

# 熟悉的陌生人： 《三国演义》的大众化接受

[中] 柳岳梅\*

## 目 录

- 一、从历史到文学：正史的通俗化进程催生《三国演义》
- 二、从文学到娱乐：现代传播方式加深《三国演义》的大众化接受
- 三、熟悉的陌生人：《三国演义》大众化传播的思考

电影《赤壁》的热映在大众层面继“易中天品三国”节目之后再度激发《三国演义》接受高潮，但批评亦随票房的攀升而来：编导到底看没看过《三国演义》啊？有人质疑，吴宇森的《赤壁》与《见龙卸甲》一样，是对《三国演义》的恶搞。由此引发的思考是：面对当代大众接受层面，《三国演义》如何从经典走向通俗？

本文以为，《三国演义》在其成书和大众化传播进程中始终存在着经典与通俗的二元变换。一方面，《三国演义》小说的问世是《三国志》正史通俗化的产物；另一方面，《三国演义》小说走出学术研究的象牙塔而在当代大众文化圈影响深远正是因其传播方式多样化所致。因此，经典的通俗化、大众化传播本身值得肯定，它是经典在民间鲜活传承的一种状态，需要解决的是，如何把握经典与通俗二元转换的尺度。本文先以历史到文学的演进说明通俗化如何催生《三国演义》小说，继之以文学到娱乐的进入说明通俗化如何加深了《三国演义》的大众接受，据此分析《三国演义》大众化传播接受中的存在问题，并对解决策略提出探讨性看法。

---

\* 上海财经大学国际文化交流学院副教授, liuyumei@mail.shufe.edu.cn

## 一、从历史到文学：正史的通俗化进程催生《三国演义》

从《三国志》到《三国演义》，三国历史在其传播中经过了一个由经典到通俗的阅读过程。“拥刘反曹”观念的形成与强化可视作这次通俗化的思想产物，《三国演义》小说的诞生则是文本结果。众所周知，西晋陈寿《三国志》是三国历史最早的记载，出于史官的职责，陈寿秉承客观叙述三国纷争、风云聚合，不添加个人感情色彩。他遵循历史年代的自然更迭，以晋承魏，尊曹魏为汉末正统。《三国志》为三国故事的流传及《三国演义》成书提供了史实资料和文本依据。但《三国志》是供执政者思考兴亡得失的史著，而非为市井细民写心、入于俚耳的通俗小说。从《三国志》到《三国演义》，三国故事有一个漫长的流传过程，帝魏寇蜀还是拥刘反曹成为其间的主旋律。有学者指出，“钦定的正史虽有帝魏帝蜀之争，莫不赞叹刘备的‘德’，西晋以来的民众几乎清一色，都是拥是反曹派，而且此风越演越烈。”<sup>1)</sup>经典史著《三国志》记载的三国史实在大众传播进程中形成了新的阅读文本，从而改写了《三国志》相关人物的历史评价，《三国演义》就是《三国志》大众化阅读的直接产物。

首先，《三国志》的通俗化有正史编撰者的参与。《晋书》载东晋习凿齿撰写的《汉晋春秋》，反对以晋承魏，主张以晋承汉，表达了鲜明的拥刘反曹思想。他在《皇晋宜越魏继汉不应以魏后为三恪》中反对“以晋承魏”，指出：“若以魏有代王之德，则其道不足；有静乱之功，则孙刘鼎立。道不足，则不谓制当年；当年不制于魏，则魏未曾为天下之主；王道不足于曹，则曹未始为一日之王矣。”结论是：“以晋承汉，功实显然；正名当事，情体亦厌。”无独有偶，南朝刘宋的裴松之奉命“采三国异同以注陈寿《国志》。”《四库全书总目提要》评价裴注“杂引诸书，亦时下己意。综其大致约有六端：一曰引诸家之论，以辨是非；一曰参诸书之说，以核伪异；一曰传所有之事，详解委曲；一曰传所无之事，补其阙佚；一曰传有之人，详其生平；一曰传所无之人，附以同类。”裴松之肯定《三国志》尊曹魏为正统，但纵观裴松之征引笔记记载的三国故事多呈拥

