「網路 ‧ 人類學」專號（二）：個案研究
考古人類學刊‧第 86 期‧頁 111-138‧2017
DOI:10.6152/jaa.2017.6.0005

「盜版者就是盜火者」：字幕組網路社群之禮物文化*

蕭 季 樺**

摘 要

字幕組是由熱愛美國流行影視文化的中國年輕人和青年人組成之網路團體，他們翻譯美國電視劇和美國電影，加上中文字幕，把嵌入中文字幕的影視檔案放在網路供觀眾免費下載，並且設立互動平台，讓觀眾討論字幕及劇情。本文分析觀眾在網路上針對人人字幕組網站被關閉之「盜版者就是盜火者」事件之討論，並且探討字幕組成員對智慧財產權的分歧看法。本文認為，觀眾和譯者在字幕組社群實踐了禮物文化原則，他們共同將字幕組經營成美國流行文化影迷交換知識和精進語言能力的網路社群：譯者提供免費中文字幕，觀眾欣賞字幕並且提供情感回饋。觀眾和譯者的互助、互惠關係構成法律體制之外另一種道德性。

關鍵字：禮物文化，智慧財產權，網路，道德性，字幕組

* 本文第五節延續並改寫於作者 2014 年刊登於 The Asia Pacific Journal of Anthropology 文章之第六節和第七節部份內容。建立於前文研究基礎上，本文將「盜版者就是盜火者」事件放置於不同文獻脈絡和理論框架下分析。作者感謝考古人類學刊主編林瑋嬪教授與匿名審查委員提供之寶貴建議，作者也感謝主編林教授和劉子愷的邀稿。作者在中國的田野調查和書寫博士論文期間得到下列機構和獎學金的支持：National Science Foundation, Wenner-Gren Foundation for Anthropological Research, University of California Pacific Rim Research Program, UCLA Center for Language, Interaction and Culture, UCLA Center for Chinese Studies，中研院人文社會科學博士候選人培育計畫獎學金。謹此致謝。

** 東海大學外國語文學系助理教授

臺灣大學學術期刊

Journal of Archaeology and Anthropology • 86：111-138 • 2017

“Pirates are Fire-bringers”: The Gift Culture in Internet-based Subtitle Groups

Hsiao, Chi-hua*

ABSTRACT

Subtitle groups are Internet-based communities composed of Chinese youth and young adults who are fond of American television programs and movies. Volunteer subtitlers participating in subtitle groups translate these media programs into Chinese, and post the programs with Chinese subtitles online for free downloads. This study documents the event, “Pirates are fire-bringers,” taking place on the Internet in April 2014. This study also explores how audience members and subtitlers responded to this event and the controversy over subtitle groups regarding intellectual property infringements. This study shows that audience members and subtitlers practice the theory of gift exchanges on the communities of subtitle groups. That is, they collaborate to build subtitle groups as platforms where fans of American television programs and movies exchange their latest information on American popular culture and sharpen their language skills.

Keywords: gift economy, intellectual property, Internet, morality, subtitle groups

* Assistant Professor, Department of Foreign Languages and Literature, Tunghai University

臺灣大學學術期刊資料庫

研究議題

本文探討之字幕組 [1] 是一群由熱愛美國流行影視文化的中國年輕人和青年人(youth and young adults) 組成之網路團體，他們翻譯美國電視劇 (美劇) 和美國電影，加上中文字幕，把嵌入中文字幕的影視檔案放在網路供觀眾免費下載，並且設立互動平台，讓觀眾討論字幕及劇情。字幕組興起於 2000 年代初期，成員大多為受過大學教育之「八零後」(1980 年代以後出生)。中國在改革開放之後，西方文化 ── 尤其是美國流行文化 ── 逐漸進入中國年輕一代的視野 (Rohn 2010; Zhao 2008; Zhao and Guo 2005)。然而，中國政府只允許少數美劇和美國電影透過官方管道在部份省分的電視台及電影院播放 (Barboza 2009; Xu 2010)，再者，中文配音通常破壞觀眾體會原汁原味美語和美國流行文化的興致。時逢中國政府在主要城市建設網路設施，日益普及的網路讓民眾得以規避政府的資訊壟斷 (Cheong and Poon 2009; Harwit and Clark 2001; Osnos 2007; Wines 2009; Yang 2009)。一群熱愛美國流行文化的影迷在網路上分工合作，翻譯美劇和美國電影。這些自發性的團體受到熱烈歡迎，於是，愈來愈多的字幕組應運而生，規模也從幾位志同道合的朋友擴大成上百人的組織 (Hsiao 2014)。近年來，字幕組已成為中國、台灣、香港、海外華語觀眾觀看美劇和美國電影的主要非官方管道 (Farrar 2009; French 2006; Wang and Zhang 2007)。

作者撰寫本文之際，中國規模最大的字幕組 ── 人人字幕組 ── 於 2014 年 11 月 25 日宣佈正式關閉中國網站。人人字幕組在官網及新浪微博 (中國用戶量最大之社交網路平台) 發表以下聲明：

> 人人影視中國地區網站正式關閉！瀏覽國際版請用戶根據自己所在地區法律法規自行決定，所帶來的法律問題自行承擔。加入字幕組的成員也請根據自己所在地區的法律法規謹慎選擇加入。對於觸犯當地法規所帶來的後果我們無能為力，您將自行承擔後果。

這個消息震驚了兩岸三地網民，台灣的主要新聞媒體 ── 中時電子報、聯合新聞網、TVBS 電視台 ── 也報導了此消息。字幕組在中國所引起之智慧財產權爭議存在已久，在此事件之前，幾個主要字幕組網站皆曾經被中國政府短暫關閉。然而，從人人字幕組聲明看來，這次中國網站若非永久關閉，恐怕也是長期的妥協之道。

眼尖的觀眾不難看出其中蹊蹺：「中國地區」網站關閉，但還有非中國地區的網站繼續使用。的確，人人字幕組的翻譯活動照舊，只是這回更低調，他們暗示觀眾「翻牆」

臺灣大學學術期刊資料庫

(繞過中國政府網路封鎖，直接連接到海外網站) 下載中文字幕檔案，並且不再提供原始媒體檔案，以保護他們自己免於違反智慧財產法。

作者於 2011 年夏天進入田野便產生疑惑：既然字幕組違反智慧財產權法，為何還有許多譯者願意承擔犯法風險？字幕組觀眾和譯者對智慧財產權的看法為何？

人人字幕組關閉中國網站之前也經歷過多次短暫關閉風波，引發最多聲援的一次發生於 2014 年 4 月 26 號。當天作者一如往常登入 QQ (中國最普及之即時通訊軟體之一)，查看風軟字幕組的工作分派訊息，[2] 發現話題聚焦於幾小時前 ── 也就是 25 號深夜 ── 的事件：中國政府關閉人人字幕組網站，終止所有下載美劇和美國電影的連結。作者在田野筆記寫著:「加入風軟字幕組兩年多首次看到不同字幕組站在同一陣線。風軟和人人這兩個規模最大的字幕組長久以來在翻譯理念、字幕組發展方向等等意見相左，兩組譯者也時常在微博打筆戰，這回撇開競爭關係，為捍衛翻譯權利而立場一致。」中國政府選擇在 4 月 26 號世界智慧財產權之日關閉人人字幕組網站引起議論，公共輿論聚焦於敏感話題：字幕組在中國是否合法？

