

〈論文〉

ファン翻訳に関する研究の方向性の検討

—中国におけるロックファンによる翻訳の調査に基づいて—

Investigating Directions for Research on Fan Translation: Based on a Survey of Translations by Rock Fans in China

朱 藹琳

Ailin ZHU

I はじめに

ファン翻訳は、インターネットの発展に伴い世界規模の翻訳行為に発展し、翻訳研究の領域において市民権を得たことはもはや否定できない事実である。翻訳研究においてファン翻訳は近年注目されつつある研究テーマであり、翻訳研究の百科事典と呼ばれる *Routledge Encyclopedia of Translation Studies* の第3版（2019年出版）においても、ファン翻訳（Fan translation）およびファンの視聴覚翻訳（Fan audiolingual translation）の2項目が追加された。本書の全項目を見ると、この2項目は、「イデオロギー」や「規範」、「音楽」や「漫画」などの他の項目と比べると、明らかに名付け方が異なる。「イデオロギー」や「規範」はすでに翻訳研究において概念化されたものであり、「音楽」や「漫画」は翻訳の原作や産出物を研究対象とする分野である。一方でファン翻訳は、翻訳する人の特性によって名付けられ、実践から学問的に注目される分野であると言える。言い換えると、ファン翻訳は、従来の翻訳研究と異なる切り口から翻訳行為を解釈しようとするものであり、また新たな研究分野として研究の可能性を多く秘めているであろう。

ただ、「ファン翻訳とは何か」という問題に関して、つまりファン翻訳を定義することは容易ではない。ファンの学問的研究ですでに論議されたように、アニメや音楽、野球など分野によってファンは異なる仕方でも交流するため、一括りにすることは難しい（Hills 2002 など、Evans 2019 による）。本稿においては、中国語圏におけるファン翻訳の仕方や位置付けなどの実態を明らかにする研究の一環として、中国でのロック・ミュージックのファン翻訳を中心に調査を行い、ファン翻訳の定義に関する手がかりを探ることを目的とする。

II 先行研究

中国語圏においてファン翻訳といえば、「字幕組」と呼ばれる、ファンが海外の映画やドラマなどの視聴覚作品に字幕をつけてインターネット上で公開するファン・コミュニティが思い浮かぶであろう。「字幕組」は中国のみならず欧米でも広がっており、欧米の「字幕組」に関してはすでに複数の研究が見られる（Pérez González 2006b など）。中国における字幕組の誕生の理由として、検閲制度

によって公式に公開することができる視聴覚作品が少ないというのが1つとして挙げられるが、こうした背景において西洋発祥でプロテスト精神を持つと言われるロック・ミュージックはかつて明らかに規制の対象であった。ロック・ミュージックが中国において芽生えたのは1980年代である(王2015)。これは改革開放政策(1978年～)の影響であり、海外の経済制度や技術のみならず、文化の輸入も盛んに行われた。1992年までの中国ロックは、西洋ロックの曲のアレンジのみならず、演奏者の服装や髪形などのスタイルまで模倣している。さらに曲も社会を批判する歌詞が多数であり、当時の政治環境では許されない存在であったため抑圧されていた(*ibid.*)。ゆえに中国ロックは一時期低迷の状態が続いたが、1997年から伝統音楽と融合したり、歌詞の題材を多様化したりして、産業として発展し始めた(*ibid.*)。2019年、中国においてバンドバラエティ番組『楽隊的夏天(*The Big Band*)』が絶大な人気を博し、20世紀末からアウトサイダーの存在として認識されてきたロック・ミュージックは、この番組によって人口に膾炙するようになった。音楽記者の郭小寒が番組で特別に人気のあった7バンドにロックへの道について取材し『生而摇滚(ロックのために生きる)』という本にまとめた。書籍の中には、ロック・ミュージックに関するファン翻訳への言及がしばしばあり、ロック・ミュージックが中国に伝わっていく過程にはロックファンによる翻訳が影響を与えたという可能性を示した。以上から、筆者は中国におけるロックファンによる翻訳に注目し、その形式などの実態を明らかにし、その特徴を掴むことを試みる。

ここではまず、先行研究におけるファン翻訳の定義を確認しよう。ファン翻訳に関する最も単純な定義は、「ファンがファンのために翻訳する一連の行為および産出物」である(Evans 2019)。ファンとは辞書通りの意味で「芸能・スポーツなどの熱心な愛好者。また、特定の俳優・選手・人物・団体などをひいきにする人」を指すが、ファンダムの研究からは、「行き過ぎて、狂気すれすれ」な人々だと見なされて、マスメディアにおいて否定的に捉えられることが多いことを示している(Jenkins 1992)。また、ファン研究において使われる「ファンダム」という用語はさらにファンの定義を拡大し、「感情的関わり合いを持って、習慣的に人気のある物語やテキストを消費する」過程、さらにファンによる二次的な創作物の生産と消費も含まれると主張する研究者もいる。ファン翻訳はまさに、こうした二次的創作物の制作に当てはまる一例である。Jenkins(1992)は、ファンを(原作の)テキストを積極的に活用する受容者と見なし、こうした過程を「参加型文化」と称する。言い換えると、ファン翻訳は、ファンが特定の作品・人物・団体などに関連するテキストを活用し再創作する様々な活動の中で、翻訳に特化したものであると言える。

