

接受美学视域下的网络字幕组文化初探

张家荣

(湖南大学文学院, 湖南省长沙市, 410082)

摘要: 网络字幕组文化从上世纪 80 年代小众的日漫圈“出圈”后, 发展至今天如雨后春笋般批量崛起并且规模渐成。从产生到发展再到如今兴盛, 扛起文化交流大使这面大旗的网络字幕组也经历了一系列转变。网络字幕组成为一种风靡网络的文化现象, 与大数据时代的互联网的发展和新媒体传播以及受众改变了的期待视野变化密切相关。

关键词: 接受美学; 网络; 字幕组

中图分类号: I0 **文献标识码:** A

美剧美剧天天刷, 韩综日漫抢先看, 新媒体时代的网民种子在手, 资源我有。中国的字幕组可以说得上是全世界最强大的民间翻译力量, 在海外本土刚刚更新的韩剧、美剧, 短短两个小时就有同步字幕翻译在国内网站新鲜出炉。二十一世纪网络字幕组从上世纪 80 年代小众的日漫圈“出圈”后, 如雨后春笋般批量崛起并且规模渐成。“白嫖”多年的我们有没有想过“伊甸园”“破烂熊”“凤凰天使”这些网络大 V 字幕组是如何将生肉煮熟端到我们面前的? 近年风生水起的网络字幕组是为何在国内占据如此庞大的市场? 本文尝试从接受美学的整体视域出发, 考察不同阶段的接受者对网络字幕组的不同理解与评价, 即大数据时代的新媒体传播以及受众改变了的期待视野角度切入探讨网络字幕组风靡现象, 并在此基础上探索接受者是怎样对字幕组文化产生影响的。

字幕组是指将海外影音资料配上本国语言字幕, 并无偿发表于国内资源分享网站上的的爱好者团体, 网络字幕组是一种诞生于互联网时代的新事物, 属于一种不以盈利为目的的民间自发的个人团体组织。字幕组的英文是 Fansub group, 其中 Fansub 是 Fan-subtitle 的缩写, 由此也可以窥见字幕组文化衍生自“fans”文化的起源。

外文资料网站 science 中并无关于 fansub group 文化相关的研究, 在武汉大学孙黎博士的论文《中国网络字幕组文化研究——基于青年亚文化的视角》中有关于国外关于字幕组研究的简单提及, 因而在这里做一个简单的转述。国外对于字幕组文化主要集中在以下三方面: 第一, 对字幕组本身形态结构、工作流程进行考察。第二, 探讨民间字幕制作传播行为的影响和意义。第三, 关于字幕组, 主要集中在字幕组互联网文件分享的合法性问题及其背后的版权纠纷。在我国国内对字幕组文化研究也始于近二十年, 截止 2019 年年底, 知网中关于“字幕组”的 500 多篇论文中, 大多涉及字幕组翻译研究、字幕组工作机制以及“字幕组已然成为影视盗版产业链上的重要一环”等法律规范问题, 其中也有一些关于字幕组粉

丝迷群文化与跨国文化的解读。

选择网络字幕组文化作为研究课题,一方面因为笔者有着为期半年的韩语翻译字幕组工作经历,对网络字幕组这一群体的组织方式和工作机制有一定的了解,是网络字幕组文化大洪流中切实参与的接受者一员;另一方面则是基于从接受美学视域探讨相关为提的论文为数不多,笔者尝试运用此方面进行解读希望能为网络字幕文化研究提供一定的思路。

一、网络字幕组不同阶段的接受

网络字幕组能以如今之态融入我们的生活,是互联网开放性条件下普及的“共享式”交流以及此种交流方式下大众审美期待视野的改变为网络字幕组文化的接受准备了主观的需要和可能,这种文化现象在思想上的潜藏含义并不总是能为人们所认识,只有当接受者的生活与审美期待视野以及“文化的进化”随着时代的变迁达到一定高度时,这种潜能才会逐渐被发掘出来。