對中國政府而言，答案不言而喻：字幕組不合法。字幕組未經美劇和美國電影製作公司同意取得影視檔案，翻譯活動也未經製作公司授權，即使字幕組沒有從中獲利，但是他們違反了中國智慧財產權法 (Ceng and Yang 2009; Yu 2001)。

雖然如此，對於政府關閉人人字幕組網站一事，除了少數觀眾肯定政府做法，大多數觀眾聲援並支持字幕組，批評西方智慧財產權，表達對中國政府強硬取締字幕組之不滿。網民在新浪微博轉發一句話，「在一個有牆的社會，文化上的盜版者就是盜火者」，並附上燭光螢火圖示 (圖一)，藉以哀悼字幕組令人憂心忡忡之未來。

臺灣大學學術期刊資料庫



圖一　網民轉發文

臺灣大學學術期刊資料庫

滿頁的「刷屏」(中國網路用語，意指短時間內網友大量發表重覆內容) 傳達了字幕組觀眾的焦慮。 網友轉貼的隱喻 ── 「在一個有牆的社會，文化上的盜版者就是盜火者」 ── 將無償勞動的譯者比擬為希臘神話的普羅米修斯，一個為了將火種及知識傳遞到人間而觸怒宙斯的神祇。這個隱喻來自於名為「五岳散人」的微博名人，他寫道：[3]

> 人人影視也關站了？不禁感到一陣傷心，這些年來這些所謂「盜版」的網站上找到了很多快樂，也淘汰了我家的電視機。正版不引進，盜版看不到，分級制等不來，你們到底想怎麼樣？這是為了推廣那些抗日神劇嗎？以一句話送給辛苦的字幕級以及其它人：在一個有牆的社會，文化上的盜版者就是盜火者，是英雄。

「五岳散人」讚揚字幕組，批判中國政府的媒體政策和八股電視劇。這篇評論被轉發了 11715 次（截至 2015/1/26 的統計資料），此數字尚不包括網友再次轉發之次數。

本文由「盜版者就是盜火者」民族誌展開；第二節詳述字幕組的法律問題、輿論評價、運作方式；第三節回顧當代中國社會多樣化道德觀；第四節紀錄觀眾對智慧財產權的各種看法，並且從禮物文化理論探討觀眾和譯者的互助、互惠關係；第五節詳述譯者對智慧財產權的分歧觀點；第六節總結本文。

字幕組法律問題、輿論評價、運作方式

字幕組譯者通常是美劇和美國電影忠實影迷。在中國，主要「領導品牌」的字幕組包括人人字幕組、風軟字幕組、破爛熊字幕組、伊甸園字幕組。他們提供的中文字幕品質穩定，並且嚴格訓練譯者，以確保非語言相關領域科班出身的譯者能夠稱職地翻譯。這幾個字幕組彼此競爭，希望能搶在最短時間內發佈嵌入中文字幕的美劇和美國電影，以求最高的點擊下載率。

字幕組每每在中國政府張舉智慧財產權大旗之際首當其衝，原因如下。第一，中國雖然逐漸開放媒體，但並沒有放棄媒體控制，審查制度不僅沒有鬆動，反而更加嚴格 (Hong 1998)，目的是確保民眾不會接觸錯誤的價值觀，進而引發文化政治效應 (Yang 2009)。其次，自從中國於 2001 年加入世界貿易組織 (WTO)，美國經常控訴中國政府放任盜版光碟流通，以此向中國爭取更多美國影視產品透過官方管道進入中國市場。再者，前中國領導人江澤民於 2000 年亞洲太平洋經濟合作組織 (APEC) 會議上提到，中

臺灣大學學術期刊資料庫

國政府嚴加注意全球化負面效應，他認為某些國家強加意識型態於中國民眾就是明顯的負面例子。當美劇和美國電影字幕組網站被關閉之時，日劇或韓劇字幕組卻安然無事，這說明了中國政府在選擇拿誰開刀以宣示貫徹智慧財產權一事上，美國流行文化的影響力扮演了重要因素，中國政府或許視美國文化為具有潛在威脅性之議題。雖然如此，直至今日，還沒有任何一位譯者被中國政府以違反智慧財產權法正式起訴。

其它社會也有類似中國字幕組的翻譯團體 (Diáz-Cintas and Munoz Sánchez 2006)，儘管運作方式和規模大小不一，但是，對於智慧財產權的看法，這些團體與中國字幕組頗為雷同，即觀眾和譯者的意見分佈於光譜兩端：有些人承認智慧財產權，有些人忽視它，有些人持模稜兩可態度 (Condry 2013; Lee 2010; Vann 2006)。那麼，中國社會看待字幕組的獨特之處為何？

字幕組的成功引起諸多輿論。何亮亮 ── 中國知名時事評論員 ── 曾經在他的節目「時事點亮亮」(2009 年 12 月 28 日) 盛讚字幕組為「全中國最勤奮不懈的翻譯者和知識佈道者，他們是中國民眾學習語言的最佳典範。他們所做的事情已遠遠超出中國教育所教給他們的」。新聞記者 Cathy Jin (2010) 長期觀察中國社會脈動，她稱讚字幕組為真正打破文化疆界的行動者。

對中國網民而言，字幕組譯者是活雷鋒。[4] 在中國政府數次短暫關閉幾個「領導品牌」字幕組網站之際，新浪微博曾出現數篇字幕組「輓歌」，細數字幕組對中國年輕觀眾的貢獻，認為不管字幕組最終前途為何，他們永遠會被懷念。以下這則廣泛轉發的圖片說明了中國網民對字幕組的感謝並且試圖理解字幕組複雜之工作流程：

臺灣大學學術期刊資料庫



圖二　字幕組觀眾感謝圖

如上圖所示，字幕組基本作業流程如下。以四十分鐘的美劇為例，居住在美國的組員錄影最新影集之後將檔案傳回給中國的組員，交由三至四位譯者翻譯，每位負責十至十五分鐘的內容。若是急件，需要在四至五小時之內交稿，若非急件，通常兩至三天交稿。資深譯者負責校稿，確定不同譯者的用語和翻譯風格一致 (至少不互相衝突)，定稿之後，技術組員再將中文字幕加到美劇和美國電影原始檔，然後再將嵌入中文字幕的檔案放到網路上供民眾下載。

譯者和觀眾對美劇的著迷反應了中國民眾對美國流行文化同步化的渴望 (Crothers 2012; Gries et al. 2015)。在 24 小時之內翻譯一集熱門美劇象徵了各種社會價值。對譯者而言，這代表了優越的翻譯能力和對美國文化的深度了解。在風軟字幕組，只有優秀的譯者可以翻譯最受觀眾追捧的美劇 (以作者田野調查期間 2011-2012 為例，*The Big Bang Theory*、*2 Broken Girls*、*Glee* 等等)，因為他們比其它譯者更精通美國文化和美式英語，