翻訳研究においてファン翻訳は、アニメやTVショー、映画の翻訳は勿論、漫画翻訳(スキャンレーション)やゲーム翻訳(ハックロム)が最も学問的関心を集めており、小説や歌詞の翻訳はまだ多数ではないのが現状である(Evans 2019)。先行研究において、ファン翻訳の特徴として多く語られるものはいくつかある。

(1) 無償非営利、ボランティア翻訳

ボランティア翻訳に関しては、従来の翻訳研究においてコミュニティ通訳・翻訳が最も多く取り上げられている。コミュニティ通訳・翻訳は予算がないことが原因のボランティア活動であることが多い。一方、ファン翻訳は、ファンが自発的に無償で行う活動である。また両者とも、翻訳・通訳の訓練を受けていないノンプロフェッショナル翻訳者・通訳者が多いという特徴も挙げられる。無償非営利という点は著作権問題にも関係する。ファン翻訳は「厳密に言えば違法だが、公式翻訳と競わない

限りは許容される場合が多い」(Evans 2019)。例えば小説『ハリー・ポッター』の翻訳版が出版される前に、オンラインにおいて各国のファンが自身の翻訳を公開していた、それらは公式翻訳が発行される時点でファンが自主的に削除し、J. K. ローリングからの責任追及もなかった(Chan 2010)。ファンによる翻訳は、分野によって法律上の責任が問われることもあるが、「当初は海賊行為として概念化されたが、その見方は徐々に和らげられた」というのが現状である(Evans 2019)。ファンは金銭的な報酬を求めていないかもしれないが、著作権問題を考慮し、ファン翻訳は無償非営利の性質を帯びることにする必要があるであろう。

しかし、例えばかつてアニメ中心のファン・コミュニティは業界の均質化した翻訳と対抗する(O' Hagan 2008)行動を取ってきたが、現在の「ポストアニメのファン・コミュニティ」は業界と提携するケースも見られる。例えばコミュニティ・メンバーの専門技術が、メディア複合企業によって吸収され、収益化されたケースが挙げられる(Pérez González 2019 など)。こうした場合、ファン翻訳の無償非営利の性質は失われ、市場において合理化される可能性を示した。

(2) 協働翻訳

協働翻訳はファン翻訳のもう1つの顕著な特徴である。ファン字幕を例にすると、「ファン字幕の組織構造には、元動画の提供、翻訳、時間合わせ、文字入れ、編集、動画ファイル作成、配布等、明確な役割分担が存在する」(Pérez González 2006b)。前述の小説『ハリー・ポッター』の翻訳も、ファンによる翻訳の寄せ集めからなるものである。このような協働翻訳が実現できる前提として、インターネットの発展が挙げられる。Pérez González(2019)は「ファン字幕が今日のように世界的な現象になったのは、1990年代のインターネットの普及」によると指摘した。同じ作品やアーティストなどを好きな人同士が、ネット空間に築き上げたWEBコミュニティに集まり、地理的な空間の制約を無くし「脱領土化」(ibid.)することができたのである。

(3) 翻訳のストラテジー

ファンが翻訳する内容については、ジャンルごとに異なる。視聴覚作品や小説、ゲームなどの作品は作品自体のテキストや関連情報を翻訳し、音楽については意味を理解するための歌詞、歌える歌詞、および音楽誌が翻訳されるものとして挙げられる。先行研究によると、ファン翻訳はよりオリジナル志向で、「原作らしさを優先する傾向」(O' Hagan and Mangiron 2013: 302)が見られ、またST(Source Text)文化とジャンル固有の語りの慣習を味わえるように注釈を追加するストラテジーも見られる(Dywer 2018)。さらにタブー語や性的な表現も削除せず、公式翻訳より自由度が高いということも例証されてきた(ibid.)。ファンによる翻訳は、ファンという受容者を意識したオリジナル思考のストラテジーを取りながら、政治的検閲や宗教的抑圧に抵抗する(Pérez González 2019)方針を示した。

