準、時尚、品味、消費基準以及更策略性地，公共意見」等生產有關（Lazzarato, 2006: 137, 133）。中國字幕組也回應於此種趨勢，扮演著非物質勞動的角色。一方面，它們成為文化仲介者，加工與再流傳外國影視產品的文化理念與價值觀，另一方面，其勞動力的動態則融入資訊經濟下的「集體學習過程」（展現於科技／語言翻譯／文化翻譯的相互合作與知識交換累積上），以及「網絡連結與流動」（Lazzarato, 2006: 135, 137）。

字幕組不僅是非物質勞動，也是免費勞動。網路文化是免費勞動與免費的禮物經濟結合並展現的場域，各式各樣的部落格、寫 email、網頁維持等等都是網民受益於免費的禮物經濟，但也同時付出免費勞動的普遍例子。此種現象並非是理想的共產主義的復甦，而是它們總是文化經濟與數位經濟的一部份（Terranova, 2004: 77）。Terranova 與 Andrejevic 批評文化經濟的資本主義市場將原本消極的消費者／閱聽人／迷轉換成積極的勞動力，例如：實境電視節目（reality TV）與部落

格使得參與者與寫手自願免費的提供他們的生命故事（Terranova, 2004: 95; Andrejevic, 2004）。Andrejevic 以一種悲觀的態度甚至提議，我們被數位柵欄（digital enclosure）所包圍，任何閱聽人的生產勞動力被收編至資訊文化經濟似乎是無可避免的（Andrejevic, 2004: 193-208）。

中國字幕組毋庸置疑地為非營利組織，然而字幕組為了保持正常營運與擴充組織規模與對外服務，則無法全然與跟電腦、電腦軟體、伺服器、FTP、硬碟設備與充滿廣告的網頁等等相關的資訊科技資本主義切割。舉例來說，「人人影視」於 2006 年 6 月 1 日正式成立論壇，而由發起人「集資 1200 塊錢買的虛擬空間開始到現在擁有自己的 12 台伺服器，從當時工作組 19 位組員到現在的 839 位組員到現在的」的狀況來判斷，硬體設施與網站維持等都需要資金的強力支援（〈人人影視論壇三周年〉，2009 年 5 月 31 日）。字幕組論壇網頁的廣告多由中國的一些網路或科技公司所贊助，例如：最近（2009 年 7、8 月觀察到的）「9X9 輕鬆自載迅雷下載盒」，也就是推銷中國迅雷科技公司所發明的下載盒來下載硬碟空間需求量大較大的高清畫質的檔案，於「人人影視」與「警靈風軟」的首頁皆出現其主打的廣告。字幕組與網路經濟的結合，是爲了求生存的一種策略，而非是求取商業獲利的終極目的與手段。

然而，這並不意味著如 Terranova 與 Andrejevic 所提議的，數位文化中的每件事或每個參與者都是以同樣的方式，無所分別地被商業化的原創影音提供者所控制，而這其中沒有任何的權力鬥爭或抵抗。中國字幕組的研究需要被放置於其特殊的脈絡中來理解。它們並非以合法的關係屈服於影音作品的原始提供者，而是直接取代，並自我壯大的成爲華人世界中文翻譯版本的工作坊與營運中心。藉由網路，中國字幕組發明並宰制了一個不同於合法授權的需求／供應關係的機制，以及重新繪製

了以華人社群爲主的跨文化地理—在此時間、空間，宣傳發佈的模式，與觀賞／使用科技形式被重整結構；不同於官方的行銷策略與正版影視產品於原產地的接收與觀賞的文化地理。

「人人影視」的門戶站，爲了吸引線上下載族群，其論壇的設計發明，針對部份重點影視產品，重新結合了線上 DVD 精美封面、電視節目／電影故事簡介，與下載資源有系統的列出，讓大家於線上也可以直接藉由翻閱劇情，直接進行下載（《人人影視》，2009 年 8 月 8 日）。除此之外，以美劇的字幕製作爲例，美劇字幕組發佈的版本很多元，讓網路閱聽人有不同的選擇，如：「普通的 RMVB 版本、Avi 版（支持在有 MPG4 功能的 DVD 機上觀看）、H264 版（960×544 畫面，AC3 5.1 音頻），以及高清晰數字 HDTV 720 格式（每集 1.4G 大，清晰度 1280×720，杜比環繞 5.1）」，「甚至 PSP 遊戲機的專用格式。」（〈三聯生活週刊：【越獄】的中國隱秘流行〉，2007 年 1 月 26 日）。換言之，中國字幕組創造了一個多元科技聚合的平台，將電視影音檔案、網路、電腦、DVD 機，甚至是遊戲機結合，讓高科技展示的空間不再是家戶客廳的特權，也不是如以美國爲例的西方研究所強調的家戶情境中的客廳與電視，以及其他先進科技設備之間所形成的一種高科技包含美學設計的「炫耀式消費」，如：高級電視、音響、甚至是數位智慧宅自發控制體系等等設備（Spigel, 2005）。中國字幕組所推廣的不是一種將高科技視爲高價具體物體設備來佔據空間，進行視覺展覽；而是以網路爲主要核心的領導中心，串連其他的數位科技或是家電，以及低成本的網路下載爲主要的科技手段，讓高科技體現於非物質的數位科技生活形式，形成有彈性且多層次的科技流動／科技便利／科技網絡連結。

主要針對偏好下載與同意免費交換的線上華人閱聽人，「一個新形

態的非營利數位消費市場」被開拓出來，由沒有獲利意圖的字幕組工作者所啟動。廣大的網路下載者與視頻網站的閱聽人皆是此市場鎖定吸引的目標。有趣的是，此「非營利數位消費市場」是很動態的，不管是字幕組的工作人員或是下載的閱聽人都是此「市場」的一部份。字幕製作者的另一身分是線上閱聽人，而非字幕製作者的其他線上閱聽人，基本上也參與了此網路流通的 DIY 文化，包含自動的搜尋與下載或私底下 DVD 燒錄分享，有些甚至會積極地將影音檔案轉貼於各大網路論壇或視頻網站。這些下載者被收編至中國字幕組具利他性與網絡連結的發佈系統，成為共同合作者，一起攻佔不同的網站與論壇，擴充虛擬的領域版圖。

