

网络众包翻译模式研究

陆艳 著



中国出版集团



世界图书出版公司

本书得到教育部人文社会科学研究项目资助（14YJC740062）

网络众包翻译模式研究

陆 艳 著

中国出版集团

世界图书出版公司

广州·上海·西安·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

网络众包翻译模式研究 / 陆艳著. —广州: 世界图书出版
广东有限公司, 2014. 9

ISBN 978-7-5100-8586-4

I. ①网… II. ①陆… III. ①计算机网络—应用—翻译—模
式—研究 IV. ①H059-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 219966 号

网络众包翻译模式研究

策划编辑 王颖萱 朱华燕

责任编辑 李玄梅

封面设计 汪 玲

出版发行 世界图书出版广东有限公司

地 址 广州市新港西路大江冲 25 号

电 话 020-84459702

印 刷 武汉三新大洋数字出版技术有限公司

规 格 880mm × 1230mm 1/32

印 张 6.25

字 数 150 千字

版 次 2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5100-8586-4/H · 0871

定 价 28.00 元

版权所有, 翻印必究

目 录

前 言	1
第一章 绪 论	6
1.1 研究背景与目的	6
1.1.1 研究背景	6
1.1.2 研究意义	8
1.2 研究综述	11
1.2.1 众包翻译的概念解析	11
1.2.2 众包翻译的应用研究	13
1.2.3 众包翻译的技术模式构建	14
1.2.4 众包翻译的管理机制研究	17
1.2.5 众包翻译的语料库研究	18
1.3 结构思路与技术路线	19
第二章 众包翻译模式解析	21
2.1 众包翻译的概念来源	21
2.1.1 众包释义	21
2.1.2 众包翻译的概念	22
2.2 众包翻译的发展过程	24
2.3 众包翻译模式的特点	25
2.4 众包翻译的参与者分析	27

2 《《 网络众包翻译模式研究

2.5 众包翻译模式的关键问题	32
2.5.1 众包翻译的技术平台开发	33
2.5.2 众包翻译对专职译者的影响	36
2.5.3 众包翻译中的质量控制	37
2.6 本章小结	37

第三章 众包翻译的案例分析

39

3.1 众包翻译的应用案例分析	39
3.1.1 新闻/信息领域	39
3.1.2 非营利组织	41
3.1.3 影视	42
3.1.4 在线语言学习	43
3.1.5 政府组织机构	44
3.1.6 文化传播	47
3.2 众包翻译应用案例的比较	48
3.2.1 众包翻译应用案例的比较	48
3.2.2 众包翻译的产业应用趋势	50
3.3 众包翻译的中国发展现状	51
3.3.1 译言网	51
3.3.2 果壳网	52
3.3.3 拓言新辞	53
3.3.4 译网	56
3.4 多样化众包翻译应用案例对我们的启示	57
3.5 本章小结	58

第四章 信息技术驱动翻译模式变革下的众包翻译解析

59

4.1 翻译的商业化发展	59
4.2 ICT 技术与商业模式创新	60

4.2.1 商业模式基本理论	60
4.2.2 ICT 技术对商业模式的创新影响	62
4.3 ICT 技术驱动下的翻译商业模式创新: 从 Web2.0 到大数据	63
4.3.1 网络环境下的翻译商业模式分析框架	63
4.3.2 Web2.0 环境下的翻译商业模式创新	64
4.3.3 大数据下的翻译商业模式创新	66
4.4 商业模式视角下的众包翻译解析	75
4.4.1 众包翻译: ICT 驱动下的典型商业模式	75
4.4.2 众包翻译的商业模式解析	76
4.4.3 众包翻译模式的商业化实现路径	78
4.5 众包商业模式创新的实践: 基于译言网的案例分析	80
4.5.1 译言网商业模式的创新: 从博客型到平台型的众包	80
4.5.2 译言网的商业盈利模式实现探索: 维基模式到平台分 账式	81
4.5.3 译言网的运营模式: 层级架构外包	82
4.5.4 商业化中的教训	83
4.6 本章小结	84
第五章 众包翻译的技术平台架构研究	86
5.1 翻译产业环境变化下的翻译信息技术特点	86
5.1.1 翻译产业环境的新要求	86
5.1.2 翻译产业环境下的翻译信息技术模式比较	87
5.2 亚马逊土耳其机器人分析	91
5.2.1 亚马逊土耳其机器人的概念与产生	91
5.2.2 亚马逊土耳其机器人的运营模式	92
5.3 基于云计算的众包翻译平台构建	94
5.3.1 云计算下的翻译模式框架设计	94