以上、翻訳研究における、ファン翻訳に関する先行研究の概況をまとめた。Evans (2019) が述べたように、現在はまだ「ファン翻訳の行われている狭い範囲の領域と、この活動に関する限られた範囲の論点を取り上げているだけ」で、ファン翻訳の歴史や、翻訳研究者が未だ検討していないジャンルおよび素材、ファン翻訳と他の形態のファン活動との結びつきなど、「まだまだ研究されるべき余地は大きい」。本稿は今まで研究されていなかった中国のロックファンを研究対象にし、その実態と特徴を掴むことを試みる。

III リサーチ・クエスチョンと研究方法

上述の先行研究に基づき、本稿は中国語圏におけるファン翻訳に関する研究の第一歩として、主にロック・ミュージック分野に着目し、調査プレリサーチを行う。プレリサーチにおいては、以下のリサーチ・クエスチョンを明らかにする。すなわち、中国におけるロックファンの翻訳にも、前述の先行研究で挙げられたファン翻訳の特徴が見られるか、またどのような特徴があるか、である。調査の結果に基づいて、ロックファンの翻訳という分野を切り口として、中国語圏におけるファン翻訳に関する研究の方向性を検討することを本稿の目的とする。

研究方法は半構造的インタビューとする。ファンによる翻訳産出物は著作権侵害であると見なす考え方が和らいできていることはすでに先行研究で示されたが、万が一に備え、現時点でファン翻訳のテキストを分析する方法は控えることにした。この調査では、中国のロックファンの翻訳に関する特徴を明らかにするプレリサーチとして位置付けるため、インタビュー調査を通して深く聞き込むことが適切であると考えられる。

プレリサーチは2022年11月に行った。筆者が、翻訳物の種類および翻訳言語を考慮して調査協力者を選定し、SNSを通じて4名に調査協力を依頼したが、1名は多忙で辞退したため、調査協力者は3名となった。協力者に研究協力依頼書（中国語）を送付し、同意を得た後に日時を決め、Zoomを使用してインタビューを行った。調査時は主に以下5点について語ってもらい、語りに沿って筆者が追加質問をしている。

- ①ロックを聴き始めたきっかけ、およびファン翻訳を始めたきっかけ
- ②どのように翻訳原稿を入手し、それを翻訳するかを決めるのか、またどのように翻訳したものを共有しているのか
- ③翻訳する過程で困難だと感じるものは何か
- ④ファン翻訳を仕事にしようと思うか
- ⑤ファン翻訳を続けたいと思うか、その理由

調査協力者3名の簡単なプロフィールを以下に示す。

ファンA（以下、FAと称す）：20代前半。ファン翻訳歴約3年。主な翻訳物は、ギタリストL氏に関するニュースおよびインタビュー、動画、L氏とジャンルが類似するバンドの動画。翻訳言語は英語から中国語。

ファンB（以下、FBと称す）：30代前半。ファン翻訳歴約11年。バンド活動をしながら、ロック音楽誌の会社で勤務。主な翻訳物はロック全般のニュースや楽器情報、バンドインタビュー。翻訳言語は英語から中国語。

ファンC（以下、FCと称す）：20代後半。ファン翻訳歴約6年。大学は英語学科を卒業しており、英中の翻訳訓練を受けたことがある。主な翻訳物はバンドEに関する曲背景の紹介およびドキュメンタリー、その他音楽関連のドキュメンタリー。翻訳言語は英語から中国語。

1 辞退した協力者は、依頼者のうち唯一の日本語と中国語間の翻訳であったため、本稿では英語と中国語間の翻訳のみが調査対象となった。

IV 調査結果の分析および考察

3名の調査協力者の語りから、「動機」、「STの選択およびTT(Target Text)の共有」、「翻訳作業と規範意識」、「報酬」の4つのカテゴリーに沿って内容を抽出し、分析して考察する。

4.1 動機

はじめてロックを聴いた時について答える際、3名の調査協力者はそれぞれきっかけが異なっており、3名とも、それまでは中国語や英語のポップソング、または日本語のアニメソングを聴いていた。3名はロックを最初に聴いた時に、「打开了新世界的大门（日本語訳：新しい世界の扉を開いた）」という全く同様な表現を使って語った。これは中国語で近年多く使われる表現の1つであり、今まで全く知らなかった領域の知識や物事を知って、それに惹かれることを意味する。3名ともインタビューにおいて、いままで触れたことのない音楽ジャンルに熱狂的になった様子を語っていた。