自從 2005 年 4 月，中國已經快速發展了視頻網站，新聞報導宣稱至 2006 年末為止，中國視頻網站已經發展超過 150 間視頻網站，很快地吸收了中文字幕檔案，以供線上點閱觀賞。責怪視頻網站資本主義式地利用剝削免費的中文字幕版本宣傳並非是一個確切的判斷，藉由視頻網站使得中文字幕可以更廣泛流傳，並未違背字幕組的願望。舉例來說，「豬豬日劇」與中國有名視頻網站之一的「優酷網」的線上觀看的視頻網路連結；而「日菁字幕組」則與另一專門蒐集不同日本流行影音與資訊的網站「日本流行社區」合作發佈。當然兩大字幕組的中文字幕版本不會只侷限於以上兩個視頻網站的轉貼播放，爭取機會曝光當然是一般字幕組的最高原則，而視頻網站可被視為擴大推廣字幕組版本流通的有利管道之一。

通常中文字幕版本於影音檔開始播放時會加上一些自我保護聲明，以「日菁字幕組」為例：「本字幕僅供試看，請於下載後二十四小時內刪除，請勿用於商用，一切後果負責。若喜愛本片，請支持購買正版。」以上的公開言論點出了，一方面，支持正版則是一種聰明友善的

口號，公告字幕組並無意搶奪正版商的商業市場，因為它們是非營利的。另一方面，它們意圖與以賺錢為目標的地下盜版 DVD 經濟切割與區分開來。中國字幕組一方面成為中國盜版 DVD 市場最大的敵手，因為其速度、品質與免費服務不是盜版 DVD 市場可以給予的。然而，另一方面，有些中國盜版商人卻直接挪用且複製字幕組的版本並販賣。

「品牌化」是中國字幕組打響名號的其中一種推銷策略—它們標榜免費服務，鼓吹有特色的翻譯品質與系統性的量產、快速等等。除此之外，它們也吸納了具備藝術美工專長的人才，對自身品牌進行 logo 與字幕特效的美學打造，以及於論壇公開自我宣傳，藉此形成某種品牌的個人化的生活風格，慢慢地潛移默化閱聽人對於字幕組所產生的品牌認同。然而，中國字幕組所缺乏的是資本主義社會所設置的版權的合法化的權力，其所代表的是品牌所建立的名譽威望，於資訊社會裡，網路的流動中，象徵資本的流傳與累積。

參、工作主體性與新自由主義工作倫理

製作字幕者（來自某歐洲動漫字幕組）：我們並非真的為了理想主義或其他原因而作字幕，純粹因為好玩有趣而作（Thefluff, 2009）。

西西（來自「豬豬日劇」的受訪者）：我覺得很多做 BT 論壇的人未必是普通的 fan，有的人會因為自己的作品被下載而獲得滿足感，已經超出對影片本身的熱情。……喜歡日劇的話你就看嘛，看就可以啦，可是我們自己製作的話，就是給自己找一種目標。

第一個引述來自於一個不具名的，來自歐洲的日本動畫字幕製作者於網路上公開其接受 ANN (animenewsnetwork.com) 的訪談記錄，雖然此訪談因故未被 ANN 刊登。² 第二個引述來自受訪者西西，她發現了從事迷字幕製作勞動的動機無法被解釋全然源自於迷情感的愛。「豬豬日劇」的兩位受訪者均承認巨大的成就感是鼓勵他們製作日劇的最大動力，使人振奮的報償來自於不斷創新高的下載率與閱聽人的擁護愛戴，想到中文字幕作品服務了中國內外數不盡的線上華人閱聽人，這讓他們感到驕傲。第一個來自歐洲的字幕製作者表示其製作字幕的態度是採取一種輕鬆好玩的態度來面對。比較於第二個引述來自中國的字幕製作者，製作字幕的動機上似乎有些不同。雖然不能就此認定中國字幕製作者沒有視字幕製作為有趣好玩的事，或是歐洲字幕製作者完全沒有受到成就感的影響，但是顯然的在程度上，以上例子顯現中國字幕工作者將製作字幕所產生的成就感與責任感視為最重要的事。

中國的中文字幕製作者清楚地意識到他們所作所為是一種勞動與工作。「日菁字幕組」的組長說：「字幕的每一分每一秒都是工作人員的心血，為大家無償提供。為了尊重原創者勞動，轉載請注明出處，謝合作。」（《麻辣論壇》，2009年8月8日）。受訪者雲起也表示，「作字幕畢竟是工作。」普遍說來，儘管他喜歡日劇，他仍是有自己私心喜愛的日劇，然而為了團隊和諧與合作之故，他時常接受整個組的協商與任務分配，無法製作自己最喜愛或是最熱門的日劇。

川酷子（「豬豬日劇」的一員）：什麼力量支持馬大（「豬豬日劇」的組長）做到今天？…不知道馬大是不是因為對日劇的喜愛？還是慣性就做了？

馬大：慣性。做到現在也不是我說放手就可以放手的。

以上的訪問來自豬豬論壇 2009 年新春電子雜誌專刊，由「豬豬日劇」的工作人員之一訪問「豬豬日劇」的馬大組長。「豬豬日劇」從 2004 年 9 月開始啓動，至今已經快五年了，橫跨了五年的時間，馬大組長從創立至今一直是「豬豬日劇」的中流砥柱，領導統籌整個字幕組的運作與方向。馬大組長的談話呼應上文提到其他日劇字幕組工作者對於製作字幕的勞動認同，也再次確認於字幕組工作並非僅僅是一種任意或是偶然的休閒娛樂。馬大組長提到，「豬豬樂園」（也就是「豬豬日劇」所屬的論壇），對他而言，就像「家」一般，散發親切與包容互助的溫暖，那也是加入成員立足，得以共同奮鬥付出勞力的地方。雖然驅使迷字幕工作者投入字幕組首先源自於他們對於日劇的喜愛，然而對於工作完成的承諾、工作責任心、滿足感、熱情、團體合作所累積的情誼、歸屬感，與成就意識，顯然已經超越了對於日劇純粹的愛。