4 ◀◀ 网络众包翻译模式研究

5.3.2 翻译管理系统功能介绍	96
5.3.3 云计算下翻译模式的特点	100
5.3.4 云计算翻译框架下翻译模式的融合: 翻译云	101
5.4 本章小结	103
第六章 众包翻译的管理机制研究	104
6.1 众包翻译管理概述	104
6.2 众包翻译的动机与激励	105
6.2.1 动机与激励的理论回顾	105
6.2.2 众包翻译的动机分析	109
6.2.3 众包翻译的激励机制设计	111
6.3 众包翻译质量管理	115
6.3.1 众包低质量结果的产生原因	116
6.3.2 现有方法存在的问题	117
6.3.3 众包翻译的质量控制思路	118
6.3.4 众包翻译的质量评估方法	121
6.4 众包翻译的监管控制	124
6.5 众包翻译管理机制的应用: 以字幕组翻译为例	127
6.5.1 字幕组的产生与发展	128
6.5.2 字幕组的特点与运行模式	133
6.5.3 字幕组发展中的问题	137
6.6 本章小结	138
第七章 众包翻译模式变革下的 MTI 培养策略研究	139
7.1 翻译专业硕士 MTI 的发展概述	139
7.2 翻译商业模式变革对翻译专业人才培养带来的挑战	142
7.3 基于网络众包翻译模式的 MTI 的发展建议	143
7.3.1 我国 MTI 建设的现状	144

7.3.2 国外 MTI 课程建设的实例	145
7.3.3 体现价值主张的课程方向设置	147
7.3.4 MTI 技术课程体系的构建	149
7.3.5 体验价值评估的 MTI 的实践教学	152
7.4 本章小结	154
第八章 众包翻译的研究展望：生态翻译系统的视角	155
8.1 生态翻译学理论对众包翻译研究的启示	155
8.2 生态翻译学的理论介绍	156
8.2.1 生态翻译学的理论框架	156
8.2.2 生态翻译学的研究进展	164
8.3 基于生态翻译学视角的网络众包翻译模式分析框架构建	165
8.3.1 基于翻译生态—译本生命—译者生存的网络翻译模式 建构	166
8.3.2 基于生态翻译学理念的网络翻译要素分析	168
8.4 基于生态翻译学视角的网络翻译模式分析框架的研究拓展	169
8.4.1 解构网络翻译的本质特征	169
8.4.2 基于生态翻译学视角的众包翻译模式的实践发展方向	171
8.5 本章小结	172
结 论	173
参考文献	176
后 记	191

前 言

众包翻译是近几年来随着互联网技术的发展和普及而出现的新事物，对其关注和研究在国内也是刚刚起步。网络在我们的生活中现在已经无处不在，通讯终端的更加轻便，以及通信费用的大幅降低，再加上各种即时通讯软件的开发和应用普及，让每个人都在不知不觉中成为网络内容的创造者和分享者。而众包翻译又成为这些信息传播的助推力，充分体现了网络自觉自发和分享的文化。当我们使用维基百科来了解身边各种各样概念的时候，我们会惊叹于它内容磅礴；当我们在公开课平台上观摩世界一流大学教授的各门课程时，字幕让我们跨越了语言的障碍；当我们焦急地期盼喜爱的美剧、韩剧或日剧时，我们已经忘记了在那个译制片时代从一部影片的引进、配音到后期制作所需要经历的漫长等待。我们在享受着网络给带来的便利，享受着网络为我们提供的文化与娱乐的饕餮盛宴时，是否应该想一想，是什么让这一切成为可能。众包翻译，网络大众的生产力，不可小觑。虽然它在我们的生活中已经存在，并逐步成为行业热议的话题，但受到的翻译专业人士的关注依然不多。

爱尔兰多柏林城市大学的学者 Michael Cronin 指出，信息时代其实就是翻译的时代。在中国的翻译历史上我们看到过几次翻译高潮：从东汉末年的佛经翻译到近代中国的西学东渐，内容包括自然科学方面的书籍和西方启蒙思想作品以及文学作品，然而，这些翻译高潮比起现在网络环境下的信息大潮，已经相形见绌了。