ただ、単に「ファン」であるだけで翻訳を始める動機にはならない。ほかの客観的な要因について、3名とも当時の自身の経歴について述べた。FAは、2019年にIELTSの受験勉強として少しずつ翻訳を始めたが、2020年Covid-19によるロックダウンで「暇な時間が多く、ウェブサイトを作って本格的に翻訳を始めた」という。さらに翻訳を始めた当初はWeiboにて翻訳物を共有しており、その理由は「WeiboにL氏のファンや関連情報が全く見つからなかった」からということである。FCはFAと類似しており、英語学科の学生であったため英語力を鍛える理由で翻訳を始め、また翻訳の授業で字幕翻訳を学んだことがきっかけとなり音楽ドキュメンタリーの翻訳を始めた。音楽ドキュメンタリーの翻訳を始めたもう1つの理由は、「最初はそのまま英語字幕のドキュメンタリーを投稿していたが、再生回数はそこそこ多かったのので、中国語字幕にすると、見る人が増えるだろう」と述べたように、受容を意識したことを示した。さらに「バンドEの歌詞の翻訳はととても多い。でも曲の背景とか、ドキュメンタリーとかは誰も翻訳していないようで」とあるように、曲の周辺的な内容に関する翻訳の少なさも1つの理由である。FBは、FAやFCと異なって、音楽を専門にしてバンド活動をしており、ファン翻訳は会社での「仕事」と位置付け、「家族の影響で英語はできるし、（バンドだけでは収入が足りないから）仕事をしないといけない。ロックが好きだし、この会社に入って翻訳を始めた」と述べた²。

ファン翻訳を始める動機は、「ファンである」だけではなく、既存の翻訳物の少なさ、翻訳対象の言語能力を備えること、翻訳物を共有できる環境が整っていたこと、自身の経歴にとって有利になることなどが挙げられる。

4.2 STの選択およびTTの共有

先行研究では、ファン翻訳においては翻訳者、つまりファンが自主的にSTを選択して翻訳すると言及しており、本稿の調査結果もそれを裏付けることができる。またTTの共有についてはいくつかの形式が見られるが、インターネットを媒体にすることが共通点である。

FAは主にL氏に関連するニュースとインタビュー、およびインタビュー動画を翻訳しているため、

2 FBが勤める会社は、ロックに関する情報を発信したり、楽器を教えたり売ったり、ライブを企画し運営したり会社であり、社長から社員まで全員がロックファンである。この点については4.4報酬において詳述する。

L氏の動向に沿ってSTを選択している。また、L氏の昔のインタビューが掲載されている英語圏の雑誌やインタビュー動画をさかのぼって、ネットで閲覧したりダウンロードしたり、または紙の雑誌を入手したりして、「入手できておもしろいもの」をSTとしている。これら以外にも、FAが気に入ったバンドのインタビュー動画も翻訳している。FAが最初に翻訳し始めたのは2019年であり、L氏のニュースや、雑誌のインタビューを翻訳し、テキスト、または画像化したものをWeiboに投稿している。しかしその後FAのWeiboアカウントは、ファン翻訳とは関係のない、規定違反と認定されたものを共有したため削除され、約1年間Weiboで共有していた翻訳物は一瞬で消えてしまった。そしてFAは個人ウェブサイトを立ち上げてそこで翻訳物を共有するようになり、Weiboは短いニュースや新しい翻訳の公開のお知らせ、日常生活のつぶやきなどの役割となった。動画に字幕を翻訳して付けたものは、中国の動画サイトBilibili³に投稿している。FAは、テキスト翻訳および字幕翻訳を軸にし、紙の雑誌も購入しているが、基本的にはインターネットを主要な媒体としてファン翻訳の活動を展開している。

同様に、FCもインターネットを主要な媒体としている。FCは2016年頃からWechatの公式アカウントを開設し、そこに毎日バンドEの一曲をシェアして記事を公開した。FCは自身の好みによって曲を選び、英語のファンサイトに公開されている該当の曲の製作エピソードやレコーディング情報などの背景情報、またはバンドEの「歴史の出来事カレンダー」に沿った物語を中国語に翻訳し、自分の感想を追加して投稿していた。2017年頃に大学の授業で字幕翻訳について学んだあと、バンドEのドキュメンタリー翻訳に重心を移し、公式アカウントの投稿をやめた。翻訳するドキュメンタリーを選定する基準について、FCは以下の通り述べた。「まずは公式の中国語字幕または他のファン字幕がない。まあ、元々公式の翻訳なんてあまりないけどね。2つ目は正しい英語字幕があること。3つ目は私がそのドキュメンタリーを見て、翻訳される価値があって、もっと多くの人に見られる価値があると判断するもの」。なぜ「正しい英語字幕」が必要かという点、FCは、自分は英語学科を卒業しているが「聞いて訳す能力がまだ足りないから」と語った。元動画は、ネットでダウンロードしたり、海外からDVDを購入したりして入手している。字幕を付けた動画は、Bilibiliに投稿するか、露出度の高いシーンがあるなど審査が通りにくいと判断するものはクラウド・ストレージで配布する。新しい翻訳を作成した際は、字幕組のWeiboにリンクを貼り付けて受容者に知らせる。FCはFAと同様にインターネットを主要な媒体として活動をしているが、より多くのプラットフォームを使用している。