1) 张锦池《中国四大古典小说论稿》P1，华艺出版社1993年版。

刘贬曹倾向，意在说明“王道不足于曹”，曹操乃“宁我负人，毋人负我”之辈；刘备则“信义著于当年”。这种补史观的形成正如唐代史学家刘知几所述：“自魏、晋以降，著述多门，《语林》、《笑林》《世说》、《俗说》皆喜调谑小辨，嗤鄙异闻，虽为有识所讥，颇为无知所悦。而斯风一扇，国史多同。”<sup>2)</sup>野史笔记述三国历史人物时，情感倾向分明，因有道听途说之嫌而为正史编撰者鄙弃，却深受民众欢迎，这种民间阅读的好恶，反过来影响了国史的编撰思想。因此，北宋司马光《资治通鉴》虽在时间表上和逻辑上论证了曹魏政权为正的合法性<sup>3)</sup>，但写史观点却贬曹操仅以“暴戾强伉”而“有大功于天下”，“蓄无君之心久矣”<sup>4)</sup>，赞刘备“虽颠沛险难而信义愈明，势逼事危而言不失道。”<sup>5)</sup>较之于司马光，南宋朱熹《通鉴纲目》则从时间承续到观点申述均标明奉蜀为正统的思想，于“汉献帝建安二十五年”之后，接以“汉昭烈帝章武元年”，刘友益《纲目书法》明述朱熹意志：“大书章武何？绍昭烈于高光也。魏篡立，吴割据，昭烈亲中山靖王之裔，名正言归，舍此安归？”概而言之，正史编撰者的思想日益向民间“拥刘反曹”情感方向靠近，直接参与了经典的大众化接受过程。

其次，《三国志》的通俗化有着广泛的民间创作基础。裴松之征引的笔记和赵翼《廿二史札记》所叙三国故事代表了两晋南北朝以来民间阅读的好恶倾向。《三国志·魏书·太祖本纪》注引《曹瞒传》叙曹操暴虐：“有幸姬常从昼寝，枕之卧，告之曰：‘须臾觉我。’姬见太祖卧安，未即寤，及自觉，棒杀之。”《关张马黄赵传》注引《云别传》写刘备与赵云君臣契合：“初，先主之败，有人言云已北去者，先主以手戟掷之曰：‘子龙不弃我也。’顷之，云至。”赵翼《廿二史札记》例举两晋南北朝“称勇者必推关张”的趣事。《晋书·刘遐传》叙刘遐击贼之壮勇，“比之张飞、关羽。”《宋书·檀道济传》叙道济有勇力，“时以比张飞、关羽。”《南史·文惠太子传》赞“略阳垣历生、襄阳蔡道贵，拳勇秀出，

2) [唐]刘知几《史通·书事》

3) ) [宋]司马光《资治通鉴·魏纪一》：“昭烈之于汉，虽云中山靖王之后，而族属疏远，不能纪其世教名位，亦犹宋高祖称楚元王后，南唐烈祖称吴王恪后，是非难辩，故不敢以光武及晋元帝为比，使得绍汉氏之遗统也。”

4) [宋]司马光《资治通鉴》卷68。

5) ) [宋]司马光《资治通鉴》卷57。

当时以比关羽、张飞。”《北史·杨大眼传》云：“当世推其饶果，以为关张弗之过也。”《陈书·萧摩诃传》评萧摩诃之勇曰“有关张之名，可斩颜良矣。”赵翼的结论是关张二公之名“威声所垂，至今不朽。天生神勇，固不虚也。”我们都知道，《三国志》名将如云，其中不乏勇在关张之上者，唯二人威声垂于后世，究其原因，如学者所示，非徒以勇，而是“刘备集团德声所垂”使然<sup>6)</sup>。这种价值判断取向延至隋唐，杜宝《大业拾遗录》载隋炀帝率群臣看水傀儡表演，分别是“曹瞒浴谿水，击水蛟”、“吴大帝临钓台，望乔玄”、“刘备乘马渡檀溪”，第一个叙曹操之奸诡，第三个叙刘备脱险，情感倾向蕴于其间。<sup>7)</sup>唐代大觉《四分律行事钞批》记载了“死诸葛走生仲达”故事，展示了诸葛亮六出祁山以报先主知遇之恩、直至星落秋风五丈原、鞠躬尽瘁的精神品格。由上述可知，两晋南北朝直至隋唐，民间传说对三国历史的解读一直奔涌着“拥刘反曹”的思潮。