我認爲，「新自由主義的工作倫理」的概念，可以更生動精確地捕捉到中國字幕組運作的過程——字幕組如何被動員與工作的認同如何被建構。新自由主義體現於一系列的思考、價值，與實踐，被內化於形塑主體性的過程，在此個人被召喚去服膺社會中，政府、教育體系、勞動市場、資本主義市場所努力維持的新自由主義秩序。新自由主義如何跟工作倫理形成關係呢？Paul du Gay 表示，「倫理」應該被視爲「個人瞭解與行動的手段與方法」（du Gay, 1996: 55）。資本主義市場裡的所實行的新自由主義，也就是雇主與員工認同自我管理式的「追求生產力、效率、競爭力」（Rose, 1990: 56）。

也許使用「新自由主義的工作倫理」，一個美國化的名詞來形容中國字幕組的工作狀態似乎會令人感到困惑。然而，新自由主義並非是西方國家，以及政治與經濟部門的特權。例如：著名的人類學者 Aihwa Ong 曾針對包含中國、馬來西亞與新加坡等亞洲國家所實施的新自由主

義政策跟跨國企業的共謀，包含外籍女傭、移民控制、科技菁英、高等教育等等政策提出批判。

假如，換言之，進階的新自由主義與提倡公民的「責任化」（“responsibilization”）之實踐的配置（the constellation of practices）有關，類似的邏輯也出現於消費的領域，閱聽人被邀請負起一些關於他們媒體消費的責任（Andrejevic, 2006: 34）。

以上引文來自美國學者 Mark Andrejevic 對於 TelevisionWithoutPity.com，一個歡迎網路電視迷提供相關美國電視劇的相關資訊與討論的熱門美國網站所作的研究，提出對於那些在網站大肆發言的閱聽人的觀察。Andrejevic 指出「消費者有一股迫切的衝動成爲不只是更有效率，甚至是更具有資訊掌控力與批判力的閱聽人」（Andrejevic, 2006: 35）。Andrejevic 的貢獻在於他指出了閱聽人的消費空間也充斥著新自由主義的能量。

另外，對於西方國家的實境電視節目研究，新自由主義亦是其中一個聚焦的議題，引起激烈的討論（Couldry, 2008; McCathy, 2007; Ouellette & Hay, 2008; McMurria, 2008）。大部分實境節目，徵召業餘的平民閱聽人參加各式各樣的競賽或是情境下的表演或如何存活等等，也就是成爲節目的一部份。這些研究提到很多實境電視內容或是其中作爲參與者的閱聽人皆採取新自由主義的途徑，強調自我負責、自我規訓、個人主義、團隊工作等，符合企業利益與被社會期待的好公民之理想的自我形象。英國學者 Nick Couldry 曾以英國聞名全國的實境節目【**老大哥**】（Big Brother）作爲案例，討論實境節目發明了某種的文化想像，「演出了新自由主義工作場所的動態：那裡是個充滿強制性的自我舞台展現、必備的團體合作，以及由無法被挑戰的規則或價值所中介

的無法挑戰的外在權威的地方。」(Couldry, 2008: 11) 類似於 Couldry 所提到的格式化的實境節目，展演了新自由主義的想法，我認為中國字幕組也在實踐新自由主義的工作倫理。許多學者於中國進行有關新自由主義發展的研究時，皆抗拒視新自由主義為放之四海皆準以及同質性高的安排 (Rofel, 2007; Zhang & Ong, 2008)。本研究則認為，儘管中國字幕組沒有新自由主義所代表的資本主義市場的商業企圖，它們依舊涉入了結合自我利益與公共利益，自我激勵與競爭式給予的混雜化的新自由主義工作風格。

以本研究的五大中國字幕組招募人才廣告為例，它們皆清楚表明，製作字幕以服務廣大閱聽人為主，屬於無償自願性質，無法以金錢回饋。責任感、貢獻、熱心、團隊合作、決心、毅力、能力表現、服務、耐心等等，皆是字幕組徵才廣告所列出其需求與推崇的人才所具備的標準工作認同。「警靈風軟」要求有興趣加入的工作者附上簡短的履歷表，回答以下問題，例如：目前正式的工作為何？是否有過製作字幕的經驗？是否有足夠的時間完成字幕組的任務？是否有良好的團隊合作精神？估計會待在字幕組多久的時間？（〈【招聘】FRM 字幕組誠招翻譯（請仔細閱讀須知及注意事項）〉，2006 年 8 月 5 日）相較於給付薪水的官方認定有經濟生產力的工作，字幕製作可能只被定義成「業餘」；然而仔細觀察字幕組招募所開出的工作條件，在某種程度上，其認真程度，並不輸給正職的要求。「警靈風軟」字幕組誠招翻譯的徵人啓示明確表示：「字幕組原則上不收取只有假期才有時間的人，因為假期基本上不是美劇的播出檔期，無法投入時間與精力的情況下，請勿報名。」（〈【招聘】FRM 字幕組誠招翻譯（請仔細閱讀須知及注意事項）〉，2006 年 8 月 5 日）此廣告確認了字幕製作應該被視為「專業與專心投入」的工作，而非「休閒業餘」才做的事。專業／業餘，工作

／休閒、生產／消費傳統意義上的界限似乎被模糊與挑戰了。

除此之外，語言／科技能力的表現，與是否能勝任於時間內完成工作，都是字幕組於徵才廣告上一再強調的部份。舉例說明，伊甸園的 YTET 字幕組徵人消息提到：「基本上以自選翻譯為主……一旦認領都必須在 3 日內完成，如果特別多可以延長 1 日左右。基本上速度是 400 句／日。」（〈[公告] 伊甸園 YTET 字幕組招募貼（報名翻譯請直接發論壇短信給 kenshin 報名）〉，2005 年 1 月 5 日）「警靈風軟」時間軸製作除要求一定的英文聽力基礎，還有要求「較快的網路下載速度，100k/s 以上，高帶寬更優」，以及「每月至少完成 80 分鐘的時間軸任務，請假除外」（〈【招聘】FRS 時間軸工作組火熱擴招〉，2008 年 4 月 4 日）。「警靈風軟」的壓制人員招募條件，則包含「線上時間平均每天 6 小時以上」，「帶寬要求：下載至少 200KB/S，上傳至少 200KB/S（與我們 FTP 實測速度）」，「40G 以上硬碟」，「一星期出片率至少保證六部以上」（〈風軟 FRM 電影壓制組招聘壓制人員〉，2007 年 5 月 29 日）。由此可知，字幕組試圖標準化與格式化工作的條件與效率，將每日／每月的工作量（翻譯句數、在線時數、影視產品的時間測量與工作分配的結合，以及影視產品以幾部為單位計算）以量化與鼓勵自我監督的方式來衡量與評估。除此之外，字幕工作者所具備的資訊科技設備也須被規格化，被要求達到字幕組所需的水準。換言之，想進入字幕組的應徵者，需要盡力展示自己為可被信賴、有效率的人才資本，這包含文化教育資本，如：翻譯能力／科技操作能力，甚至擁有科技資本（電腦硬體軟體品質），也是一種自我勞動力的附加價值（added value）——替字幕組維持／增進出產速度與效率的可炫耀式證明。以上所述顯現出，新自由主義式社會下所慣用的計算理性（calculable rationality）與自我治理（self-government）被納入自願的字幕