FBは現在、二人と同様にインターネットを主要な媒体としているが、最初にファン翻訳を始めた頃は雑誌という形態だった。2000年前後、中国では音楽誌がいくつか創刊されており、FBが翻訳者として務めたX誌はその1つである。X誌は毎月雑誌を刊行するだけでなく、自社のホームページに毎日記事を公開していた。編集者の判断によって、FBや他の翻訳者が翻訳した記事は、雑誌およびホームページのいずれか、または両方でファンと共有していた。しかし、X誌は2014年に雑誌の

3 Bilibili（ビリビリ、中国語：哔哩哔哩）は、中国の動画共有サイトおよび生配信、ゲーム、写真、ブログ、漫画などのエンターテインメント・コンテンツ企業Bilibiliが運営するプラットフォームである。ユーザー数は国内最大級を誇る。サイト内における動画は、中国や海外の正規な視聴覚作品もあれば、ユーザーによるオリジナル動画や二次創作動画もある。また、他の中国のサイトやYouTubeなどから転載されたコンテンツも見られ、著作権法に違反した不正な物が流通しているという問題もある。近年こういった動画は、サイト内の審査によって投稿できなくなったという。

不況で廃刊となり、その会社自体も倒産になってしまった。そこでFBはJ誌を刊行する会社に転職して同じ翻訳の仕事に現在まで続けている。J誌も以前は定期的に雑誌を刊行していたが、2010年代の初め頃、WEBに全面的に移行した。FBは現在J誌のWechat公式アカウントを運営しており、ロックに関する記事を毎日公開している。STに関しても、FB自身で選定していると述べた。「例えば、あるバンドがアルバムをリリースしたとか、ライブレポートとか、バンドマンが使っている楽器の詳細とか、推薦設備とかなど、自分で(内容を)決めている。[中略]読みたいと思う人がいるかどうか、(翻訳する)価値があるかどうか、自分で判断しないとイケないね」。音楽誌であるため、FBはほかの2名と比べてより受容を意識してSTを選択しているが、「ノルマがあるわけではない。上司と言っても同じロックファンだから、考え方が通じている」と述べ、営利目的より、受容者に好まれることを優先している。

さらに、先行研究における音楽分野の翻訳には、歌詞の翻訳が多く見られるが、本稿の協力者3名とも「歌詞は翻訳しない」と語った。その理由について、「歌詞翻訳には詩的な言葉遣いが必要でしょう。私にはそんな能力がない」(FA)、「歌詞をうまく翻訳できる自信がない。読んで分かるけど、ちゃんと翻訳するのが難しい」(FB)、「歌詞の翻訳は『吃力不讨好(日本語訳:骨折り損のくたびれもうけ)』だよ。英語と中国語の差が大きい。あと当時は、(簡単な歌詞だから)大学に行っている人なら翻訳は要らないと思った」(FC)と語っており、英語能力より中国語の能力や評価に対する不安、および必要性の無さが原因として挙げられる。

4.3 翻訳の作業と規範意識

前述の先行研究において、(特に視聴覚作品の)ファン翻訳は基本的に協働作業であることを示した。前節4.2で分かるように、中国におけるロックファンは、記事のみならず視聴覚作品の翻訳にも携わっている。本節では、どのように翻訳作業が行われるのか、またどのような規範意識を持っているかについて述べる。

3名のうち、「字幕組」を設立したのはFCのみである。FCの字幕組は主には音楽関連のドキュメンタリーを翻訳して配布している。自身でSTを選定し、均等の量を4～5名のメンバーで分担して翻訳してもらい、FCは最後に翻訳したデータをまとめて校閲し、字幕を作成して配布する。一見ははっきりとした役割分担だが、FCは「実は困難が山積みだ」と述べた。最もFCが悩まされるのは、翻訳の質だということ。字幕組のメンバーはFCのネット友達であり、「やりたいと言っている人を集めただけ。その熱意が一番。けど字幕組のエントリー基準などはあまり詳しくないから、英語力はチェックしていないんだ」と、FCは翻訳の質のばらつきの理由を述べた。「本当にとんでもないところにミスが出るし、訳が分かりにくい、文字数が多すぎる。[中略]結局自分で最初から直した。というか、自分で翻訳した」という程度であるため、FCは徐々に、1人で翻訳してから、英語学科の同級生に校閲してもらい、字幕を作成し配布する形に変更し、「1人の字幕組」と自嘲気味に話した。こうしてFCは協働翻訳を試みたものの、不明確なエントリー基準により翻訳者の実力がばらついた結果、翻訳の質を保つことができず、1人作業となった。