还有，《三国志》的通俗化得益于职业艺人的传播。说书技艺的出现以及在此基础上写就的平话文本，其情感倾向代表着《三国志》的通俗化结果。“说话”技艺在北宋时期走向细化，出现了霍四究这样的“说三分”专业艺人，其表演态度是向观众的喜好靠近的。东坡《志林》载：“涂巷中小儿薄劣，其家所厌苦，辄与钱令聚坐听说古话。至说三国事，闻刘玄德败，颦蹙有出涕者，闻曹操败，即喜唱快。以是知君子小人之泽，百世不斩。”《三国志平话》可视作职业艺人写作的说书文本，其中拥刘反曹的基调已是旗帜鲜明的了。

另外，《三国志》的通俗化还有赖于文人的专业创作。唐诗很多作品以三

6) 张锦池《中国四大古典小说论稿》P4，华艺出版社1993年4月版。

7) 曹操谿水击蛟，事见《三国志·集解》卷一引刘昭《幼童传》：“太祖幼而智勇。年十岁，常浴于谿水，有蛟逼之，自水奋击，蛟乃潜退。浴毕而还，弗之言也。后有人见大蛟，奔退，太祖笑之，曰：‘吾为蛟所击而未惧，斯畏蛇而恐耶？’众人问，乃知，咸惊异焉。”刘备跃檀溪，事见《三国志·先主传》裴松之注引《世语》：“备屯樊城，刘表礼焉，惮其为人，不甚信用。曾请备宴会，蒯越、蔡瑁欲因会取备，备觉之，伪如厕，潜遁出。所乘马的卢，骑的卢走，堕襄阳城西檀溪中，溺不得出。备急曰：‘的卢，今日厄矣，可努力！’的卢乃一踊三丈，遂得过，乘桴渡河，中流而追者至，以表意谢之，曰：‘何去之速乎！’”张锦池先生释二例：“一言刘备脱难之奇，一言曹操自幼便心术不正，褒此贬彼的情绪似乎还是明显的。”《中国四大古典小说论稿》P5，华艺出版社1993年版。

国为题材，几乎都是赞赏刘备集团信义、忠诚的基调，仅杜甫就写作了二十多首与诸葛亮有关的诗。元代关汉卿、王实甫、郑光祖、高文秀等剧作家创作的三国戏多达四十余出，以关羽为主角的有12出，以张飞为主角的有8出，以诸葛亮为主角的有7出，<sup>8)</sup>其共性为拥刘反曹，歌颂蜀汉人物的“汉家节。”

由上可知，叙述三国的正史编撰者、民间故事讲述者、说书艺人和文人虽身份有别，目的不同，却在“通俗化”上交汇了，其结果是催生了小说《三国志通俗演义》（该书经毛宗冈修订定名为《三国演义》，本文均用《三国演义》，不对二者做区别），它标志着三国故事从史学纪实向文学审美的转变。有意思的是，《三国演义》问世后，关于三国历史的接受，民间已经抛开《三国志》而以《演义》为文本了。为此，清人章学诚《丙辰札记》批评《三国演义》：“七实三虚惑乱观者”，可见，《三国演义》是对《三国志》的通俗化，一方面，它使三国历史达到妇孺皆知的深度，另一方面，它也使《三国志》在大众心目中成为“熟悉的陌生人。”