1. 网络字幕组的组织方式和运行机制

网络字幕组是爱好者自发形成的不以盈利为目的民间团体组织,由于其传播方式主要依靠互联网,因而成员多为互联网时代成长起来的20代、30代具有本科及以上学历的大学生、研究生、白领、甚至是专业的翻译人员,他们具有相当程度的外语水平、较方便的上网设备和相对充足的上网时间以及“为爱发电”的无偿奉献精神。

网络字幕组根据语种的不同主要分为英语字幕组、日语字幕组、韩语字幕组、泰语字幕组以及其他语种字幕组,根据翻译题材的不同也分为电影翻译、电视剧翻译、综艺节目翻译、纪录片翻译等。

所有网络字幕组内部主要分为资源组、翻译组、打轴组、微管组、美工组等部门,一部完整的字幕资源主要经过如下流程(根据笔者个人网络字幕组经历总结,不同网络字幕组可能略有不同,但基本无太大出入):

资源组在海外或者利用VPN翻墙软件录制或者下载“生肉”视频



翻译组组长将一个较长的视频分工给组员进行听译,每人翻译几分钟形成文档(校对可同时进行),文档一行字数控制在25字以内(屏幕一句话可容纳的字数),避免打轴组进行二

次编辑,为打轴节省时间



打轴组内部进行分工利用 Aegisub 等打轴软件进行打轴，将校对好的文档直接嵌入视频，并置入参与人员滚轴或直接置入字幕组名称（此手段意在防伪，以防不注明出处的二次传播及盈利性的商业用途），其后将视频用小丸工具箱等压制软件压制成方便传播的格式



微管组将压制好的字幕视频上传至资源共享的网络平台以供爱好者自由免费下载（例如 Bilibili、微博、百度网盘等各大网络平台）



美工组在字幕组账号或论坛对即将译制的视频内容以宣传海报制作或其他宣传形式预热宣传（此步骤相对灵活）

2. 大数据时代下开放的交流文化

字幕组文化诞生之初就是以互联网的出现和普及作为技术支撑的。上世纪 90 年代以来，随着互联网与多媒体技术的发展，尤其是宽带技术和数字媒体的应用，视频渐渐发展为人们获取信息的主要来源之一。再加之，1978 年改革开放后，我国对外交流深入发展，在此环境下应运而生的“译制片”逐渐走入大众视野，相对于翻译的文学作品，以其新颖便利的生动形式吸引了更为广泛的受众，产生了广泛的社会影响。上世纪 90 年代世界上诞生了第一台智能手机，然而中国当时的经济水平不足以让其进入市场，虽然 15 年间中国市场也有智能手机的痕迹但并不普及，直到 2007 年第一代 iPhone 诞生，智能手机才逐渐真正进入中国市场。其后随着互联网技术、数字技术和半导体业的迅速发展，智能手机迅速普及开来，它拥有无线接入互联网的能力，即可以支持 GSM 网络的 GPRS 或者 CDMA 网络的 CDMA1X 或 3G（WCDMA、CDMA-2000、TD-CDMA）及 4G（HSPA+、FDD-LTE、TDD-LTE）网络，甚至最新一代的 5G，智能手机强大的核心处理器（CPU）和系统容量使智能手机的功能得到无限拓展的同时体积逐渐缩小，各大网络社交平台兴起，为人们随时随地“看世界”、“共享资源”提供强有力的支持。

美国国家研究委员会（NRC）在其所编辑的《理解信息的未来——互联网及其他》中指出：“网络的‘开放性’，是指它“可以进行各种类型的信息服务，（这些信息）可以来自各种类型的提供者，可以给各种类型的用户使用，可以经过各种类型的网络服务机构，而且，这种连接是没有障碍的”¹。以传播者为中心进行的单向度传播体系在网络虚拟空间的开放

¹ 郭良.网络创世纪=从阿帕网到互联网[M].北京：中国人民大学出版社，1998:170.