臺灣大學學術期刊資料庫

他們的中文字幕具有品質保證，觀眾也會守在電腦前等待最新版的美劇，以打發週五夜晚和週末時光。對字幕組而言，這代表團體合作無間，能夠與其它字幕組相抗衡，貢獻高品質中文字幕，保有對美國流行文化的詮釋權。此外，愈快發佈中文字幕，下載點擊率就愈高，對譯者的工作士氣和情感回饋都是很大的鼓舞。

譯者通常散佈在世界各地，中國居多，也包括台灣、美國等地。大部份譯者素未謀面，他們善用電腦能力和語言資本，進行跨文化和跨語言的翻譯活動。大多數譯者沒有受過正式翻譯訓練，也不是主修語言相關科系。以作者的田野參與者為例，他們的正職包括大學教師、大學生、工程師、會計師、家庭主婦、律師和醫生。他們申請加入規模完善的字幕組時必須先通過測驗：申請者需在七十二小時之內翻譯一段五分鐘美劇，證明申請者具有基本之中英翻譯能力。正式成為譯者之後，組長將適合的譯者搭配合作，以風軟字幕組的代表作「豪斯醫生」(*House M. D.*) 為例，翻譯班底為一位醫師和一位中國文學研究所碩士生，他們兩位在醫學知識和文字底蘊相輔相成。

字幕組鼓勵譯者與觀眾互動，觀眾可以提出有問題的翻譯以幫助譯者修改字幕。以風軟字幕組為例，網站有「糾錯」專區，歡迎觀眾留言，告知哪部劇的哪句譯文有誤。各個字幕組之間的良性競爭促使譯者精益求精，帶給觀眾正確的美國流行文化、美式美語和方言用法。傑出的譯者擁有一群忠實影迷，他們定時收看並且討論譯者的作品，對許多譯者而言，觀眾的感謝和語言能力的精進是他們願意無償翻譯的主要原因。

中國道德觀與社會變遷

為了了解字幕組觀眾和譯者對「盜版者就是盜火者」事件的分歧看法，我們得先了解中國社會快速變動的道德觀。自從 1987 年經濟改革，中國經歷各種劇烈改變，人類學家紀錄了個體如何在新舊價值衝突中做出適合當地生活方式的選擇，用韋伯 (Weber 1946: 147) 的文字闡述，「這個世界不同價值領域 (the various value spheres of the world) 存在著無法協調之衝突」。如同 *Deep China* (Kleinman et al. 2011) 一書序言提到，在快速變化的中國社會，個體無可避免的問題是「我到底是誰？」，這個問題牽涉了如何成為道德個體 (moral subjects)，即「我要過什麼樣的生活？」

人類學家閻雲翔從 90 年代以來研究中國東北下岬村，他指出在現代化過程中，國家嚴密地管理人民反而促使了個體化崛起 (Yan 2009)，同時，市場經濟降低了政治資本的重要性，個體能夠憑藉知識和技能實現自我。以家庭場域為例，下岬村年輕夫妻不願

臺灣大學學術期刊資料庫

意為了大家族利益而犧牲自我，反之，他們通過家庭的運作來尋求方便和開心。即使這些變化與中國傳統價值不同，自從 90 年代之後，下岬村村民愈來愈能接受個體選擇與傳統價值不同之生活方式。生活水準日益提高，個人可以根據自由愛好做出選擇，婚後與父母同住並且視父母權力為至上這類的傳統道德觀已不再是單一標準。

市場經濟的另一個影響是 enterprising self 崛起 (Rose 2007)。有別於以往大學畢業生等待國家分派工作，90 年代中期以後的畢業生參與各種自我成長課程，一來是因為國家不再擔保工作，二來是許多人不願意遵照國家的指派，於是，為個人生涯負責的論述逐漸形成 (Pun 2005)，其中最顯著的是追求個人欲望和如何快速地滿足這些欲望 (Rofel 2007)。傳統中國社會壓抑個人情緒的表達，然而自從 90 年代起，年輕人不再視個人情緒和欲望為禁忌，他們在網路等各種公開場合陳述、討論、渲染他們的滿足或失望。

官方論述與個人操守的衝突是日常生活中經常遭遇的道德挑戰 (Kleinman et al. 2011)。Sing Lee (2011) 探討 90 年代與國家單位合作的精神科醫生的道德困境。許多醫師受制於體制壓力，為了穩定的工作、更高的薪水、未來的升遷，不得不開昂貴藥物處方籤，接受廠商所費不資的招待。他們通常選擇與官方合作，放棄醫學道德操守。個體欲望和現實環境之間的平衡，是中國現代化過程中出現在各個生活層面的道德難題。

宏觀研究也顯示轉變中的道德價值。徐彬 (Xu 2011) 研究網民於 2008 年四川省汶川大地震的災區救援隊，這是中國社會自 1949 年以後首次不被政府阻擾的大規模群眾活動。除了災區實際救援活動，民眾也在網路空間匯聚情緒力量，跨領域公民團體也攜手合作，促使中國政府採取更積極的做法以幫助災民。這股自發性力量形成闡述受難與死亡的道德論述。對中國政府而言，汶川地震不僅是政治事件，也是道德事件，因為它考驗了政府如何展現對已逝者的同理心，以及撫平幸存者及廣大中國民眾的傷痛。

這些研究顯示中國社會的道德觀逐漸從以集體利益為中心轉變為以個人利益為中心，從官方定調的統一版本轉變為個體多元化的實踐方式。個體不僅關心行為的對與錯，也在乎該行為是否具有道德考量，此種道德思考為「後設道德思考，針對道德的結構或者結構性因素而進行的思考」(meta-ethical thought, whose object is the structure, or structural elements of morality) (Baker 2010: 226)。此種邏輯思考本身即是道德，因為道德不是一成不變、強加於他人的價值觀，而是「人們付出信任以實踐他們認為是善行的方式與行為...人們對於如何聰明且健康地生活著所做出的實際判斷，儘管有諸多限制，人們在做判斷之際仍力求生活平穩持續前進」(Lambek 2000: 315)。

臺灣大學學術期刊資料庫

「盜版者就是盜火者」：觀眾回應

對於 2014 年 4 月 26 日國際智慧財產權日人人字幕組網站被迫關閉一事，觀眾的回應呈現了對智慧財產權的不同看法。第一種看法批擊中國政府隨美國起舞，取締真正對中國民眾有用的資源：

> 冬天的菜奧（4 月 25 號 20:41）：
>
> 政府該做的事情不做，就知道弄這些真正為人民服務的網站，有本事弄國企去。
>
> 夯小控已工作（4 月 25 號 22:03）：
>
> 因為廣電總局禁掉了太多電影和電視！！！不然誰會跑去下載？！
>
> 很愛很愛老咪（4 月 25 號 23:44）：
>
> 字幕組是良心事業，十三億老百姓的精神食量，人人要挺住！在一個有牆的社會，盜版者就是盜火者！
>
> Angela_yanyan（4 月 26 號 10:03）：
>
> 天朝貧民最後一項福利也被無情的剝奪了。
>
> 小小小呆（4 月 26 號 09:12）：
>
> 有些人真的有病！國內那麼爛的劇在電視裡大行其道，然後百姓想看點有趣的節目，居然還把人家關了，加油人人！盜版者就是盜火者！