製作工作系統中。

除了之前所提對於影視產品的迷情感之外，改進與強化外國語言能力也是另一項讓他們投入製作字幕勞動的原因。替「警靈風軟」工作的丁承泰提到藉由製作美劇字幕使得他學習與增強英文能力，並獲得有關美國式生活與美國文化的知識。「豬豬日劇」與「日菁字幕組」兩個字幕組均於網上提供交流區，歡迎熟悉日文的好好對於字幕組所生產的中文字幕版本提出糾正或提出討論。此類網路知識社群的建立，製造了民主式與互動式的自我學習、相互學習與知識累積的空間。以上的例子告知，一方面，中國字幕組的工作主體被鼓勵發展新自由主義式的「創業家精神的心智」，注重自我訓練與自我成長，以及新自由主義的「個人主義」所強調的達成個人興趣／個人利益，同時可以服務別人。浸淫於外國影視節目，製作字幕的中國年輕人至少可以藉由非正式經濟領域的勞動，創造一個有別於強大的威權政治力現實，可以盡情自由表達／自由創作的空間。然而，中國字幕組大多不希望它們的組員同時替其他字幕組工作，此種強化社群歸屬感與工作忠誠度於工作倫理之中的現象，我認為這與不同字幕組之間形成的激烈競爭關係有關。

只要是熱門的外國影視產品，尤其以具有每星期具有連續播放時間性的電視節目為主，通常會有兩個以上具規模的字幕組，幾乎同一時間，製作不同版本的中文字幕版本，相互競爭。爭取速度、優良品質與數量為最高原則與目標。尤其是速度，更是引爆刺激字幕組之間競爭的主因，因為線上閱聽人追求速度。儘管字幕組的目的不在賺錢，但是卻願意為了贏得閱聽人而彼此競爭。受訪者雲起曾提及由於團隊合作的氣氛，以及與其他字幕組之間的競爭感，讓字幕組成員更有衝勁去快速達成任務。

雲起（來自「豬豬日劇」的受訪者）：有一種眾志成城的感覺，

其實事情就是這樣的，要有競爭才會進步，如果你今天沒有日菁這個組的話，我無所謂啊，我週一的戲週五發又怎麼樣，沒有人追，說真的，現在他們週二發的話，我們也要週一晚上發啊。

而這樣的競爭感其實可以追溯到從徵才公告開始，競爭者必須表現自己銳利的競爭性才能獲得字幕組的工作。LL，是某一美劇字幕組的組長，他「嚴格的保護其字幕組的名譽，…我們想做到如專業的團隊一般，於翻譯上沒有任何打字以及語言文法上的錯誤」（Chen, 2007）。

一方面，中國字幕組，符合與模仿新自由主義的現實，其中菁英式的秩序被建立，而自我狀態的充分利用與最大績效化也再次被要求與確認。另一方面，網路字幕文化提倡非盈利的自願奉獻似乎跟新自由主義下根據資本主義規則下所產生的殘酷的勞動剝削產生矛盾。網絡資訊經濟已經使得共同生產與分享成為普遍成為內在性的實踐，藉此展演與推動「競賽式的給予」（agonistic giving）、「互惠性的追求」（reciprocity-seeking），以及「利他主義」（altruism）與「夥伴關係」（companionship）（Benkler, 2006: 83）。此外，Hardt 與 Negri 亦表示「網路的合作生產了新的智識的、情感的，以及社會的關係的網絡連結」（2004: 336）。的確，藉由網路 DIY 文化的盛行，一種結合新自由主義工作倫理與非盈利的利他主義的特殊勞動新價值被創造出來——它挑戰了新自由主義的必備條件為資本主義商業目的。而利他主義的本質重點並非是激進性的，卻被染上競爭的色彩。中國字幕組之間的動態證實了勞動力競爭被切換到網路迷次文化的領域，並賦予新的意義，不再只是新自由主義與正式工作經濟的資本主義場景的特權。

儘管中國字幕組免費工作，它們大部分都建立了自己獨特的交換價值系統，發明與使用自己的虛擬單位來流通與累積，例如：「豬豬日劇」的工資計算為以豬耳朵來計算、「警靈風軟」以 FRM 來計算。跟

線上遊戲不一樣的是，這些虛擬單位無法轉換成真實世界的貨幣。真實世界薪水所獲得的金錢收入，在字幕組被轉換成象徵性的觀看的權力／近用資源，例如：曾在「人人影視」字幕組擔任過組長的「洋芋絲」提到，「只有進字幕組，才能得到一個 VIP 的國外伺服器下載帳號，可以無限制地下載觀看國外影視劇，能最快地看得到最新的影片。」（〈大陸神秘「字幕組」追著影集譯〉，2009 年 8 月 4 日）字幕組無可避免地有其菁英取向，其運作排除了缺乏具備語言／科技能力與無法逾期限內履行任務的人。儘管字幕組需求的菁英是翻譯與網路科技人才，最主要的還要對於外國影視娛樂消費有熱情，以及可以接受無薪水的免費勞動。

肆、結論：再審視中國字幕組、全球生產體系，與新自由主義的中國

十九歲的年輕人（替中國某日本漫畫漢化組工作）：即使我不做，後面還有一堆人排隊等著要進來。³

小旗先生（日劇【日本 OL】的主角之一，飾演中國人力外派公司的日本經理）：在中國，有成千上萬像小張這樣的人…孝順、努力、工作能力強、薪水卻只有日本 OL 的五分之一，一旦出現空缺，馬上有人來填補。⁴