## 二、从文学到娱乐：现代传播方式加深《三国演义》的大众化接受

《三国演义》问世后以各种艺术形式经历着民间传播的通俗化过程<sup>9)</sup>。20世纪九十年代以来，现代传播方式的多样化缩短了大众与经典的距离，“文学名著的荧屏化、漫画化在当代进一步扩大了文学名著的影响”<sup>10)</sup>，《三国演义》也以新的传播形式进入当代大众视野。除读原著、听评书的传统接受方式外，以《三国演义》为题材的影视剧、媒体文化节目、展览、实用性解读出版物、连环画与动漫、网络游戏等现代传播方式为这部名著再度通俗化提供了便捷途径，使该书不只停留在中国古典文学研究的学术领域，而且进入大众层面，被重新制作、加工、解读和接受。

8) 丘振声《三国演义纵横谈》P40，漓江出版社1983年1月版。

9) 关四平《三国演义源流研究》，黑龙江教育出版社2009年1月版。

10) 唐骅《多媒体视觉艺术的文化特征》，《美与时代》2008年第4期。

比较各类现代传播方式可知,《三国演义》借助视觉艺术的传播是最具影响力的。“在当下的景观社会背景下,视觉因素正越来越多地侵入非视觉艺术的领域,使音乐、文学等非视觉艺术视觉化或影像化”<sup>11)</sup>,大众“由通过语言把握世界到通过图像把握世界,其实质是从语言范式向图像范式的转变”<sup>12)</sup>,因此,《三国演义》在视觉艺术中的突出影响首推影视作品。调查受众,我们发现,无论在中国本土,还是海外他国,大多数人是通过影视作品来“阅读”《三国演义》的。20世纪九十年代中期,中国中央电视台(下称“央视”)推出八十四集连续剧《三国演义》,第一次借助电视屏幕把这部古典名著向大众推出,反响之好使该剧至今被视作古代小说现代展示的成功之作,声誉远及境外。近年来,《三国志之见龙卸甲》、《赤壁》也以极高的票房证明了影视手段在《三国演义》大众化传播中占绝对优势,成为受众“阅读”小说最便捷的方式。以《赤壁》(上)为例,2008年8月亚洲总票房超过5.3亿元。强劲接受势头保持到2009年初《赤壁》(下)的上映,一周内,中国内地票房接近1亿四千万。境外传播同样火爆,中国多家官方网站介绍了韩国电影振兴委员会的统计资料:《赤壁(下)》2009年在韩国上映12天后,观影人数顺利突破200万人。目前,《赤壁》掀起的《三国演义》接受风潮虽落下帷幕,但中国导演高希希集结中日韩三国力量联合制作新版电视剧《三国演义》已是未成曲调先有情,引发了受众期待。由于现代生活紧张导致阅读时间下降、原著太长、读图易于读字等原因使得大众选择观看《三国演义》影视来替代文本阅读。

较之影视,连环画、动漫等视觉艺术构成了《三国演义》大众传播的另一渠道。这种方式“造成了图像与文字的互文性”<sup>13)</sup>,达到了直观接受效果。中国大陆三国连环画以上海人民美术出版社编发的《三国演义》为代表,以60册的宏大规模推出,并不断再版,至少两、三代人以此为桥梁走近《三国演义》,其经典地位无可替代。2009年4月18日,代表中国内地原创漫画最高水

11) 魏毅东《视觉文化背景下的视觉垄断与视觉殖民》,《学术月刊》2009年4月第41卷。

12) 唐骅《多媒体视觉艺术的文化特征》,《美与时代》2008年第4期。

13) 周宪《读图·身体·意识形态》,《文化研究》第3辑P76页,天津社会科学出版社2002版。

准的“中国原创新漫画·四大名著”首部作品《三国演义》问世发行，在韩国、日本等境外市场引起震动。对此，《漫友》杂志社社长金城评价：“以漫画这种世界性文化表现语言，把中国辉煌灿烂的古典文学巨著全新诠释，不失为本土原创文化在形式和内容之和谐构筑上的一次可喜突破。”<sup>14)</sup>