觀眾認為字幕組興盛原因之一是因為中國政府無法提供觀眾更多選擇。中國年輕一代觀眾大部份已捨棄國產電視劇，每天觀看美劇、討論劇情和美國明星是普遍的同儕話題。[5] 中國廣電總局審查制度製造了無新意的國產劇，也阻擋了美國影視作品透過合法管道進入中國（「廣電總局禁掉了太多電影和電視」）。錯誤政策在先，字幕組不啻只是一群年輕人群策群力翻譯美劇和美國電影的網路活動。中國政府不提供合法管道也罷，反而打擊為廣大觀眾謀福利的字幕組（「最後一項福利也被無情的剝奪了」）。當合法管道付出闕如，字幕組成為唯一方法（「不然誰會跑去下載？！」），從務實角度而言，民眾需要字幕組，此需求超越智慧財產權法。

臺灣大學學術期刊資料庫

第二種看法是，儘管中國政府對字幕組採取日趨嚴厲的手腕，只要觀眾支持，字幕組就能夠屹立不搖：

Nicolaus111（4 月 26 號 12:45）：

封的了一個人人，封不了廣大網友熱愛影視的心，只要有人在只要有網路，就會有影視資源分享，都要正版的話，難道要大家傾家蕩產去看影視劇啊，管他什麼正版盜版，我們就是喜歡看免費的精彩的高質量的影視劇。

Pumpkin（4 月 25 號 22:28）：

倒下一個起來一批，網路共產主義誰都阻止不了。

天箭流星（4 月 26 號 13:09）：

這一刻網路上的我們都是人人，人人加油，祈福人人！

這派想法認為只要是觀看字幕組作品的網民都是字幕組的一員，許多個體挺身而出，自我認同為人人字幕組一份子，這些互不相識的網民產生革命情感（「倒下一個起來一批」）。在無限個體的串連之下，人人字幕組 (或者任何字幕組) 的精神不死。這映證了 flow 理論 (Appadurai 1996)，傳統的身份認同、社區概念、文化疆界都已經去區域化 (deterritorialized)，跨地域性活動透過社會資本和網路空間得以延續，甚至快速擴展。

第三，有些網民比較字幕組和山寨文化，凸顯兩者的不同[6]：

腳皮印 jisuwz（4 月 26 號 11:01）：

我不支持山寨，但我支持字幕組的盜版！

請叫我臟臟（4 月 26 號 09:28）：

沒有字幕組，才沒有新中國。字幕組不是山寨，字幕組沒有賺錢，他們哪裡錯了？

如同網民指出，「字幕組不是山寨，字幕組沒有賺錢」，他們也非抄襲，因為他們付出勞力，與觀眾分享中文字幕。字幕組不僅沒有複製原產品，反而提供智慧勞力，使美國影視節目在中國大受歡迎。字幕組使原商品和中國民眾兩造受益，利他精神合理化了侵權行為。人類學家 Mauss (1967) 闡述禮物在傳統社會對個人與家族的重要性，禮物的給予與餽贈強化了社會關係，無論在物質層面或者精神層面，雙方往來的義務性透過送禮與回禮的交換過程一再被強化。雖然網路世界的運行方式不同於依禮物經濟原則建構

臺灣大學學術期刊會員專用

的氏族社會，但是，禮物文化提醒了人們的相互依賴性。譯者善用語言資本和電腦能力得到觀眾的讚賞和欽佩，這樣的互惠關係是譯者願意承擔犯法風險的主因之一。第四，網民藉由中國早期重要發明，比較美國政府強勢向中國推廣智慧財產權之不合理：

張生（4 月 26 號 11:46）：

以前中國的印刷術、指南針，西方人拿去用的時候是否也想到了知識產權的問題?

Kelly-BJ（4 月 26 號 08:11）：

美國人是不是總以為自己是許多產品的原創者？知識這件事情如何能清楚劃分源頭？美劇或美國電影本身有時不也互相抄襲？

西岸（4 月 25 號 23:58）：

在世界知識產權日人人字幕組關站了，難道谷歌翻譯也有知識產權保護嗎，真奇怪！

此論述凸顯智慧財產權核心問題，也呼籲了反智慧財產權學者的思考 (Coombe 2004; Lemley 2005; Vaidyanathan 2001)：什麼是創新？知識是獨享還是共有？西方的概念挑戰了中國文化根深蒂固的概念：在中國傳統文化，知識的產生是透過經驗傳承、互相學習、從既有知識中再創造 (Rudowicz 2004; Weiner 2000)。媒體傳播學者暨法律專家 Dong Han (2010: 344) 指出，「在中國，智慧財產權與權力無法分割，並且與社會階層緊密相聯。」中國文明傾向認為創意來自於熟記前人作品，而非個人發想，因此，創意是公眾財產，不屬個人獨有。此外，觀眾指出美劇和美國電影也經常有抄襲之嫌，谷歌翻譯 ── 谷歌公司提供之免費網路在線翻譯服務 ── 與字幕組活動並無二異，如果美國政府沒有抗議谷歌翻譯的潛在侵權行為，又何以對字幕組大動干戈？

第五種想法是，部份網民雖然支持智慧財產權，但質疑中國社會是否適合接受這套從西方移植而來理念：

明明（4 月 26 號 12:29）：

我得說，我支持版權，但我更得說，請注意中國國情是否適合版權。

富蘭克夫（4 月 25 號 23:15）：

在一個有牆的社會，盜版者就是盜火者！我完全理解版權和收費的必然

臺灣大學學術期刊資料庫

> 性，但可能因此錯失大量影視作品和原版片源，因此導致大量文化阻截表示深深憂慮。建議大家迅速收藏類似大小站點，及時提高百度以外的搜索力。。。關鍵是突破，你懂的。。。
>
> 多瑙河中的魚（4 月 26 號 11:46）：
>
> 盜版和字幕是唯一讓我們了解國外影視的途徑，雖然這種方式的傳播是不恰當的。

觀眾的道德困境展現於兩個層面：遵守智慧財產權，或是使用字幕組提供的美劇和美國電影中文版本。雖然字幕組不是合法管道，但是權衡輕重，務實做法是接受字幕組，因為「盜版和字幕是唯一讓我們了解國外影視的途徑」。如同網友富蘭克林所說，文化資訊的阻攔是許多人的擔憂，知識分享的重要性遠勝於智慧財產權法。道德辯證的關鍵問題之一是，究竟何種程度的逾矩行為應該受懲罰 (Stafford 2010)？對想了解美國流行文化的中國觀眾而言，適時忽略智慧財產權不但是被容許的，而且是必要之惡 (「雖然這種方式的傳播是不恰當的」)，因為智慧財產權對中國民眾是不合時宜的要求 (「但我更得說，請注意中國國情是否適合版權」)，使用盜版以獲取外國流行文化知識反而是權宜之計。

第六，網民支持智慧財產權，他們認為中國政府關閉人人影視字幕組一事是中國發展必經之路：

> Energy-77（4 月 25 號 21:48）：
>
> 其實它開也合情，關也合理，很多人感覺在中國談版權像開玩笑似的，不過都談了這麼多年了，總要慢慢去進步，何況它還觸碰了現在火爆的視頻網站的利益，被攻擊是早晚的。
>
> Cary（4 月 26 號 08:10）：
>
> 知識產權是需要維護的，這樣才能促進創造力想像力，YyEts[7] 網站被關了我不知道大家為什麼惋惜，不是應該拍手叫好嗎？中國人這種根深蒂固的錯誤思想什麼時候才能改變?