剛從高中畢業，進入將日本漫畫翻譯成線上可供觀看讀數位版本的漢化組從事中文翻譯工作的十九歲中國年輕人，申請字幕工作時，感受到因為組內人才眾多所引發的某種壓迫性的競爭感。他的最大願望是想至日本研讀，期望將來有機會成為專業的動畫配音員。所以他雖然喜歡

看漫畫，但是進入漢化組最大的動機是藉由中文翻譯，自我訓練日文能力。他並未一開始就獲得漫畫漢化組的青睞，無法短期內對最紅最熱門的日本漫畫從事中文翻譯。⁵ 雖然日本漫畫漢化組不是本研究的鎖定目標，然而十九歲年輕人的說法再次確認了字幕組文化裡的強烈競爭氣氛。另外可以佐證中國字幕組的競爭感的是，以「警靈風軟」為例，它們目前有五百名字幕人員，在美劇高峰期，每周最多可以翻譯與發佈六十集美劇。⁶ 另一個引述則是借用「豬豬日劇」所製作的日劇【日本OL】的中文版本（2008）。此劇主要描繪兩位二十幾歲年輕女性於中國外包公司工作，被派到日本企業的總公司當實習生的故事。引述中的小張即是其中的一位來自中國的年輕女實習生。故事生動地捕捉中國年輕女性與日本白領階級之間發生的文化衝擊、誤解、衝突與協商，以及相互瞭解的過程。此劇也描繪了日本勞動工作市場對於崛起中強大的中國，所感受到的巨大威脅與焦慮。引述自【日本OL】的話，則顯現出日本經理如何觀察到中國密集人口的勞動力，較低價的工資以及大多數人具有勤勞努力與一定水準素質的特色，最重要的是，這樣的人才到處都是，不予匱乏。

將十九歲中國年輕人的話與日劇【日本OL】台詞的並置，意圖突顯自我凝視與來自他者（日本）凝視之間為何有著類似的觀點？這意味著什麼？替日本動漫字幕組工作的年輕人，與文化上想像中國的日本編劇，都投射出對於中國跨文化勞動主體的建構的兩個主要重點：「龐大人口所造成的中國勞動力競爭」，以及「目前中國於全球生產體系下所處的位置與其生產價值」。要理解以上的現象，中國必須被放置於後社會主義時期的氣氛——中國致力向上於現代化與經濟成長，以及長期以來成為全世界最大的製造工廠與人力外包營運中心。「中國的新自由主義是有關全球重新秩序化的一項國族方案的建造」（Rofel, 2007:

20)。如果【日本 OL】所察覺到的是新自由主義下，全球化經濟下日本企業於中國的外包生產機制如何無可避免地排擠日本勞動市場，所形成的跨國勞動力競爭，那我們又如何看待於中國字幕組彼此的競爭現象呢？

丁承泰（曾於「警靈風軟」工作）：我們字幕組設定了一個星期製作四十齣美劇的目標，基本上意味著所有由 FOX，ABC，CBS，與 NBC（美國有名電視網）都被涵括了……這也表示每當美國播送電視節目，我們就立刻進行翻譯。我們的速度超越中國其他的字幕組，而我們的目標是成為全世界最佳的美國電視節目翻譯服務中心。

以上的引述來自於紐約時報記者 Howard W. French 於 2006 年，對一位當時二十三歲、研究所畢業、於中國某大銀行擔任網路科技專家職務，而同時也替「警靈風軟」工作的丁承泰，進行訪問 (French, 2006)。我認為丁承泰代表著字幕組的菁英主義式的彈性工作主體的建構以及成為跨國文化交流的中介，從字幕組勞動到正式工作，於某個層次是可以被空間轉換的——他不只是字幕組英文能力頂尖的翻譯好手，亦是服務於金融界、有英文訓練背景的科技人才。帶著對於美國文化的些許仰慕，丁承泰明顯地認同中國字幕組所立足的位置，是作為美國流行文化帝國最忠實與認真的中文翻譯盟友／平台。同時，他的語氣也帶著驕傲，藉由未經授權的字幕製作，主動自發地自我延伸成為美國文化生產線的一部份，實現想更進一步親密接觸美國文化的渴望。字幕製作也算是中國製造，就像是自願的加工者—負責將中文字幕放入原有的影視產品當中。目前中國於全球市場上所扮演的重要角色——代工與承包商，讓人聯想到中國字幕組與中國製造業於全球生產體系上所佔據的位

階與功能雖不盡相同，但承擔了某部份類似的邏輯。換言之，不管是字幕組、製造商代工或是人力承包，都是全球跨國生產與消費的一環，而中國提供了人口眾多、有一定品質、有激烈競爭力與彈性的勞動力，一方面支持並擴展海外市場，但另一方面則在地化大多來自西方或是第一世界國家的原創產品的再生產與消費。

中國字幕組的文化，如丁承泰的發言所顯示的，應該放在一個中國與其他流行文化發展時間上更「先進」的國家之間，如：美國與日本等等，形成的不平等文化交換關係上來檢視。針對外國影視產品文化製作字幕是被想要超越中國本土，跟全球最流行的大都會時尚／娛樂文化進行全球性接觸的慾望所引發，其中尤其以美國與日本於流行文化與消費上扮演宰制性的角色，成為最想被模仿與慾望的對象。中國年輕的一代正勇敢大膽地體驗與表達他們「多元的渴望、希望、需求與熱情」，作為「慾望的主體」（the desiring subjects），藉此他們實驗性地與「從消費到工作以及性生活」等不同領域所衍生的新自由主義實踐打交道（Rofel, 2007: 4-5）。而此種於中國延燒的新自由主義慾望被轉換成充滿競爭性的、過度旺盛的活力，以致於此競爭力貫穿了從正式工作經濟，到生產與消費結合的需要免費勞動的網路經濟等等不同的勞動舞台。

王智明對於至美國職業籃球隊 NBA 發展，來自中國有名的籃球選手姚明的研究指出，姚明七呎六的身高再現了「『大』的景觀，符合了全球資本主義的需求，以及達成了中國的國族主義的慾望」（Wang, 2004: 264）。中國字幕組也展現了依據效率、品質、數量，工作努力程度、競爭、與團隊的規模等等而言，追求「大」陣仗的企圖心。接受紐約時報採訪的丁承泰，明顯地表現出其所服務的字幕組「警靈風軟」於發佈速度上，已經壓倒過別人的自信。不少中國字幕組皆將字幕作成