対して、FAは最初から1人作業である。L氏に関するニュースなど分量の少ない記事は勿論、10ページにわたる雑誌インタビューも1人で翻訳しており、個人サイトも1人で運営している。また、動画の翻訳について、元動画の選定と入手から翻訳、字幕付け、校閲、動画ファイルの作成、Bilibiliや個人サイトでの配布まで、すべてFAの1人作業である。その理由についてFAは明確に語らなかったが、

おそらく前述 4.1 動機に述べた「Weibo に L 氏のファンが見つからない」こと、そして、受容などを意識せずに翻訳を始めたことが理由ではないかと推測できるであろう。

FB は現在勤めている J 誌においては 1 人で公式アカウントを運営しており、ST の選定から翻訳、配布まですべて個人作業である。「去年までは何人かいたが、みんな転職した」と述べた。また、X 誌においては ST の選定および翻訳だけを担当し、レイアウトや配布は編集部が担当していたという。先行研究で確認したファン・コミュニティと異なり、FB は音楽誌の「会社」に勤めているが、組織の人員配置によって柔軟に作業形態を変えている。

また、翻訳の過程において、ロックファンはどのような困難に遭遇し、どのように対処するのかについて、3 名の語りに類似点や相違点が見られた。FC は翻訳しにくい表現として、音楽用語 jam、bassline などを挙げたほか、人名や曲名をそのまま発音や意味から直訳すると字幕が長すぎて字幕のスペースからはみ出ることも言及した。音楽用語は文脈によって意味を汲み取って訳出しているが、「人名や曲名は、1 つの動画内で統一する必要がある。翻訳の授業で、たしか統一性が重要と習った。[中略]ただ曲名とかは、中国語に訳すと見慣れない言葉になるから、最初に英語を併記するとか」というような対処方法に切り替えている。FC と類似して、FA は訛りや、話し手による造語について語った。「L 氏はとにかく英語の訛りが強い。雑誌でもよく分からない表現を使ったりして、理解するのは大変だった」。これが原因で、FA は「L 氏の英語字幕のない動画は ST として選定しない」という。また他のバンドインタビューを翻訳する際も、「多分何かのユーモアで、何回も同じ造語を使っている。全く分からない」といった困難に遭遇し、「知り合いの英語ネイティブに動画を見せて、(その人が)推測した意味で訳し」て対処した。一方で、FB は自身が音楽専門出身のため、英語力に関する自信の無さから「最初はかなり苦労した。まったく分からなかった。電子辞書で調べながら訳して、少しずつ分かってきた。あとは、機械翻訳に訳してもらってから編集する」と笑いながら述べた。FA も機械翻訳の使用について、「2、3 回読んでよく分からない時は、DeepL に訳してもらって、少しずつ修正していく」と語った。さらに FB は検閲制度による困難について言及した。「何らかの理由で国内でツアーができないアーティストもいるんじゃない？アーティスト名を出しても大丈夫だし普通に曲も聞けるけど、例えばあの曲とか、あるよね。ライブレポートやインタビューを翻訳する時は、避けて通れないけど、略称したり、連想させるように書いたりして。分かる人には分かるでしょう。分からない人は・・・仕方ないね」というような工夫をし、なるべく受容者と想定されたファンを ST に近づけようとしている。

4.4 報酬について

前節に挙げた先行研究においては、ファンが無償で行う非営利的な行為としてファン翻訳を定義することが多いが、全く報酬がないわけではない⁴。本稿の調査協力者である FB は音楽誌において勤めているため、もちろん給料をもらっている。ただ、現在の勤め先である J 誌だけで言うと、FB が運営しているオンライン・マガジンは会社の業務の一環とはいえ、営利目的ではなく、他の業務で補っているという。また、FC はバンド E に関する情報発信をして SNS で有名になり、音楽企画会社から寄稿を依頼されている。言い換えると、翻訳して発信するという行為自体は非営利であるが、他に何らかの形で翻訳者は報酬を得ていることが明らかになった。ただ、ファン翻訳という行為は、必ずしも「営利」と結びつくわけではないことが分かった。

4 この点については李 (2022) にも言及があり、読者から翻訳者には「打賞 (投げ銭)」という形で謝礼を支払っている。李 (2022) については 4.5 にて詳述する。