如同網友 Energy-77 所提，字幕組的出現與關閉皆是合情合理之事。字幕組的興盛來自中國獨特的社會脈絡，然而，在政府日益重視版權之際，字幕組難免遭受責難。中國社會若要進步，保護和鼓勵創意遠比快速獲取美劇或美國電影的資訊更為重要 (「知識產

臺灣大學學術期刊資料庫

權是需要維護的，這樣才能促進創造力想像力」)。

法律之外：譯者的共享精神

對許多譯者而言，智慧財產權是他們不願多談的話題。在我田野調查初期，每每與譯者聊到此事，他們總是閃躲，或者提供「我只負責翻譯，其它事情我不清楚」、「這可能要問我的小組長」這類空泛的回應。後來，我加入風軟字幕組，實際參與翻譯活動之後，譯者才視為我自己人，逐漸與我討論智慧財產權議題。本節呈現譯者對智慧財產權的不同看法，探討為何譯者願意承擔犯法風險、基於共享互助精神實踐一種新的倫理。

譯者對智慧財產權持兩派意見。第一，有些譯者認為智慧財產權不構成任何困擾。在一次的聊天，儀姐[8] ── 長駐在美國負責錄製並翻譯美劇的譯者 ── 提到有位台灣導演在北京首映會呼籲觀眾買票進電影院支持正版電影，儀姐感到不以為然，因為「他（導演）說這番話只是為了上頭條版面，譁眾取寵。」儀姐的評論開啟了一段令我深思的對話。她認為，在當代中國社會，智慧財產權是用來保護少數人利益和謀取利潤的修辭，任何人都不應該利用智慧財產權迫使民眾依照某些人認定的「道德的」或者正確的方式消費。她的想法與中國普及的山寨文化有密切關聯：

> 任何東西在中國都可以被拷貝。如果你買一張 CD，雖然我懷疑現在還有多少人在買 CD，它一定會被 copy，然後廣為流傳。我每天都收到免費下載音樂和電影的連結，我不知道為什麼收到這些信，信箱每天都有，我根本沒主動求連結。你看，是不是很瘋狂，下載網址到處都是。中國的盜版問題很失控，壓不住，大家只得適應。想一想…嗯，好比北京的空氣污染。空氣質量特差，但你需要空氣才能呼吸，對吧？所以一旦你習慣空氣污染之後，你就不覺得臭了。但事實是，正因為空氣很臭，你得訓練自己不要去感覺或想這件事。怎麼說？為了讓你的日子好過些。

山寨文化不僅提供新的消費選擇，也合理化盜版商品的使用。如同儀姐的語言所傳達的訝異感，山寨文化已到了氾濫地步：「我不知道為什麼會收到這些信…我根本沒主動求連結」。很顯然地，拒絕或遠離山寨文化是不可能的選項，因為它已經「很失控，壓不住」。儀姐不斷重覆使用義務情態語助詞 (deontic modality) (「大家只得適應」、「你得訓練自己」)，這些語言形式透露山寨文化影響甚鉅，人們必須找出與之和平共處的方式。換句話說，巧妙處理盜版商品而非盲目服從智慧財產權，才是儀姐認為值得思考的議題。

臺灣大學學術期刊資料庫

儀姐的想法並非特例。中國民眾對消費行為和商品價值已經發展出獨特縝密的想法(Rein 2009; Springer 2011)，他們能從多元的消費管道和眾多商品中精打細算地滿足物質需求。他們的購物行為取決於務實的經濟考量，而非受制於西方智慧財產權的道德壓力。雖然許多中國民眾體認到智慧財產權立意良善，也是政府積極推動以健全商業體系之重點政策，然而，多數人不願意、也不認為有必要，服從這個最終獎勵控制大量生產之資本家的要求。對中國民眾而言，值得探討的問題是如何重新界定智慧財產權使其符合當代中國社會的經濟結構。儀姐提出了她的看法：

> 有些歌手還是賺錢，有些電影票房還是很好，你想想那些成功的例子，把票房差怪給盜版合理嗎？當然不合理。如果電影好看，大家自然願意進電影院，導演就能賺錢。但如果電影很爛，注定失敗，我沒有義務幫忙承擔壓力成本吧？！

儀姐認為智慧財產權用以保護原創作品的前提是該作品具有好品質，而且消費者有權利決定哪些原創作品夠好，值得掏腰包支持創作者。她的觀點反應許多中國民眾的想法：創意值得受保護，但不是無條件地被保護；智慧財產權不應該用來強迫消費者付費，

譯者對智慧財產權的第二種意見為，他們的翻譯活動確實違反智慧財產權法。然而，他們發展了一套道德論述，強調法律之外的價值：自由開放、共享互助的精神；運用能力、貢獻專長的自我實踐；辛苦勞動、得到觀眾感謝的滿足。在我從事田野調查之前，每次被問起「字幕組譯者到底為什麼願意這麼做？」，我只能就有限的理解回答。加入風軟字幕組後，我親身體會了身為譯者的意義。字幕組的分享行為極具感染力，而「分享」正是網路世界的重要社會關係之一：譯者付出心智勞力，觀眾回報尊敬與感謝，背後的互惠原則是禮物文化的體現。對譯者而言，透過無償的翻譯勞動獲得觀眾讚賞，因而達到自我實現的滿足感和幫忙他人的使命感；對觀眾而言，譯者的無私貢獻使他們跨越語言隔閡，幾乎和美國觀眾同步觀看美劇和美國電影，同時也吸引更多民眾加入字幕組社群，追隨譯者的翻譯作品。如同一位譯者所說，她唯一在乎的是否有更多人因為她的翻譯而得以欣賞更多外國流行文化資訊，如果她能透過參與字幕組活動而產生些微影響力，那麼，她便能安心地忽略智慧財產權的問題。

隨著網路普及化，任何人只要有電腦和網路線，便能輕易截取網路資料，這是中國「貼牌生產」[9] 的影響之一，也造就了盜版光碟商機。商人偷取字幕組的中文字幕，將檔案燒錄成光碟，在網路商店或者街頭攤販兜售。盜版光碟售價極為便宜，因此許多民眾願意購買。有些譯者認為他們的中文字幕助長了盜版光碟產業，但他們仍然樂觀看待