网络游戏搭建了《三国演义》的又一种视觉艺术接受平台。在这一领域中，从文本解读到产业运作，《三国演义》得到了最大限度的开发，形成了魅力独特的游戏三国文化。相当数量的青年受众借游戏与《三国演义》第一次亲密接触，从而了解三国历史，认识英雄人物，感受小说的政治策略与生存智慧。我们知道，《三国演义》在日、韩及东南亚国家也是耳熟能详的小说文本，《三国演义》游戏开发极其成功。日本光荣公司制作的《三国志》系列是三国游戏策略类最为成熟的作品，它既展示了三国时期群雄割据的历史画面，又反映了攻守联合、出奇制胜的谋略。2004年初，该公司推出第十代“三国志”游戏，因深得青年人的喜爱而稳固占据着“三国游戏”市场。中国国内制作的游戏以《三国群英传》系列为代表，现在已经出到了第五代。

近来，展览凭借视觉艺术的直观性成为《三国演义》大众化接受的新形式，最有轰动效应的当属“大三国志展”。此展览由日本外务省、文化厅和中国文化部、中国国家文物局等多家单位联合主办，汇集近200件中日两国三国志珍贵展品的，自2008年5月在日本东京富士美术馆等地开展以来，观展人次已过百万。有别于中国内地展出模式的是，该展览在海外市场的推出方式是以《三国演义》小说叙述为主干，以文物为辅助，继电视剧《三国演义》、电影《赤壁》之后，在日本掀起了又一波三国热。2009年上旬，《大三国志展》回归中国本土，相继在上海、湖北巡展，激发了青年观众对《三国演义》的兴趣。须强调的是，展览期间，仍有大量日本观众飞赴中国观展。

与上述借助视觉艺术的传播相比，媒体制作的“代读”三国的文化节目在《三国演义》大众化传播中也有深远的影响。<sup>15)</sup>央视百家讲坛推出的“易中天品

14) 引自中国新浪网·文化读书：<http://book.sina.com.cn/z/sgyy/>

15) 梅新林、葛永海针对“百家讲坛”类型的文化节目提出了“代读”与“自读”的概念。参见《经典“代读”的文化缺失与公共知识空间的重建》，《中国社会科学》2008年第2期。

三国”倍受大众青睐，连带引发《三国演义》的接受热潮，有人称2006年为“三国年”。就传播效果来看，虽然易中天讲的是《三国志》而非《三国演义》，但因节目将收视者锁定为大众而非专业学者，讲授者采用了说书方式并常引用小说材料，大众注意力也集中在故事性、趣味性乃至探秘性上，而有关历史与小说的分辨度远没有那么清晰。与百家讲坛相呼应，上海纪实频道也推出了一档以三国为话题的学术快餐节目。就本质而言，从央视百家讲坛的“易中天品三国”到上海纪实频道的解读三国都造成了小说文本的代读模式，这一模式推动了《三国演义》大众化传播。以易中天《品三国》为例，在网络阅读取代纸质文本阅读的当下，其首印量达55万册。易中天在北京中关村图书大厦签售《品三国》（下），一个小时卖出了两千多本。同样，在上海书城，《品三国》（下）于两小时内卖掉300多本书。值得关注的是，在纸质文本的三国出版物中，易中天《品三国》销售量是高于《三国演义》小说文本的，这说明，大众是通过专业学者代读三国的心得类读本完成有关原典接受和思考的。代读三国的出现是有社会原因的，时下，《三国演义》海内外受众大部分是知识群体中的非专业群体和非知识群体。《三国演义》虽属于白话小说，但时代语境的变化使得小说的历史背景和语言形式对一部分当代读者群构成阅读障碍，他们懒得从纷繁的人物关系和错综交叉的情节中提炼结论，力不从心但又想享受精神成果，应时而生的名家解读解决了这一困窘。代读者“有较深的研究”，能“把握受众群体的欣赏口味；从容地适应大众媒体的传播方式”，因而以“精神导师”的身份肩负着‘文本重释’与‘精神领航’的双重使命。”<sup>16)</sup>