体系下土崩瓦解，取而代之的是一个不同传播方式的界限逐渐模糊的多向度体系——大量的信息可以以虚拟数字的形式瞬间辐射，传播者可以成为接受者，接受者也可以成为新的传播者，交织成一个复杂的多向传播网。中国观众可以通过 BT、电驴、Ftp 等 p2p 软件，在网络上下载第一时间同步更新的中文字资源，甚至某韩剧播放平台可以完成同步直播中字更新，速度之惊人可见一斑。

3. 大众审美期待视野的改变

正如接受美学创始人之一姚斯的“期待视野”所指，接受者存在一种期待视野，这种期待视野是接受者在历时性与共识性作用下凝聚于接受者思想的体现，接受者面对出现的事物会出现两种情况，即新事物完全在接受者期待视野之内，期待视野未发生改变；新事物超出接受者的期待视野，接受者在于新事物交流的过程中，期待视野扩大，当然这一过程中不可否认的是，接受者对超出期待视野的新事物的接受需要经历一个复杂的心理历程。网络文化字幕组文化的接受历程也体现了接受者期待视野改变的过程。

随着改革开放的推进，二十世纪 80 年代起，我国引进和翻译播放了一些早期海外电影、电视剧以及日本动漫，这些“译制片”以专业的制片厂、官方电视台机构为主导，重新进行中文配音完成。接受者在承载着海外文化的“译制片”这一新事物的濡染之下，视野得到融合更新，因而期待视野也随之扩展，这也难怪新兴的日本动漫会风靡全国。然而由于这些“译制片”周期长、成本高、配音阵容单一等问题，当时的接受者普遍存在误差，就比如，固定配音演员的单一使用导致当时人眼中的外国强调就是配音演员配音时所使用的腔调。随着对外交流的逐渐深入和技术的逐渐成熟，这种当时接受者普遍存在误解才渐渐消解。90 年代由于国内对境外剧管理法规连年出台，一些官方电视台的海外进片权也受到约束，外片引进日渐式微，接受者对海外“视频”资源的获取也从相对被动的接受状态发展为主动寻求之势。最早兴起于日本动漫领域的网络字幕组文化就是主动寻求的成果。

步入二十一世纪，日漫在中国发展日盛，甚至产生了“日漫迷”这一喜爱日漫、对日漫有着庞大需求的粉丝群体，他们以爱好作为支柱自发组成了动漫网站和论坛，以便实时交流心得。然而在盗版日漫趁机猖獗以及中国官方出于对国产动画产业的保护而减少正版引进、官方制作的汉化版日漫的情况下，日漫爱好者的需求得不到满足。一方面，缺少了官方的日漫资源，国内的日漫粉丝没有途径获取资源，而且即使有资源，大多粉丝也尚未达到看懂“生肉”的程度。另一方面，本土的国内动漫制作水平及内容相对落后单一，无法满足经过新事

物——“日漫”扩展的广大日漫爱好者的“期待视野”。2002年前后，伴随BT软件及P2P技术的发展，国外影视剧在国内的传播载体完成了从DVD向互联网文件的转变，于是一些熟练掌握日语的日漫爱好者便主动扛起制作带有本国字幕的日本动画片的大旗，从资源下载到翻译、打轴、压制、上传分享都是以单打独斗形式开始的。后来在互联网与论坛的壮大之下，早期字幕组成立专门交流、制作、发布海外影音作品的论坛，并开始招募翻译人员，组建分工合作进行翻译的字幕组，极大提高了翻译效率。当时国内最早的三个动漫译制组论坛分别是“漫游酷论坛”、“动漫花园”、“漫迷”。此外，美日韩剧集洗礼下的受众也呈现了相同的发展趋势，出现了专门的日剧、韩剧和美剧的论坛和字幕组。然而此时的字幕组虽然雏形初具，内部运作规模仍不够完善，受众范围也比较局限。