4.5 研究の可能性

本節では、上記の分析と考察に従って、中国におけるファン翻訳の研究の可能性について論じる。

(1) ファンの位置付け：可視性と不可視性

Venuti (1995) が翻訳者の可視性と不可視性の概念を提起した後、その概念は様々な翻訳研究において使われるようになった。ヴェヌーティは、同化翻訳は流暢な訳文を産出し、TT の異質性を最小限に抑える「透明」で「不可視的な」翻訳方略であると指摘し、異化翻訳は ST の言語的・文化的差異を認識させる「可視的な」翻訳方略として推奨している。可視性と不可視性の概念は、翻訳者の位置付けに関する議論に用いられ、翻訳者の倫理に関する議論に拡大した (Hermans 2019)。つまり、翻訳者は目立たない姿で、黒衣のような不可視の存在なのか、それとも自分の意思を持って訳出する可視の存在なのか、という議論が広まったのである。筆者はかつて中国の日系企業に勤務する通訳者を研究対象とし、半構造的インタビュー調査による結果をケース・スタディで分析し、可視性・不可視性の概念を用いて通訳者の位置付けを考察して通訳者の倫理を明らかにした (朱 2022)。こうした分析と考察は同様に、ファン翻訳の研究に用いることが可能である。本稿における調査協力者に限って言うと、FA は Weibo で自身の翻訳を配布すると同時に、日常生活も呟いている。FA にとって、Weibo は TT を共有する場所ではなく、プライベートの領域まで含まれるため、可視的に位置付けることができるだろう。対して、FC は字幕組専用の Weibo を使用して TT を共有し、さらに語りにおいて字幕にはなるべく注釈を入れないようにしていると述べたことから、翻訳者の不可視性を示した。ファン翻訳を行っているファンたちは翻訳過程を支配すると同時に、ST に対しても、受容者に対しても心的距離が近いと言える可能性が考えられる。こういった翻訳者が自身を可視性・不可視性のどちら側に位置付けるかを考察することは興味深い。

(2) メディアの変遷および主体性

調査協力者の語りで分かるように、ST の入手および TT の共有には媒体の変遷に沿った変化がみられた。紙媒体の音楽誌、オンライン音楽誌、Weibo や Wechat の公式アカウント、動画サイト (Bilibili)、これらのメディアを行為主体の対象やコミュニケーションを運ぶ媒介体、および表現形式それ自体として見なすことができる。Littau (2011) は翻訳研究におけるこうしたメディア転回の先駆者であり、コミュニケーションとテクノロジーの本質に関する生産的かつ複雑な相互行為のために新たな空間が切り開かれたとした (Armstrong 2019)。特に TT の共有において、テキストを運ぶメディアがどのような役割を果たしたかは注目に値する。特にデジタル媒体の出現によって、いかにテキストの意味やナラティブ、時間性および主体的立ち位置が拡大したのか、著者・読者・翻訳者などの従来の役割がいかに変化したのかについても研究する価値があると考えられる。メディア研究の知見を取り入れたり、アクターネットワーク理論を参照したりし、メディアを行為主体的な存在として理解して人間の行為主体がいかに働きかけるかといった研究の可能性が広がる。また、メディアの変遷に関する研究は同時に、中国におけるロック・ミュージックのファン翻訳に関する歴史研究にもなりうる。これもファン翻訳の研究において可能性を秘めるテーマであろう。

(3) ファンに対する呼び方：「粉丝」または「～迷」

今回のインタビュー調査によって、調査協力者の語りから新たな研究の可能性が浮き上がった。そ

れは「ファン」に対する呼び方であり、3名とも異なる名称を使用した。

元々中国語において fan という語については、「粉丝」、「～迷」、「飯」という3種類が見られる。「粉丝」および「飯」は fans/fan の発音から訳されたものである。「迷」は中国語では、「熱中してやみつきになる」という意味を表す動詞であるが、形態素としてファンの意味を表し、例えばサッカーファンなら「足球迷」、将棋ファンなら「棋迷」など、fan の訳語として使われている。ファン研究において、Jenkins (1992) の中国語訳では「粉丝」が使われ、ロックファンに関する研究では「粉丝」も「乐迷」のいずれも見られた (高 2019、趙 2022)。筆者は調査協力依頼書においては「乐迷」を使用した。その理由は筆者の習慣でもあるが、もう1つは、「粉丝」という語は時に行き過ぎた行為と結びつけられるため、協力者に不快な印象を与える可能性を避けたかったからである。インタビュー調査においては、協力者が自身も含める、ある特定のバンドのファンのことについて語る際、FA は「粉丝」、FB は「乐迷」、FC は「粉丝」、「乐迷」、「歌迷」の3つを混用した。勿論、言葉の使用は個々人の習慣があるものの、使用名称およびその使用時の文脈を確認すると、個人が「ファン」という集団に対する意識を反映している可能性が考えられる。このクエスチョンを明らかにすれば、中国におけるファン翻訳の研究に新たな切り口を開くこともあり得るであろう。