如此巨大的信息潮，若没有现代化的信息技术，是根本无法完成它的传播和利用的。再有，翻译的内容需要也变成了即时出现、无规则的碎片化信息。它们是我们生活的一部分，不能因为语言障碍而阻断。翻译已经不再是简单的文本语言之间的转换，其实它从来就没有那么简单，翻译活动所涉及的人力、物力、财力都需要考虑。科学家们想用机器翻译来替代人工翻译，但是至今，机器翻译依然不能令人满意。而众包翻译模式在机器翻译和传统的人工翻译之间架起了一座桥梁，众包中巨大而廉价的人力资源，结合机器翻译的结果可以让翻译在质量、成本和速度上都得到提高。因此，众包翻译这个课题，不仅仅是一个翻译学和翻译实践的课题，它也是一个翻译经济学课题，需要进行跨学科研究。那么到底什么是众包翻译？它有哪些特点？在哪些行业有应用？众包翻译有哪些问题？如何让众包翻译模式健康可持续的发展？

为了详细全面地了解众包翻译，本书旨在建立众包翻译的分析框架，希望通过对众包翻译模式进行较为全面的梳理，从而对上述问题给出解答。全书共分8章：

第一章绪论，对众包翻译模式的研究背景与目的进行阐述，并对现有的相关研究进行了综述，提出了本书的结构思路和技术路线。

第二章众包翻译模式解析，对众包翻译模式的产生及其特点进行了论述。众包翻译模式是随着互联网的普及和进一步发展而形成的。这种把过去交由专职译员执行的任务，外包给网络上的志愿译员来完成，就形成了我们所说的众包翻译。众包翻译模式与传统翻译模式相比有很多不同之处，主要体现在翻译协作的规模化、工作流程的开放性和译者身份的多重化上。但是，要让众包翻译能更好地发挥其功能并非易事。这需要我们在质量、控制和激励三方面对众包翻译加以管理。

第三章介绍并分析了众包翻译在不同领域的应用案例，让我

们可以更加全面深入地了解众包翻译在我们身边的应用。除了在社交网站的成功应用之外，众包翻译应用涉及的领域发展迅速，超出了人们的想象。众包翻译在新闻、影视娱乐、政府等多个领域都扮演着重要的角色。在影视领域，字幕组（Fansubbing）的诞生就是众包翻译的典型例子。一群具有相同兴趣爱好的网民，自发为自己喜爱的影视作品进行字幕翻译，并同时在社区中与他人分享，分文不取。而公民新闻模式的新闻传播加上众包翻译的应用更是扩大了新闻的传播范围，增强了其影响力。各种各样的非营利性组织利用众包翻译采集客户资料和信息，更好地了解受助者的情况。公共事业组织使用众包翻译提升公众对其事业的认知程度，吸引更多的志愿者和捐助人。对于语言多样化的组织来说，众包翻译起到了保存语言多样性的作用。众包翻译的应用领域当然也包括教学，通过分包翻译任务，让网民在完成各项小型的翻译任务的同时学习语言，也达到一定的效果。这些应用不论在众包对象、参与目的、组织方式和绩效产出上都有所不同。在中国，众包翻译网站如译言网、果壳网、东西网等也都在利用众包翻译这一新模式，为自己营造一片天空。但是比起众包翻译在国外的使用，还非常有限。今后，我们应该看到众包翻译在对我国语言文化保护、实现逆文化传播方面发挥重要的作用。同时也要不断探索出一条符合我们国情的对志愿译者的长效激励之路，同时做好众包翻译的舆情控制。

第四章尝试从商业模式的视角对众包翻译的行业发展进行分析和展望。翻译活动不是个体的偶然行为，它除了是一种文化交流活动，更是一种行业，是一种商业行为。在信息时代的今天，大量的信息如果没有翻译的支撑，无法实现广泛的传播，所以有必要对翻译进行行业研究。本章从商业模式理论入手，将商业模式分析框架中的价值主张、价值网络、价值创造来源和价值评估方式引入对众包翻译模式的研究中来。ICT 技术集信息、通信和技

术于一体,改变着网络环境,也使网络众包翻译模式发生着悄无声息的变化。在 Web2.0 时代,众包翻译的典型商业模型有工具型、平台型和定制型。但是,到了大数据时代,由于数据的海量级提升,数据来源的非结构化和多元化,内容需求的及时处理要求和价值变化,让翻译行业面临着新的挑战,同时也带来了新的机遇。专业化分工的快速和知识分享的质量提升是价值创造的关键,依托平台型的定价模式是众包翻译模式商业化盈利的方向,而技术平台和管理机制则是众包翻译的建设路径,本章最后以译言网为例,分析了众包翻译的实践应用。

第五章众包翻译的技术平台架构,通过对机器翻译和众包翻译的速度、成本和质量以及内容需求满足这四方面的对比入手,面对新环境下的翻译产业需求,从两者的优缺点互补的角度,提出构建众包翻译平台的设想。并通过介绍亚马逊机器人这一众包平台,提出云计算下的众包翻译平台构建和翻译云的概念。