2005年到2010年时网络字幕组文化急剧成长发展的阶段。2005年末，《越狱》的出现带来了中国观众收视视野的开放与收视心态的改变，它以紧张刺激的情节、精良的制丰富了长期审美疲劳的中国观众。通过“BT下载”在中国掀起了前所未有的高潮，接受者在网络“BT”风暴中期待视野再次实现转变，快速高效免费的资源传播抓住了受众的心，网民自由上传、自由交流成为主流，其势不可挡的活跃程度甚至远远超过官方中央电视台专门播出的海外剧集。民间网络渠道的热风下，风软、伊甸园、破烂熊、人人等字幕组浮出水面，一时间引来国内外媒体的大量报道并引发了强烈关注，2006年《三联生活周刊》称此为：“这个时代媒体剧变的迹象”。在这之后，各类型网络字幕组招兵买马，大量崛起，并且在不断成长中渐渐形成了自己的规模，海外剧迷在大量涌现的网络字幕组侵袭之下，主动向着更优质的字幕组靠拢，优胜劣汰的市场原则使得网络字幕组经历了大洗牌，翻译质量较高、速度较快的网络字幕组吸引了大量粉丝追捧，甚至构建了自己的品牌特色，成为广大接受者普遍认可的金牌权威字幕组。美剧字幕组“伊甸园”“破烂熊”；韩剧字幕组“凤凰天使”“幻想乐园”；日剧字幕组“诸神字幕组”“宵夜”“人人字幕组”等网络字幕组是其中的典型代表。

2008年年初，广电总局下发通知称：“从2008年1月31日起，所有在网上提供视频服务的公司，都必须取得《信息网络传播视听节目许可证》，同时必须是国有独资或者被国资控股的公司。”2009年9月，《广电总局关于互联网视听节目服务许可证管理有关问题的通知》又重申了互联网视听节目服务网站须持证运营的相关规定。同年12月，在广电总局新一轮严查互联网视听许可证的风暴中，包括日均访问量25万的“BT中国联盟”在内的多家知名BT网站因为“无证上岗”而纷纷落马，此事经过媒体报道后，引发了很多网友的关注。网易科技发起了一项网络调查显示，15个小时之内，有13936名网友参与调查，其

中 13338 名网友反对封杀“BT 中国联盟”等 BT 下载搜索网站，占总票数的 95.7%。

获取海外资源网站被封杀之后，受众也开始寻找新的资源获取渠道。在受众如此庞大的需求之下，一部分依靠视听网站提供片源的字幕组也逐渐转为地下传播或者转型选择与国内版权授权的视频网站合作，甚至于一些龙头字幕组会直接拿到海外视频的授权。

然而，值得注意的是，国内通过海外授权并且拿到授权的视频资源毕竟只是少部分，而这少部分官方授权版在层层翻译审核中变成删减的“阉割版”。此外，还存在大量由于政策原因或者受众较小等各方面无法引进的海外视频资源，而国内观众每天在国内外海量世界信息的洗礼下，内容局限、制作不佳等各种国内视频资源以及“阉割版”官方译制内容无法满足他们已经提升了的“期待视野”，因而去深挖海外各种满足自身需求的视频资源，这也是至今还有大批字幕组继续存在于互联网的原因。虽然它们中绝大部分字幕组由于并未取得海外原视频授权而游走在字幕制作和盗版影视资源下载的灰色地带，但由于没有强力的法律政策和相关部门的打击，依旧不影响接受者打着“擦边球”在法律边缘的试探。

二、接受者对网络字幕组文化的反作用

网络字幕组文化的受众从发展之初的受众就集中在活跃于网络世界的年轻一代，由于网络字幕组基本不以盈利为目的，字幕组翻译成员都是基于共同爱好海外视频的粉丝群体，因而网络字幕组是受众参与性极强并且进行再创作的民间组织，形成了接受者向传播者转型又传递给接受者的无限循环圈。在以往官方话语为主导的场域中，文化产品受到重重把关，而这些由非官方的个人或组织翻译的作品，有相对的翻译自由，因而译制内容嵌入引发接受者共鸣的网络语言、中国语境和对社会事件的态度等。他们利用相对自由的互联网环境和新媒介技术获取主导媒介文化控制手段之外的信息，从而构建起一种新兴的话语空间，这些新文化类型逐渐从小众圈子文化、缘趣群体特性向更广泛的群体渗透。