臺灣大學學術期刊資料庫

此事：即使民眾選擇購買盜版光碟，而非直接從字幕組網站下載檔案，至少只要民眾透過中文字幕獲得新知識，譯者已達成初衷。雖然盜版光碟構成「二次盜版」，大部份譯者仍善意地將它理解為另一種知識分享傳的途徑，這樣的看法體現了字幕組的分享精神。

為了對字幕負責，譯者通常在嵌入中文字幕的美劇和美國電影片頭加上字幕組組名和自己的網路代號 (例如「風軟字幕組，南渝」)。他們通常還加上一段文字，說明字幕組提供之中文字幕僅供個人教育用途，擅自將中文字幕做為營利用途將自負後果。以風軟字幕組為例，這段文字為：「鄭重聲明：本作品之片源，字幕均來自互聯網，僅供個人影視制作學習，交流之用，版權歸電影公司所有，任何組織和個人不得公開傳播或用於任何商業盈利用途，否則一切後果由該組織或個人承擔。本站和製作者不承擔任何法律及連帶責任。請自覺於下載後 24 小時內刪除，如果喜歡本片，請購買正版」(圖三)。



圖三　風軟字幕組 *Strike Back* 第二季第七集片頭

盜版光碟商人通常移除此段文字，但不會刪除字幕組組名和譯者網路代號。這麼做可能讓民眾誤以為字幕組販售盜版光碟，然而，資深譯者馮凡相信民眾知道字幕組不容許營利行為。他說：

> 大部份字幕組成員很有紀律，我們就是以此聞名的，我們的翻譯很好，大家也都知道我們很有紀律。你隨便上網看看，有些人批評賣盜版碟的人，但很少人罵到字幕組。為什麼？因為大家都知道我們只分享字幕而不求任何東西。我很清楚字幕組的問題，要是破壞了這個紀律會有很多後果，所以我很小心維護我的組的形象。想一想也挺有意思的，我在學校不是好學

臺灣大學學術期刊資料庫

> 生，但是做為字幕組成員，我遵守字幕組的做事方法。這是唯一讓我們區分我們和那些利用山寨產品賺錢的人最大的不同。

馮凡認為字幕組譯者和山寨商人最大的區分在於是否藉由美劇和美國電影獲利，他相信觀眾清楚這點 (「大家也都知道我們很有紀律」)。對他而言，觀眾的信任是最大的後盾，觀眾肯定譯者分享不求回報的精神，讓字幕組免遭受智慧財產權的批評。馮凡以他自己為例，他對字幕組的認同反應在他的行為舉止，做為字幕組社群的一份子，他特別在乎自己的形象，他相信所有譯者都遵守這個集體認同感，因為藉由「遵守字幕組的做事方法」，亦即不求回報的奉獻，才能區分出自己和營利商人的不同。每個網路社群都有自己獨特的性格 (賴曉黎 2004)，字幕組譯者的共同性格即是熱衷 (甚至是著迷) 於文字翻譯，挑戰自我能力，替觀眾尋求更大利益。對譯者而言，翻譯不只是語言活動，它更是實現滿足資訊渴望的集體社會行動。

另一位譯者，賈賀，分享了參與字幕組的心路歷程和他如何建構道德自我。他參與的字幕組專注於美國電視法律劇，他除了翻譯字幕，還教導組員美國法律制度觀念以及中美兩國法律制度不同之比較。他提到：

> 在我加入字幕組之前，我沒有想過太多，只是單純覺得中國民眾沒有機會看到優質美劇是很可惜的事情。我的組專做 *The Practice*，這麼好的劇卻沒幾個人看，或者沒幾個人看得懂，實在可惜。我以前從網路上抓這部影集，但斷斷續續地。在某個時間點，我覺得我得做點什麼，讓和我一樣著迷法律劇的人方便一點，不用受找不到檔案或者聽不懂英文的苦。所以，我加入字幕組純粹基於個人經驗，我知道在網路上大海撈針找原始檔案有多麻煩，我的意思是，你得花好幾個小時碰運氣找檔案，[10] 然後再花好幾個小時試著聽懂 40 分鐘的英文。我想要幫其它人免除這個花時間的過程。

賈賀認為，在能力範圍之內，透過翻譯讓更多觀眾得以欣賞美劇是理所當然之事，這也是他加入字幕組的動機 (「我想要幫其它人免除這個花時間的過程」)。他認為觀眾僅能使用有限的外國影視媒體是「很可惜的事情」，此種限制不只是個人侷限，它已經成為阻止民眾獲取更多資訊的阻礙。

對賈賀而言，歡眾的回饋是支持他參與字幕組的主要原因。每次只要看到觀眾的留言，提到他們從中文字幕獲益良多，他都十分高興，獨樂樂不如眾樂樂的滿足感油然而生，翻譯的辛苦都值得了。當我提出智慧財產權的議題，他回應道：

臺灣大學學術期刊資料庫

> 字幕組確實很難自我辯護，但也沒有更好的方式，我的意思是，沒有一種方法能比透過美劇兼具教育意義和娛樂性傳播西方法律概念。在中國，我們連基本概念都沒有，像是幾乎每一集都出現的陪審團制度，我不確定多少觀眾懂這個概念。我經常在翻譯書籍或雜誌上看到許多錯誤的法律翻譯，這不只是語言問題，而是整個基本概念付之闕如。如果我可以做些什麼讓民眾了解更多，像是無罪推定、反詰問等等的，如果我有能力做但卻不做，我會覺得很糟糕。這麼一想，尤其當觀眾說從我們的中文字幕中學到很多，嗯…智慧財產權，我想就是得選擇。我很樂意將專業運用到實際層面，學以致用幫助更多人，至少到目為為止，字幕組，我很樂在其中。

賈賀坦承字幕組在智慧財產權風波中處於爭議角色，但是字幕組是沒有辦法中的辦法，因為「沒有一種方法能比透過美劇兼具教育意義和娛樂性」。中國出版品經常出現錯誤的翻譯，他認為主要原因是沒有適當的媒介和情境讓民眾學習西方法律。美國電視劇提供了適當管道，因為它將陌生的法律概念融入故事情節。對他而言，需要正確資訊的民眾是譯者最大的動力，因為這種被需要的感覺讓他說服自己有正當理由翻譯美劇。賈賀認為，實用主義是勝過法律的核心價值（「我很樂意將專業運用到實際層面，學以致用幫助更多人」），他決定加入字幕組不只是理性選擇，更是情感驅使，因為「如果我有能力做但卻不做，我會覺得很糟糕」。觀眾的情感回饋加強了他透過翻譯傳播知識的決心，這個動力，對賈賀而言，即是道德。

結語

彭麗君 (Pang 2012) 認為在中國，創意和抄襲有著密不可分的關聯，創意在中國社會的意涵與西方智慧財產權的邏輯大相徑庭，再者，當代中國社會急速而混亂的資本化過程也使得中國版的「創意經濟」(creative economy) 產生許多問題。字幕組觀眾和譯者對「盜版者就是盜火者」事件的回應即呈現了字幕組社群對創意和智慧財產權的分歧認知。拒絕智慧財產權的觀眾和譯者不認為字幕組違法，因為西方智慧財產權並不適用於中國。他們提出新版的智慧財產權概念，即消費者有權決定商品是否值得付費支持，以及知識的價值是否為大眾共享。承認智慧財產權的觀眾和譯者坦承字幕組處於灰色地帶，然而，字幕組是中國政府控管外國流行媒體文化進入中國市場政策下的最佳管道。中國年輕一代觀眾希望與美國流行文化同步的渴望反應他們對現代性的追