第六章众包翻译的管理机制研究是继平台建设后的又一个解决众包翻译的重点。众包翻译实践的关键要素有三:平台、控制和激励。在第五章本书架构了众包翻译平台,本章将从激励和质量、管理控制等方面对众包翻译的管理机制进行探讨。本书针对三大要素分别提出了众包翻译管理机制的设计思路。

第七章翻译模式变革的 MTI 培养模式策略中,首先分析了翻译模式变革后的新环境:社交媒体和协同技术的发展,本地化主导下的机器翻译模式和专业化定制性翻译行业的区分,对 MTI 的计算机信息化能力要求、专业化培养发展趋势和项目管理能力提出了新的要求。因此,MTI 的培养计划和课程设置也应该有相应的变化。针对当前机器型翻译主导的 MTI 教学体系,翻译实践教学占比较少等问题,在借鉴了国外 MTI 课程建设案例后,我们认为更加贴近信息化时代特点和语言服务行业技术需求的课程是我们现在所欠缺的,亟待完善。除了在课程设置中根据翻译商业模式

的变革趋势，增加方向性的课程体系之外，对于 MTI 培养另外一个重要的方面就是加强实践教育，围绕商业模式的价值评估，鼓励学生参与商业模式的创业与实践，商业模式的创新与变革是建立在具有创新思想的翻译专业人才的基础上的，因此在 MTI 教育中加强学生该方面的思维和能力训练相对于传统的翻译教学更加适合产业化和职业化的需要。

第八章在众包翻译的研究展望中，首先介绍了生态翻译学的概念，其核心内容中的整体综观和跨学科研究给了我们启示。然后，利用生态翻译学的研究思路和基本理论对众包翻译这一新的网络翻译模式研究进行拓展。

最后，本书进行了总结，提出了研究结论和建议启示。

第一章 绪 论

1.1 研究背景与目的

1.1.1 研究背景

众包翻译是一个新事物，虽然翻译本身是一个古老的行业，但是像许多其他传统的行业一样，在互联网和信息技术的催生下，翻译的内容、产生方式、要求等都发生了变化。

首先，它的诞生与互联网和信息技术的发展密不可分。自 Web2.0 一词被 O'Reilly 在 2004 年的国际会议上第一次使用以来，标志着一个重要的网络时代的到来 (Barry, 2008)。Web2.0 的特点是用户生产内容 (user-generated content) 和社交网络 (social networking)，网络用户参与网页内容制作和分享是这个时代的重要标志。Web2.0 的形式有社交网、视频分享、维基和博客等。例如 Facebook 和 Youtube 网站都是通过用户生成内容来获取利润。在 Web2.0 时代之前，网页内容都是由特定的组织如政府、公司或团体针对某些特定的目标人群生产和发布，其内容相对稳定，若有需要，软件本地化服务企业会使用标准的工作流程将它们翻译成多国文字。但是，Web2.0 时代的到来，带来的不仅仅是内容生产者数量的急剧提升，也使得内容变得更加多种多样。这对于原有的职业翻译人群来讲是一个挑战，也迫使传统的翻译方式加以改

变。同时，由于内容生产者的差异性大，他们对翻译质量的要求也与原来内容发布者的要求大不相同，换句话说，他们对于翻译质量的要求不会像职业翻译那么严苛。

再者，我们也要看到社交网络上的用户不仅在交流，同时也在分享自己在网络上生成的内容。不容忽视的是，这些内容在交流的过程中已经实现了价值创造。这样一群在网络上创作、分享的人，我们把他们称为“社区”。众包翻译里“众”便是这样一群网路使用者。他们的生产力是不容忽视的，谷歌在收购 Youtube 时出价 16 亿 5 千万，看重的就是当时在 Youtube 上已经积累起来的人气——社区，而当时 Youtube 自身的员工只有 67 人（Howe, 2008）。所以利用社区自身的人力资源，来完成以往由极少数专业人士才能完成的任务，也成为可能。