此外，经典当代应用价值再分析之类的出版物则将《三国演义》的文化魅力引入大众功利性阅读。直至今日，《水煮三国》、《品三国悟管理》等仍是《三国演义》增殖读本的一种常见类型。此类出版物放弃三国的历史讲述与文学审美，利用人们急功近利的心理，把《三国演义》纳入实用视野，把《三国演义》打造成为管理学教材。这种阅读法始于海外三国文化圈，比如日韩企业

16) 梅新林、葛永海《经典“代读”的文化缺失与公共知识空间的重建》，《中国社会科学》2008年第2期。

相当推崇《三国演义》的管理智慧，并对此进行实用主义推广。近年来，国内也日渐接受了这种解读模式。

总的来说，自上世纪九十年代到现在，《三国演义》走出学术象牙塔，进入大众文化视野，视觉艺术手段的传播影响尤其突出，它凭借充满冲击力的画面和影像造型以及和谐的音乐所构成的观影空间，使人们在感受《三国演义》时，由“沉思式”审美向“投入式”审美转变。<sup>17)</sup>这种转变是以远离原典为代价的，随之而来的是，《三国演义》成为“熟悉的陌生人”。我们并不赞同《三国演义》仅曲高和寡地留在学术研究视野，《三国演义》的传播应当走向大众化。但面对社会生活模式的巨大变化，如何完成经典的通俗化传播，读什么？怎样读？

### 三、熟悉的陌生人：《三国演义》大众化传播的思考

经典通俗化、大众化向来与批评的声音同行。《三国演义》问世后，有关正史与虚构对立冲突的责难屡见不鲜，“好为绚染，以诬古人”<sup>18)</sup>，清人王应奎《柳南随笔》责其“俗语不实，流为丹青”，清人翟灏《通俗篇》认为书中关羽亡命、张飞卖肉、刘备卖履，三人桃园结义的内容均属“荒诞不经”。清人章学诚《丙辰札记》的观点最有代表性：“唯《三国演义》则七分事实，三分虚构，以致观者往往为所惑乱。如桃园等事，士大夫有作故事用者矣。故演义之属，虽无当于著述之伦，然流俗耳目渐染，实有益于劝惩。但须实则概从其实，虚则名著寓言，不可错杂如《三国》之淆人耳。”与《三国志》相比，市井细民是通过《三国演义》接受道德教化，完成历史阅读的。然而当下，《三国演义》在大众视野中同样呈现出“熟悉的陌生人”状态。