繁體中文字幕，讓習慣繁體中文的港台閱聽人受惠，輕鬆地浸淫在自己熟悉的語言情境之中，完全沒有感受到文字的隔閡。這其實聽起來不是很符合在地化的原則，因為大家都知道中國不管官方或民間皆是使用簡體中文。我問了受訪者雲起，為何「豬豬日劇」的下載完整版皆是以繁體中文字幕正式發佈。他表示，因為他們從小就學簡體字，看繁體字很容易；然而下載字幕的有不少是來自台灣、香港的閱聽人，他們願意服務這些不熟悉簡體字的閱聽人。對於語言的包容其實也對應於成為「大」國應有的理想形象，以及所投射的「大」國意識—慷慨大方、願意付出給予，進而體貼照顧港台閱聽人的需求。語言的整合容納亦是擴展中國字幕組版圖的其中一個好的方式，有利促進跨疆界的資訊／文化互動。

2008 年 7 月我將此文章的草稿，首度發表於韓國首爾延世大學的跨亞洲文化研究青年研習營。當時有位學者對於我對中國字幕組所採取的樂觀態度，持著不同的意見，他認為中國字幕組的活動，似乎不算是一種創意的實踐，因其基本上還是得依賴外國原創的影視機構的輸出才能存活。我很感謝他的發言對我的研究的啟發，讓我進一步去思考中國字幕組的生產邏輯。的確，正如全球跨國企業無法跟中國製造（Made in China）切割一樣，中國字幕組生產無法跟原創作品切割。中國確實一直在模仿與複製，但是這跟它於全球生產階層下所處的服務與服膺於全球跨國企業的加工位置有關。然而，落實於日常生活工作場景所實踐的模仿與複製，也導致了藉由模仿而再發明與在地化的生產／消費文化（Hu, 2008）。舉例來說，中國山寨機雖模仿美國 iPhone 等大品牌手機，仍自行置入一些有趣的創意，例如：有一款中國自製的手機名叫「香煙王手機 3838」，將手機製造成香煙盒模樣，手機內可放置香煙，所形成特殊的中國手機文化（〈香煙手機〉），2007 年 4 月 10

日)。中國字幕組雖然表面上只是翻譯加工，實際上它們也創造了自己的特殊字幕與 BT 論壇次文化，以及系統化的組織運作模式，成為免費服務全球線上華人閱聽人，超級強大的外國影視中文字幕製作與發佈團隊。創意這個概念不應該只是讓政府官方、資本市場、菁英的藝術階層，以及智慧財產權所宰制與定義。我認為現代化下的創意也許可以有更有彈性與開放式民主的另類文化／社會想像。創意對於中國而言，應該跟隨著中國的政治經濟歷史，以及其現代化的進程，以及全球生產階層下來理解。用另一個思考方向來看，具有模仿成份的創意也是一種吸取與累積國外新的知識／創意／流行文化／消費／科技的方式。中國已經長期處於一個替全球產業製造加工的情境劇本裡，以及受限於政府不願輕易放鬆的意識形態箝制狀態下，其中包含流行影視文化的控管。由此看來，中國製造的創意有其結構性的侷限，但是若就此被標籤為「缺乏創意」並非恰當。

中國字幕組文化，不單單只是一個全球化下網路 DIY 文化興起的結果，而部份原因來自於中國於全球現代性的階層下所佔據的位置，以及在消費現代性急起直追的階段下的產物。字幕組所實踐的新自由主義的工作倫理與目前崛起中國的歷史性情境有關——「龐大盈餘的勞動力、前途樂觀的國內本土市場」以及「自我期許進步向上的渴求」（Ross, 2006: 262-263）。「那逐漸成爲一種生活方式」，與「一種社會習慣」——印證於中國字幕組迷工作者，儘管從事的勞動並非由新自由主義式的資本主義所宰制，正體驗著如何藉由製作字幕，成爲業餘領域中的專業，與被激勵著去達成自我賦權與獲得認可（Ross, 2006: 262）。此外，他們轉化了對於再現於外國影視節目中的外國現代性的興趣與喜愛，成爲「生產的動力」，一方面爲文化翻譯與自我興趣而努力工作著，同時也體驗著跨國的文化交換與娛樂消費。中國字幕組仍繼

續進行的故事提醒我們：新自由主義下的跨國企業慾望著中國，同時中國年輕的一代，也以一種國族主義式的驕傲與自信，慾望成為新自由主義下最大績效化、有實力、有競爭力、有野心、有熱情與公眾服務熱誠的工作主體。

註釋

- 1 【越獄】（Prison Break），為美國 FOX 廣播公司所製作，2005 年 8 月首播至 2009 年 5 月停播，共製作了四季。
- 2 ANN（animenewsnetwork.com）是一個網站，專門報導日本動畫的消息與動態。
- 3 中國習慣將製作日本漫畫成為線上漫畫觀賞的組織，稱作漢化組。畢竟漫畫書的中文翻譯，跟字幕的形式不盡相同。
- 4 【日本 OL】由日本電視 NTV 製播，中園美保編劇，2008 年 10 月首播。
- 5 此訪問發生於 2009 年 3 月，藉由 MSN 進行訪談。
- 6 同註釋 3，詳見註釋 3。

參考書目

- 《YYeTs 人人影視的博客》（2009 年 5 月 31 日）。〈中國字幕組以及 YYeTs 字幕組的歷史簡介〉，上網日期：2009 年 7 月 28 日，取自 http://blog.sina.com.cn/s/blog_57036da80100d9gr.html
- 〈BT@China 聯盟〉（2009 年 7 月 15 日），上網日期：2009 年 7 月 15 日，取自 <http://www.btchina.net/>
- 《維基百科》（2009 年 6 月 26 日）。〈八零後〉，上網日期：2009 年 8 月 4 日，取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%85%AB%E9%9B%B6%E5%BE%8C>
- 〈人人影視論壇三周年〉（2009 年 5 月 31 日）。《YYeTs 人人影視的博客》上網日期：2009 年 7 月 23 日，取自 http://blog.sina.com.cn/s/blog_57036da80100d9ht.html~type=v5_one&label=rela_nextarticle
- 《人人影視》（2009 年 8 月 8 日）。上網日期：2009 年 8 月 1 日，取自