(4) 多様なファン翻訳の形式

本稿は研究のプレリサーチとして小規模なインタビュー調査を行ったが、すでに先行研究と異なるファン翻訳の形式が確認された。翻訳の作業自体について、例えばファン自身で ST を選択したり、よりオリジナル志向で翻訳したりする点は先行研究の裏付けになったが、協働作業、ノンプロフェッショナル翻訳者、また非営利という点でより多様なファン翻訳の形式を確認できた。ファン翻訳の非営利という特徴について、李 (2022) は Wuxiworld という中国の武侠小说をファンが英語に翻訳するサイトに対し綿密な調査を行い、読者が自主的に翻訳者への感謝の気持ちを表すための「投げ銭」や、サイトの会員に登録して会費などを支払っていることなどを挙げ、無償ではないことを指摘した。しかし、李 (2022) は Wuxiworld におけるこうした翻訳活動をファン翻訳と捉えず、「商業性コミュニティ翻訳 (Commercial Community Translation)」として捉えた。本稿において FB が務める音楽誌の場合は、李が取り上げたパターンと類似するが、こうした形式もファン翻訳と捉えて翻訳の定義を拡大し、例えば「ポスト・ファン翻訳」という枠組みで研究を展開すれば、新たな可能性が広がるであろう。

V 今後の展開

以上、本稿は中国におけるロックファンによる翻訳の調査をし、「動機」、「ST の選択および TT の共有」、「翻訳作業と規範意識」、「報酬」の4つのカテゴリーに沿って内容を抽出して分析・考察を行い、ファン翻訳に関する研究の方向性について検討した。本稿をプレリサーチとして位置付け、今後は引き続き調査を実施し、中国語圏におけるファン翻訳の仕方や位置付けなどの実態を明らかにする。また、本稿においては「ファンの位置付け:可視性と不可視性」、「メディアの変遷および主体性」、「ファンに対する呼び方」、「多様なファン翻訳の形式」という4つの研究の可能性を挙げたが、ファン研究はもちろん、メディア研究やアクターネットワーク理論、ネットノグラフィーなど他分野の知見を取り入れながらさらなる研究を進め、その上ファン翻訳における研究の可能性を広げていきたい。

参考文献

- Armstrong, G. (2019) 'Media and mediality' in Baker, M. and Saldanha, G. (ed) *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, Third Edition. Taylor & Francis Books UK.
- Chan, L.T.-H (2010) *Readers, Reading and Reception of Translated Fiction in Chinese*, Manchester: St Jerome.
- Dwyer, T. (2018) 'Audiovisual Translation and Fandom' , in L. Pérez-González (ed.) *The Routledge Handbook of Audiovisual Translation*, London & New York: Routledge, 436–452.
- Evans, J. (2019) 'Fan translation' in Baker, M. and Saldanha, G. (ed) *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, Third Edition. Taylor & Francis Books UK.
- 高雲棣 (2019). “音叉”网站乐评翻译实践报告. 河北師範大学修士論文.
- Hermans, T. (2019) 'Positioning' in Baker, M. and Saldanha, G. (ed) *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, Third Edition. Taylor & Francis Books UK.
- Jenkins, H. (1992) *Textual Poachers: Television fans and participatory culture*, London: Routledge. (『文本盜獵者：電視粉絲与参与式文化』. 鄭熙青 (訳). 北京大学出版社.)
- 李彦 (2022). 中国網絡文学在虚拟社区中的訳介——基於 Wuxiaworld 的網絡誌研究. 上海外国語大学博士論文.
- Littau, K. (2011) 'First Steps towards a Media History of Translation' , *Translation Studies* 4(3): 261–281.
- O' Hagan, M. (2008) 'Fan Translation Networks: An accidental translator training environment?' , in J. Kearns (ed.) *Translator and Interpreter Training: Issues, Methods and Debates*, London & New York: Continuum, 158–183.
- O' Hagan, M. and C. Mangiron (2013) *Game Localization: Translating for the global digital entertainment industry*, Amsterdam: Benjamins.
- Pérez-González, L. (2006) 'Fansubbing Anime: Insights into the butterfly effect of globalisation on audiovisual translation' , *Perspectives*, 14(4): 260–277.
- Pérez-González, L. (2019) 'Fan audiovisual translation' in Baker, M. and Saldanha, G. (ed) *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, Third Edition. Taylor & Francis Books UK.
- Venuti, L. (1995). *The translator' s invisibility: A history of translation*. London & New York: Routledge.
- 王黔 (2015). 搖滾危機：20世紀90年代中国搖滾音樂研究. 上海書店出版社.
- 趙棟梁 (2022). “干草叉”网站乐评修辞格翻译实践报告. 遼寧大学修士論文.
- 朱藹琳 (2022). 『コミュニケーション摩擦場面から見た通訳者の倫理 - 中国の日系企業における社内通訳者を中心に -』 神戸大学大学院国際文化学研究科博士論文.

参考図書

- 郭小寒 (2020). 『生而搖滾』. 中信出版集团.