这一现象的出现和经典当代接受方式的改变有关。《三国演义》走向视觉文化

17) 唐骅《多媒体视觉艺术的文化特征》，《美与时代》2008年第4期。

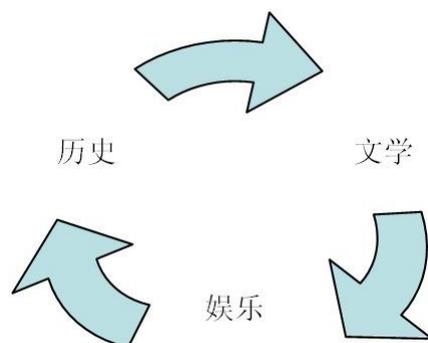
18) 蒋瑞藻《小说考证拾遗》引《阙名笔记》。古典文学出版社1957年7月版。

盘踞的中心地带，“看起来好像是电影与文学的互惠合作”<sup>19)</sup>，实际存在偏误。徐巍提出“在这样一种语境中，影视与小说可能存在着三种关系：附属、互动与背离”<sup>20)</sup>，三国影视剧作品因远离或者戏说原著，严重影响着大众接受。以小说和电影对小乔的不同处理为例，《三国演义》第44回诸葛亮拿小乔说事智激周瑜，“将军何不去寻乔公，以千金买此二女，差人送与曹操，操得二女，称心满意，必班师矣。”第48回曹操赤壁之战前宴长江横槊赋诗亦称：“昔日乔公与吾至契，吾知其二女皆有国色。后不料为孙策、周瑜所娶。吾今新构铜雀台于漳水之上，如得江南，当娶二乔，置之台上，以娱暮年，吾愿足矣。”《三国志》并无类似记载，但历史真实不能与文学真实互相等同。从文学真实来看，这段虚构故事产生了文学的阅读效果。小乔并未出场，作者借小乔写出了诸葛亮智慧的人性化，写出了周瑜城府极深的性格（诸葛亮有此一激，周瑜方说出自己早有北伐之志），还写出了曹操的骄纵。读者当然知道赤壁之战的必然性与小乔无关，有关小乔的文字不过是大战前夕戏剧化气氛的烘托，增强作品的可读性。与原著处理不同，吴宇森电影《赤壁》由林志玲所饰的小乔颇遭观众诟病，一是人物苍白空洞，与其说小乔之美而贤是为衬托周瑜的青年才俊，不如说是利用偶像以求票房，战争没能让女人走开。二是小乔被假定成曹操青年时期的梦中情人，为此画饼充饥、移花接木，宠幸一貌似小乔之人聊解相思，最后由夏侯惇说出曹操发动赤壁之战的真相：“原来大哥打这场战争是为了一个女人。”如此，曹操的雄才大略、战略眼光都被冲冠一怒为红颜的滥调淹没了。《赤壁》将虚写之事落实，刻意强化了小乔的作用，其结果既降低了曹操的智商与赤壁之战的意义，把曹操写成酒色误事的自大狂，也低估了观众的智力，原著强强相较的精彩消失了，赤壁之战被庸俗为中国版的特洛伊之战。我们能够认同《三国演义》对《三国志》的通俗化，客观看待文学解读和历史解读的不同目的，但不能接受娱乐文化对《三国演义》的庸俗化，降低原著的魅力。“视觉文化传播时代的来临，不但标志着一文化形态的转变和形成，也标志一种新传播理念的拓展和形成。”<sup>21)</sup>我们必须看到，当代三国故事的传播面临三个体系：

19) 魏毅东《视觉文化背景下的视觉垄断与视觉殖民》，《学术月刊》2009年4月第41卷。

20) 徐巍《媒介演变与小说的可能衰落》，《榆林学院学报》2008年第1期。

21) 张丽君《视觉文化传播的若干思考》，《青年记者》2009年第14期。



娱乐体系的三国是前两者在接受过程中的增殖结果，三者形成互动。在这一传播过程中，文字传播的式微和视听图像的媒体霸权是不争的事实。<sup>22)</sup>图像凭借轻松的直观性拥有得天独厚的话语权，被观众接受。影视编导和媒体应该扮演解惑者，借用视觉艺术的优势向大众展示三国在史学体系与文学体系的差异。央视老版三国剧以还原经典为己任，尊重小说原貌，精典段落都配上字幕来解决小说文白相间的语言障碍，因此得到学界的认可。但它的观众群基本是35岁以上，由于缺少清新的视觉效果和快节奏的转换，议论过多而显得枯燥，使该剧失去了年轻的观众群。与之相比，《见龙卸甲》和《赤壁》考虑了人物的偶像效应和轻松的接受方式，却又严重偏离原著，招致非议。如何拍出既有观赏性又不悖离原著的三国作品是留给影视圈思考，影视艺术强大的辐射效应使它有责任完成这一思考，承担经典传承中通俗化的任务。

代读三国的文化节目存在同样问题。正如梅新林葛永海指出经典代读带来文化虚假繁荣一样<sup>23)</sup>，我们可以说，由代读三国引发的三国热是有泡沫成分的，受众离小说原貌还很远。如果说，《三国演义》与《三国志》的关系是七实三虚的话，那么代读者的三国与《三国演义》形成了新一种虚实关系，其结