- <http://yyets.net/>
- 〈三聯生活週刊：【越獄】的中國隱秘流行〉（2007年1月26日）。《大紀元》，上網日期：2009年7月13日，取自 <http://www.epochtimes.com/b5/7/1/16/n1591558.htm>
- 《麻辣論壇》（2009年8月8日）。上網日期：2009年7月20日，取自 <http://www.mytvbt.com/forum-24-1.html>
- 〈【招聘】FRM 字幕組誠招翻譯（請仔細閱讀須知及注意事項）〉（2006年8月5日）。上網日期：2009年8月8日，取自 <http://www.1000fr.com/viewthread.php?tid=101926>
- 〈[公告] 伊甸園 YTET 字幕組招募貼（報名翻譯請直接發論壇短信給 kenshin 報名）〉（2005年1月5日）。《伊甸園》，上網日期：2009年8月8日，取自 <http://bbs.sfileydy.com/viewthread.php?tid=225&extra=page%3D1&tid=225&extra=page%3D1>
- 〈【招聘】FRS 時間軸工作組火熱擴招〉（2008年4月4日）。上網日期：2009年8月8日，取自 <http://www.1000fr.com/thread-186284-1-1.html>
- 〈風軟 FRM 電影壓制組招聘壓制人員〉（2007年5月29日）。上網日期：2009年8月8日，取自 <http://www.1000fr.com/thread-226295-1-1.html>
- 〈大陸神秘「字幕組」追著影集譯〉（2009年8月4日）。《聯合新聞網》，上網日期：2009年8月8日，取自 http://mag.udn.com/mag/world/storypage.jsp?f_MAIN_ID=409&f_SUB_ID=3960&f_ART_ID=206659
- 〈香煙手機〉（2007年4月10日）。《yam 天空部落》，上網日期：2009年8月8日，取自 <http://blog.yam.com/ibench/article/8982940>
- 王紅亮（2005年11月22日）。〈陳乃明案件過程〉。上網日期：2009年7月20日，取自 <http://net.chinabyte.com/494/2203994.shtml>
- 何雪華（2005年11月12日）。〈廣州首破 BT 下載傳黃大案 關閉色情網站 19 個〉。上網日期：2009年7月13日，取自 <http://tech.sina.com.cn/i/2005-11-12/1227764172.shtml>
- 張玉洪（2009年4月3日）。〈廣電總局舊規重提引話題 禁止網絡下載美劇有難度〉。上網日期：2009年7月13日，取自 <http://media.people.com.cn/BIG5/9073892.html>
- 張露（2006年11月11日）。〈打擊網路盜版行動開始：P2P 電影下載站命運堪憂〉。上網日期：2009年7月23日，取自 <http://www.ppcn.net/n3434c1.aspx>
- 陳佳鑫（2005年12月17日）。〈全球第二例 我首宗 BT 侵權案〉，上網日期：2009年7月20日，取自 <http://vbb.twftp.org/showthread.php?t=7542>
- Xu, J. (2006年9月5日)。〈豬豬字幕組製作一集日劇所有的流程〉。上網日期：2009年7月30日，取自 <http://bbs.btptg.com/viewthread.php?tid=600282&>

- extra=page%3D1
- Andrejevic, M. (2004). The webcam subculture and the digital enclosure. In N. Couldry & A. McCarthy (Eds.), *MediaSpace: Place, scale and culture in a media age* (pp. 193-208). London: Routledge.
- Andrejevic, M. (2006). Watching television without pity: The productivity of online fans. *New Media & Television*, 9(1), 24-46.
- Barra, L. (2009). The mediation is the message: Italian regionalization of US TV series as co-creational work. *International Journal of Cultural Studies*, 12(5), 509-525.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. New Haven and London: Yale University Press.
- Bratich, J. Z. (2006). Nothing is left alone for too long: Reality programming and control society subjects. *Journal of Communication Inquiry*, 30(1), 65-83.
- Chen, Q. (2007, April 17). The fast-draw translation of language geniuses. Retrieved July 22, 2009, from http://www.danwei.org/film/fastpaced_lives_of_film_subtit.php
- Couldry, N. (2008). Reality TV, or the secret theater of neoliberalism. *The Review of Education, Pedagogy and Cultural Studies*, 30, 3-13.
- du Gay, P. (1996). *Consumption and identity at work*. London: Sage.
- French, H. W. (2006, August 9). Chinese tech buffs slake thirst for U.S. TV shows. Retrieved July 23, 2009, from <http://www.nytimes.com/2006/08/09/world/asia/09china.html>
- Hardt, M. (1999). Affective labor. *Boundary 2*, 26(2), 89-100.
- Hardt, M., & Negri, A. (2004). *Multitude: War and democracy in the age of empire*. New York: The Penguin Press.
- Hu, K. (2008). Made in China: the cultural logic of OEMs and the manufacture of low-cost technology. *Inter-Asia Cultural Studies*, 9(1), 27-46.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. New York: New York University Press.
- Keane, M. (2007). *Created in China: The great new leap forward*. London and New York: Routledge.
- Lazzarato, M. (2006). Immaterial labor. In P. Virno & M. Hardt (Eds.), *Radical thought in Italy: A potential politics* (pp. 133-147). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Leonard, S. (2005). Progress against the law: Anime and fandom, with the key to the globalization of culture. *International Journal of Cultural Studies*, 8(3), 281-305.
- Liu, K. (2004). *Globalization and cultural trends in China*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Macleod, C. (2008, April 20). China vaults past USA in internet users. Retrieved May 10, 2009, from http://www.usatoday.com/tech/world/2008-04-20-Internetusers_N.htm
- McCarthy, A. (2007). Reality television: A neoliberal theater of suffering. *Social Text*,

25,17-42.