臺灣大學學術期刊資料庫

求，這個渴望促使了他們運用語言能力和電腦技術以突破國家媒體的管制，造就了字幕組網路社群，並且在此社群實踐禮物文化。

不論觀眾和譯者對「盜版者就是盜火者」事件和智慧財產權的看法為何，他們共同將字幕組經營成美國流行文化影迷交換知識和精進語言能力的網路社群。譯者善用中英翻譯能力和對美國流行文化的理解，犧牲時間，提供免費字幕，為觀眾創造新的知識管道，把對美國流行影視媒體的熱愛轉為共享資產。觀眾欣賞字幕並且提供情感回饋，發揮創意，在網路上以各種方式聲援字幕組和譯者。

儘管字幕組之間彼此競爭，字幕組網路社群實踐了共同理想，在「盜版者就是盜火者」事件上捍衛自身生存空間，展現集體參與。觀眾的肯定感謝和譯者的翻譯勞動是構成字幕組道德性的關鍵，情感回饋與翻譯成果的交換強化了雙方共生關係，一旦沒有另一方，字幕組便不復存在。雖然字幕組的合理性與合法性尚有爭議，未來前途也受制於中國政府如何執行智慧財產權政策，然而，字幕組觀眾和譯者的互助、互惠關係構成法律體制之外另一種道德性。

附　註

1. 目前中國大約有八十個字幕組，有些規模大至一百到一百五十位譯者，有些規模小至三四位譯者。大規模字幕組 (例如人人影視字幕組) 翻譯源自不同國家、不同類型的影視作品，包括美國電視劇、美國電影、美國大學公開課程、日本電視劇、日本動漫、韓國電視劇、TED Talks 等等；小規模字幕組聚焦於單一類型影視作品或單一節目，以作者田調期間參與的一個小型字幕組為例，他們專門翻譯美國電視劇 *The Practice*。字幕組的選片原則取決於觀眾的喜愛程度，愈受歡迎的影視作品愈多字幕組翻譯，小眾的影視作品 (例如歐洲文藝片、紀錄型電影、日韓以外的亞洲國家電視劇或電影) 則較少有人翻譯。本文聚焦於美國電視劇和美國電影字幕組原因有兩點。第一，這些字幕組是「領頭羊」，中國政府為了宣示貫徹智慧財產權法的決心，多次關閉他們的網站，反之，翻譯其它國家影視作品的字幕組甚少經歷這些事情，因此，美國電視劇和美國電影字幕組是字幕組社群的風向球。第二，作者在田野調查期間 (2011-2012) 合作的譯者大部份來自翻譯美國電視劇和美國電影字幕組，因此，作者對這些字幕組的了解遠多於其它字幕組。
2. 作者於田野調查期間加入風軟字幕組。美劇在美國當地播出後，駐美字幕組組員錄

臺灣大學學術期刊資料庫

影並將檔案回傳中國，交由駐中國組員分派翻譯任務給譯者 (請詳見第二節「字幕組法律問題、輿論評價、運作方式」)。因此，工作分派訊息通常圍繞著哪幾位譯者負責哪一部劇，並於何時交件等相關訊息。

3. 本文所引用之所有網民文章皆以簡體字書寫，為了讀者閱讀方便，作者以繁體字呈現。除了繁簡書寫系統以外，網民的用字皆未變動。

4. 在六十年代，中國政府將軍人雷鋒塑造為無私奉獻的個人，為了服務國家社會而犧牲小我。在當代中國社會，活雷鋒的隱喻象徵至高道德性。

5. 作者的幾位田野參與者告知作者，就連他們的父母也喜歡看字幕組翻譯的外國電視劇。他們每次返家前會將下載好的美劇整理在硬碟，回家後直接將硬碟交給父母，以解決父母不熟悉如何操作網路下載的問題。

6. 觀眾提到山寨文化乃是因為山寨文化是中國智慧財產權侵權最顯著的例子之一。文化研究學者彭麗君 (Pang 2012) 指出當代中國社會的「創意」 ── 山寨文化即為其中代表 ── 經常是破壞性創意（disruptive creativity），這種創意偏離違反了西方社會真正的創意。更多關於智慧財產權資料與山寨文化的資料請參閱 Hsiao (2014) 和 Lin (2011)。

7. YyEts 是人人影視字幕組的英文名稱。中文字「人人」上下顛倒後即為英文字母 Yy，此名寓意所有中國民眾皆能透過中文翻譯觀看美劇和美國電影。

8. 本文所有譯者名字皆為化名。

9. 1987 年改革開放允許外資到中國東南沿岸經濟特區投資設廠，外資提供機器設備，將產品外包給中國勞工，然後再將產品以他們原有的品牌模式行銷至世界各地，這種生產模式稱為「原始設備製造商」(original equipment manufacturer)，中國稱為「貼牌生產」(Hobday 1995) 。

10. 不同於熱映中的美劇，*The Practice* (1997-2004) 年代比較久遠，美國當地已停播，網路上也很難找到完整原始檔，大部份只有片段檔案，因此，搜尋原始檔相當費時。

臺灣大學學術期刊資料庫

參考書目

賴曉黎

2004 〈網路的禮物文化〉,《資訊社會研究》6：149-172。

Appadurai, Arjun

1996 Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Baker, Judith

2010 Philosophical Comment on Charles Stafford and Francesca Merlan. *In* Ordinary Ethics: Anthropology, Language, and Action. Michael Lambek, ed. Pp. 225-231. New York: Fordham University Press.

Barboza, David

2009 China Yearns to Form Its Own Media Empires. New York Times, October 4.

Ceng, Xuan, and Zi-long Yang

2009 〈530 家 BT 網站死於“大限”多個字幕組面臨解散〉(530 BT Websites Came to the End: Many Subtitle Groups Facing Possible Dissolution),《羊城晚報》(Yangcheng Evening News) 12 月 22 日。

Cheong, Pauline Hope, and Jessie P. H. Poon

2009 Weaving Webs of Faith: Examining Internet Use and Religious Communication Among Chinese Protestant Transmigrants. Journal of International and Intercultural Communication 2(3): 189-207. Doi: 10.1080/17513050902985349

Condry, Ian

2013 The Soul of Anime: Collaborative Creativity and Japan's Media Success Story. Durham: Duke University Press.

Coombe, Rosemary

2004 Commodity Culture, Private Censorship, Branded Environments, and Global Trade Politics: Intellectual Property as a Topic of Law and Society Research. *In* The Blackwell Companion to Law and Society. Austin Sarat, ed. Pp. 369-391.