此外，接受者在接受的同时也起着文化监督的作用，可以在实时弹幕、评论等交流的场域进行讨论、反馈，从而督促字幕组对翻译内容或者立场、用词进行更为准确的修改。例如，韩剧、韩综将“台湾”单列，经过观众反映之后，字幕组在进行翻译时用“中国台湾”进行处理，这一点也在韩翻译圈中达成共识，一律按照“中国台湾”翻译。对于没有本国字幕的小众视频资料，接受者也可以通过留言等方式反馈，网络字幕组在收到反馈信息后会根据具体情况进行视频的译制和搬运。

三、结语

二十一世纪兴起的如火如荼的网络字幕组文化承担着文化交流沟通桥梁的角色，和火遍

外网道德修仙小说一样，网络字幕组除了海外视频的引进，网络字幕组已经从单向引入发展成内容输出，例如肖战、王一博的肖博字幕组，他们将国内影视翻译成泰语、俄语等内容传播到世界各地。

作为民间译制力量而存在的网络字幕组在为受众提供了便利的同时也衍生出了许多尚待完善的问题，其中最显著的是监管的缺失和版权纠纷。这也使字幕组这个群体一直游走在政策的灰色地带，虽然字幕组会在片头标明“仅供学习交流，禁止用于任何商业盈利行为，请于 24 小时内删除”的字眼，但是实际上仍会广泛传播，在国内没有总代理的情况下可以翻译，一旦国内有授权，网络字幕组为避免侵权只能下架该内容。在网络字幕组发挥越来越重要作用的当下，没有法律保护的网络字幕组处境艰难，所以需要有关部门出台相关政策规范其行为，对其加以保护及管理。

参考文献

- [1] “幕”后英雄：互联网字幕组的新变化[N]. 陈一, 严洁蕾. 中国青年报. 2014. 10. 13 (002)
- [2] 王楠. 从“玩家”到“专家”：跨文化语境下字幕组的历史溯源与传播实践[J]. 电影评介. 2018. 18. 004
- [3] 盛佳丽. 网络字幕组的发展——网络资源共享新形势[J]. 科教文汇. 2008. 03(上旬刊)
- [4] 张晏毓, 谭慧. 新媒体环境下中国网络字幕组初探[J]. 探究与探讨. 2017. 07. 003
- [5] 孙黎. 中国网络字幕组文化研究——基于青年亚文化视角[D]. 武汉大学. 2014. 9
- [6] 曹晋, 张楠华. 新媒体、知识劳工与弹性的兴趣劳工——以字幕组工作为例[J]. 新闻与传播研究. 2015. 05
- [7] 刘小枫. 接受美学译文集[M]. 北京: 三联书店. 1989. 1
- [8] 姚斯, 霍拉勃. 周宁, 金元浦译. 接受美学与接受理论[M]. 辽宁人民出版社. 1987. 09. 01
- [9] 蒋文龙. 接受美学视角下粉丝字幕组翻译的创造性叛逆行为研究[D]. 华侨大学. 2019. 5. 30
- [10] 陈国战. 跨文化传播中的韩流现象[J]. 文艺理论与批评. 2015. 02. 026

On the Network subtitle group culture from the perspective of Reception aesthetics

Zhang Jiarong

(the College of Chinese Language and Literature, Hunan University, Changsha / Hunan, 410082)

Abstract: The network subtitle group culture has developed from a small number of Japanese cartoon circles in the 1980s to today's mushrooming mass rise and scale gradually. From its emergence to its development and then to its current prosperity, the network subtitle group, which has assumed the banner of cultural exchange ambassador, has undergone a series of changes. Network subtitle composition is a popular cultural phenomenon on the Internet, which is closely related to the development of the Internet in the era of big data, new media communication and the audience's changed expectations.

Keywords: Reception aesthetics; Network; Subtitle group

作者简介: 张家荣, 女, 山西长治人, 湖南大学中国语言文学学院中国语言文学专业艺术学方向 2019 级硕士研究生。