- McMurria, J. (2008). Desperate citizens and good Samaritans: Neoliberalism and makeover reality TV. *Television & New Media*, 9(4), 305-332.
- Ong, A. (2006). *Neoliberalism as exception: Mutations in citizenship and sovereignty*. Durham and London: Duke University Press.
- Ouellette, L., & Hay, J. (2008). *Better living through Reality TV: Television and post-welfare citizenship*. Blackwell Publishing.
- Rofel, L. (2007). *Desiring China: Experiments in neoliberalism, sexuality, and public culture*. Durham and London: Duke University.
- Rose, N.(1990). *Governing the soul: the shaping of the private self*. London: Routledge.
- Ross, A. (2006). *Fast boat to China: Corporate flight and the consequences of free trade lessons from Shanghai*. New York: Pantheon Books.
- Spigel, L. (2005). Designing the smart home: Posthuman domesticity and conspicuous production. *European journal of Cultural Studies*, 8(4), 403-426.
- Terranova, T. (2004). *Network culture: Politics for the information Age*. Pluto Press.
- Thefluff (2009, May 31). Unpublished ANN interview with a fansubber (me). *Funimation and Aniplex*. Retrieved August 3, 2009, from <http://www.mod16.org/hurfdurf/?p=44>
- Wang, C. M. (2004). Capitalizing the big man: Yao Ming, Asian America, and the China Global. *Inter-Asia Cultural Studies*, 5(2), 263-278.
- Wise, J. M. (2002). Mapping the culture of control: Seeing through the Truman Show. *Television & New Media*, 3(1), 29-47.
- Zhang, L., & Ong, A. (2008). *Privitizing China: Socialism from Afar*. Ithaca and London: Cornell University.

附錄

中國字幕組數目統計：共 84 組

資料來源：BT@CHINA (<http://www.btchina.net>)

統計期間：2009/05/01-2009/06/01

類型	字幕組名稱	統計組數	備註
外語電影（除了 13 翻譯泰國電影之外，其餘皆是翻譯英語電影）	1. 伊甸園字幕組（YTET） 2. DRM（DRM） 3. 飛鳥影視 BT 組 4. YYeTs 人人影視 5. 聖城家園 BT 組 6. 龍族聯盟論壇 7. BT 神話論壇 8. CHD 聯盟 9. 中國影視論壇 10. 悠悠鳥 BT 組 11. 沒有水的魚 12. 66 影視 BT 小組 13. Anne Thongprasom 中文網 14. BTMYPP 15. 3e 帝國 16. 第六感 17. FRM 小組（警靈風軟） 18. CNXP 共享組 19. 清馨小院 20. 龍網 BT 組（killman.net） 21. 豬豬樂園 BTPIG 英譯組	21	
美劇	1. 伊甸園字幕組（YTET） 2. FRM 小組（警靈風軟） 3. YYeTs 人人影視	12	

類型	字幕組名稱	統計組數	備註
	<ol style="list-style-type: none"> 4. 飛鳥影視 BT 組 5. 破爛熊製作組 6. 第六感 7. 聖城家園 BT 組 8. 3e 帝國 9. 悠悠鳥 BT 組 10. S-Files 字幕組 11. CNXP 共享組 12. 豬豬樂園 BTPIG 英譯組 		
日劇	<ol style="list-style-type: none"> 1. 豬豬日劇 2. YYCAF 3. 日菁字幕組 (TVBT) 4. PPX 字幕組推理番組 5. PPX 字幕組歷史番組 6. 幻櫻砂之團 (SCST) 	6	
韓劇	<ol style="list-style-type: none"> 1. 陽光影視 (sunnyys) 2. 玩玩影院字幕組 3. TSKS 原創翻譯 (TSKS) 4. 豬豬樂園韓劇 5. 韓國文化地帶 6. 笨笨熊字幕組 (ppxtv) 7. 天使 TSKS 韓劇組 (TSKS) 8. 清馨小院 	8	
日韓綜藝	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熱病 81°C 2. BEST 3. ICFINKL 4. SNSDCHINA 5. 首發影視 6. 永愛神話 7. 抽風字幕組 	7	由藝人的 fans 組成

類型	字幕組名稱	統計組數	備註
泰劇	1. KirtCN 字幕組 2. KA 字幕組 3. 笨笨熊字幕組 (ppxtv)	3	由藝人的 fans 組成
日本動畫	1. 漫遊 FREEWIND 工作室 2. 華盟字幕社 3. 豬豬字幕組 4. DmzJ 字幕組 5. 動漫先鋒字幕組 6. 元古 I.G 部落 7. 幻櫻字幕組 8. 惡魔島字幕組 9. Dymy 字幕組 10. HKG 字幕組 11. 學院字幕組 12. 澄空學園 13. HKG.裡.字幕組 14. 伊妹兒字幕組 15. PPX 字幕組 16. 神奇字幕組 17. 光榮字幕組 18. 極影字幕組 19. YYK 字幕組 20. APTX4869 字幕組 21. 天蠍字幕組 22. SOSG 字幕團 23. 翼の堂字幕組 24. WLGO 字幕組 25. SGS 字幕組 26. C2Cclub 字幕組 27. Pmskys 字幕組	27	

Chinese Subtitle Groups and the Neoliberal Work Ethic

Kelly Hu*

ABSTRACT

This article explore the ways in which Chinese online subtitle activities construct multi-layered cultural geography, converge the transnational flows of images, activate the transformation of technological forms of life (from living room TV to computer with the Internet access), and collect online Chinese fan groups to plug into the unauthorized information technology, and be engaged with affective/immaterial/free labor.

This study found that the techniques of competition and performance, self-training and self-enhancement, self-interest and self-benefit, calculable rationality and self-government in neoliberal society are skillfully incorporated into the work ethic of Chinese subtitle groups. Through the combination between the neoliberal work ethic and non-commercial altruism, a new specific kind of labor value is invented, which challenges capitalist commercial purpose is a necessary condition for neoliberalism. Finally, this research proposes that the fansub cultural phenomenon should be contextually comprehended through the lens of ‘the labor competition due to China’s huge population’ and ‘China’s positioning and production value in a

* Kelly Hu is an associate professor in the Graduate Institute of Mass Communication at National Taiwan Normal University.

global production system. The neoliberal competition among Chinese subtitle groups are intimately associated with the rise of China in a global market, which triggers the nationalist thirst for progress and the desires to keep updated with globalized fashionable consumption and modernity.

Keywords: Chinese subtitle groups, neoliberal work ethic, information economy, immaterial labor, free labor, global production system