臺灣大學學術期刊資料庫

Massachusetts: Basil Blackwell. Doi: 10.1002/9780470693650.ch20

Crothers, Lane

2012 Globalization and American Popular Culture. 3rd edition. Plymouth: Rowman and Littlefield.

Diáz-Cintas, Jorge, and Pablo Munoz Sánchez

2006 Fansubs: Audiovisual Translation in an Amateur Environment. The Journal of Specialized Translation 6: 37-52.

Farrar, Lara

2009 Found in Translation: China's Volunteer Online Army. CNN. com, June 16.

French, Howard W.

2006 Chinese Tech Buffs Slake Thirst for U.S. TV Shows. New York Times, August 9. Doi: 10.1126/science.aaf5666

Gries, Peter, Matthew A. Sanders, David R. Stroup, and Huajian Cai

2015 Hollywood in China: How American Popular Culture Shapes Chinese Views of the "Beautiful Imperialist"—An Experimental Analysis. The China Quarterly 224: 1070-1082 doi: 10.1017/S0305741015000831

Hsiao, Chi-hua

2014. The Moralities of Intellectual Property: Subtitle Groups as Cultural Brokers in China. The Asia Pacific Journal of Anthropology 15(3):218-241.

Han, Dong

2010 Can I Own My Writings and Sell Them Too? A Brief History of Copyright in China from the Late Qing Era to Mao's China. Chinese Journal of Communication 3(3): 329-346. Doi: 10.1080/17544750.2010.499636

Harwit, Eric, and Duncan Clark

2001 Shaping the Internet in China: Evolution of Political Control Over Network Infrastructure and Content. Asian Survey 41(3): 377-408. Doi: 10.1525/as.2001.41.3.377

Hobday, Michael

臺灣大學學術期刊資料庫

1995 Innovation in East Asia: the Challenge to Japan. Brookfield, Vermont: Edward Elgar. Doi: 10.1016/0166-4972 (95) 96610-6

Hong, Junhao

1998 The Internationalization of Television in China: The Evolution of Ideology, Society, and Media since the Reform. Connecticut: Praeger.

Jin, Cathy

2010 American Dramas Stride over the Cultural Great Wall. China Decoded.com, October 12.

Kleinman, Arthur, Yunxiang Yan, Jun Jing, Lee Sing, Everett Zhang, Pan Tianshu, Wu Fei, and Guo Jinhua

2011 Deep China: The Moral Life of the Person. Berkeley: University of California Press.

Lambek, Michael

2000 The Anthropology of Religion and the Quarrel between Poetryand Philosophy. Current Anthropology 41(3): 309-320. Doi: 10.1086/300143

Lee, Hye-Hyung

2011 Cultural Consumers and Copyright: A Case Study of Anime Fansubbing. Creative Industries Journal 3(3): 237-252. Doi: 10.1386/cij.3.3.237_1

Lee, Sing

2011 Depression: Coming of Age in China. *In* Deep China: The Moral Life of the Person. Pp. 177-212. Berkeley: University of California Press.

Lemley, Mark

2005 Property, Intellectual Property, and Free Riding. Texas Law Review 83: 1031-1075.

Lin, Yi-Chieh Jessica

2011 Fake Stuff: China and the Rise of Counterfeit Goods. New York: Routledge.

Mauss, Marcel

1967 The Gift: Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies. New York: Norton.

Osnos, Evan

臺灣大學學術期刊資料庫

2007 A Breakout Hit Sweeps China: An Underground Network of Web Users Bypasses Official Censors—All for a Bit of American Escapism. Chicago Tribute, January 18.

Pang, Laikwan

2012 Creativity and Its Discontents: China's Creative Industries and Intellectual Property Rights Offenses. Durham and London: Duke University Press.

Pun, Ngai

2005 Made in China: Women Factory Workers in a Global Workplace. Durham: Duke University Press.

Rein, Shaun

2009 What Coca-Cola Did Wrong, And Right. China.Forbes.com, March 24.

Rofel, Lisa

2007 Desiring China: Experiments in Neoliberalism, Sexuality, and Public Culture. Durham: Duke University Press.

Rohn, Ulrike

2010 Cultural Barriers to the Success of Foreign Media Content: Western Media in China, India, and Japan. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag.

Rose, Nikolas

2007 The Politics of Life Experience. Princeton: Princeton University Press.

Rudowicz, Elisabeth

2004 Creativity Among Chinese People: Beyond Western Perspective. *In* Creativity: When East Meets West. Sing Lau, Anna H. H. Hui, and Grace Y. C. Ng, eds. Pp. 55-86. Singapore: World Scientific Publishing. Doi: 10.1142/9789812567192_0004

Springer, Kyla

2011 Made in China: A Slowly Emerging Consumer Class. Global Envision.com, October 24.

Stafford, Charles

臺灣大學學術期刊資料庫

2010 The Punishment of Ethical Behavior. *In* Ordinary Ethics: Anthropology, Language, and Action. Michael Lambek, ed. Pp.187-206. New York: Fordham University Press.

Vaidhyanathan, Siva

2001 Copyrights and Copywrongs: The Rise of Intellectual Property and How It Threatens Creativity. New York: New York University.

Vann, Elizabeth F.

2006 The Limits of Authenticity in Vietnamese Consumer Markets. American Anthropologist 108(2): 286-296. Doi: 10.1525/aa.2006.108.2.286

Wang, Ya-wen, and Yan Zhang

2007 〈《越獄》背後的中國字幕組〉（The Chinese Subtitle Groups Behind *Prison Break*），《瞭望東方週刊》（Oriental Outlook Weekly）5。

Weber, Max

1946 From Max Weber: Essays in Sociology. H. H. Gerth and C. Wright Mills, trans. and eds. Oxford: Oxford University Press.

Weiner, Robert

2000 Creativity and Beyond: Cultures, Values, and Change. New York: State University of New York Press.

Wines, Michael

2009 Civic-Minded Chinese Find a Voice Online. New York Times, June 16.

Xu, Bin

2011 Explaining Solidarity among Strangers: Interaction Rituals and Publics in the Wake of the 2008 Sichuan Earthquake in China. Ph.D. Dissertation, Northwestern University.

Xu, Minghua

2010 Globalization, Cultural Security and Television Regulation in the Post-WTO China. Ph.D. Dissertation, National University of Singapore.

臺灣大學學術期刊資料庫

Yan, Yunxiang

2009 The Individualization of Chinese Society. Oxford: Berg.

Yang, Guobin

2009 The Power of the Internet in China: Citizen Activism Online. New York: Columbia University Press.

Yu, Peter K.

2001 From Pirates to Partners: Protecting Intellectual Property in China in the Twenty-first Century. American University Law Review 50(1): 131-243.

Zhao, Yuezhi

2008 Communication in China: Political Economy, Power, and Conflict. Plymouth: Rowman and Littlefield Publishers.

Zhao, Yuezhi ,and Zhenzhi Guo

2005 Television in China: History, Political Economy, and Ideology. *In* A Companion to Television. Janet Wasko, ed. Pp. 521-539. Malden: Blackwell. Doi: 10.1002/9780470997130.ch29

臺灣大學學術期刊資料庫

考古人類學刊・第 86 期・頁 111-138・2017

臺灣大學學術期刊資料庫