虽然，网络大众的生产力早就得到关注，也有很多应用，但是，众包一词是由美国记者 Jeff Howe 于 2006 年 6 月在美国《连线》杂志的一篇文章中首次正式提出的。2009 年，Jeff Howe 又通过《众包：群体力量驱动商业未来》一书更为详细地阐释了众包这一现象，该书介绍了众包的现在、过去和未来，解释了它的缘起、普遍性、力量以及商业上的适用性。当时间、空间以及生产工具等多方面的桎梏被信息技术打破，以往架设在众多业余爱好者和少数专业人士之间的成本藩篱逐渐消失，业余爱好者能够被方便地为企业所用，比起传统雇佣，企业的用人成本大为降低。这种被称为“网络社会化大生产”的方式，迅速地被应用到各个领域，一跃成为人们热议的话题，翻译也在其中。众包翻译模式在很大程度上体现了众包的这些特点：志愿、网络协作、内容的生产者也是消费者。2007 年，著名的社交网站 Facebook 发动其双语用户志愿为网站进行翻译，并一举成功，开启了众包翻译模式，并迅速在多个领域发挥作用。

这个新模式赋予了翻译新的功能和意义，也让我们对翻译进

行了重新的审视和定义。

1.1.2 研究意义

(1) 理论意义: 众包翻译的研究是网络时代的翻译新模式的研究, 是翻译理论的新突破

1972 年, 美国荷兰裔翻译理论家 James Holmes 在一次国际应用语言学会议上发表了“翻译研究的名与实”(The Name and Nature of Translation Studies) 的论文, 提出要把翻译研究作为一门独立的学科的基本构想, 勾画了一个翻译学的整体构架, 描述了翻译研究所应涵盖的内容(胡庚申, 2013)。按照霍姆斯的结构图, 翻译学分为“纯理论”翻译学和“应用”翻译学。但是, 当时作为诗人、文学家和文学翻译家的 Holmes 并没有料想到 40 多年后科技的迅猛发展, 已经改变了翻译的图景。正如谢天振(2012) 指出的那样: 当前翻译所处的时代语境性质发生了变化, 我们的翻译研究未能及时跟上这一变化。21 世纪, 翻译需求的急剧增加对翻译手段的革新提出了迫切的要求, 结合信息技术手段进行翻译和研究已是大势所趋(许钧、穆雷, 2009)。王华树等(2013) 也在《信息化时代应用翻译研究体系的再研究》中指出现代翻译理论对于应用翻译的研究远远不够, 对现代化的语言服务行业不甚关注, 远不足以让我们认识到翻译现象和翻译过程的全貌, 认识到翻译活动与现代社会发展的密切关系。而在许钧、穆雷对中国翻译研究 30 年(1978-2007) 的研究统计中, 计算机与翻译、翻译行业和管理、翻译工具研究一直鲜有人问津。这种理论研究的缺失和互联网技术的迅猛发展, 以及众包翻译应用的极速提升, 反差巨大。在理论研究方面留下空白, 不利于我们对翻译的全面认识和理解, 所以理应受到我们关注。

在研究方法上, 语言学途径、文化学途径、哲学途径一直是

翻译学研究所青睐的,但是,我们看到在翻译实践中,特别是对翻译的人群,使用的工具、内容要求和质量要求以及文本的生命周期都已发生变化的今天,要全面真实的了解翻译行为,还应该拓宽我们的视野,不排斥将翻译作为行业或是商业行为来研究的方法和途径。因为众包本身就是一种商业模式。众包和翻译相遇,赋予了翻译新的发展空间和新的内涵,也给翻译带来新的问题。众包翻译中译文质量的衡量与控制,译者身份的界定,志愿翻译社群与主流翻译之间的文化冲突等,都是众包翻译模式亟待研究的问题;对这些问题的研究,将进一步拓宽翻译研究的广度和深度。

(2) 实践意义: 众包翻译的研究对于组织和运用众包翻译模式指导翻译实践具有重要意义

随着全球化进程的加快和信息技术的发展,语言服务业作为一门新兴产业,正在蓬勃发展。Common Sense Advisory (美国一家语言服务行业调查机构) 在5月发布的2013年全球语言服务市场报告中预测,2013年全球外包语言服务市场规模为347.78亿美元,较2012年增长5.13%,并且呈持续增长态势(Hegde, 2013)。

《中国语言服务业发展报告2012》显示,2010年我国语言服务业的年产值为1250亿元人民币,2011年为1576亿元人民币,而到2015年,语言服务企业年产值将超过2600亿元人民币,专职从业人员将达到200万人,语言服务企业数量将突破6万家,并且随着网络经济的发展,以互联网、多媒体为载体的语言服务产生了迫切需求。由此可见,语言服务产业对我国经济、社会的发展起着日益显著且不可替代的作用。^①(陈爱松,2014)

^① 陈爱松. 中国语言服务行业的回顾与展望 [J]. 海外英语, 2014, 2: 111-114.