22) 唐骅《多媒体视觉艺术的文化特征》，《美与时代》2008年第4期。

23) 梅新林、葛永海《经典“代读”的文化缺失与公共知识空间的重建》，《中国社会科学》2008年第2期。

果是造成《三国演义》是读者心中“熟悉的陌生人。”专业人士的学术背景令读者产生错觉，把其个人体验式的分析等同于学术认定，读者离原典越来越远，依赖代读者的灌输替代与原典的接触。由于“视觉文化使当代文化接受者的审美趣味和接受习惯发生了巨大变化，观众们日益习惯于追求戏剧化、震惊、奇观化效果以及对自身窥视欲的满足”<sup>24)</sup>，代读者受制于媒体和大众，不得不关注趣味性和娱乐性，舍弃学术深度与思想高度，无论历史释读还是小说释读都侧重人谋，极力挖掘三国政治斗争中的权谋韬略，令人觉得《三国演义》乃权谋之书，文学的审美、净化功能被实用主义阅读所取代。从娱乐效果来看，代读是成功的，但从《三国演义》的接受效果来看，代读模式令人担忧，“个体阅读取代大众阅读，个体思考取代大众思考，长此以往，大众群体将无意也无能进行自主阅读，会导致其思考力、批判愿力、创造力的衰退”<sup>25)</sup>，对原典的感悟似是而非，形成“熟悉的陌生人”现象。

本文以为，经典传播的通俗化方向是值得肯定的。《三国演义》记录了一个特殊时代的风云际合，汇集了中国传统文化的精华思想，文本凝具着历史重量和文学审美的双重魅力，在儒家文化圈中传承至今。以其为核心可以带动传统文化的传播与思考，因此，不应仅是专业人士解剖的对象，关于它的研究成果应该包括如何引领大众接受传统文化精华的部分。所以，《三国演义》必然要进入大众视野。需强调的是，专业研究人士在三国故事通俗化进程中扮演的角色是促动读者完成对经典的亲近和自读。正如梅新林、葛永海所说，“代读者能够比较准确、透彻地理解经典本义，并能通过媒体中价最大限度地将经典的原汁原味传达给受众群体”，“应以自己所确认的精神高度为坐标，不断提升受众群体的文化素养与精神境界”，“首先由代读引领，然后应是‘代读’与‘自读’的两相并行”，“将经典的‘代读’转变为‘导读’”<sup>26)</sup>。

24) 徐巍《视觉时代的小说空间——视觉文化与中国当代小说演变研究》，学林出版社2008年3月版。

25) 梅新林、葛永海《经典“代读”的文化缺失与公共知识空间的重建》，《中国社会科学》2008年第2期。

26) 梅新林、葛永海《经典“代读”的文化缺失与公共知识空间的重建》，《中国社会科学》2008年第2期。

最后，媒体的目标需要清晰。媒体为大众创造了一个与《三国演义》亲密接触的视听平台，电视节目、出版物和网络在选择三国做话题时，应该以什么为目的？重视商业利益而屈从大众接受喜好还是引领大众亲近原典最终完成自读？《三国志》与《三国演义》与大众隔膜的是历史背景、语言，它们构成了阅读的障碍，这也是媒体应借助电子化优势为大众解决的部分。“媒体文化策略运用的失当”，“导致了其文化角色定位的偏移，因而常常出现角色的越位现象。媒体应为学者自主性的经典解读提供丰富的信息资源与强有力的技术支持，尽可能尊重和呵护学者的文化理想和学术个性”，“为推动从经典‘代读’走向‘自读’的历史性转移创造良好的舆论氛围。”<sup>27)</sup>

综上所述，本文以为，时代转型期，《三国演义》的经典重读面临着通俗与还原的冲突，既要肯定经典通俗化带来的正面传播效应，它所形成的影响力有利于传统文化的保护和传承；又要维护经典的原貌，确立通俗化的尺度，适合当代语境的细节真实不能阻碍历史真实。需要现代传播者思考的并非如何简单稀释、勾兑原典，而是解决原典阅读中的障碍，以便捷的方式促动《三国演义》的大众化传播。

---

27) 梅新林、葛永海《经典“代读”的文化缺失与公共知识空间的重建》，《中国社会科学》2008年第2期。

### 参考文献

- 《三国演义》，北京，人民文学出版社，1998年
- 《三国志》，北京，中华书局，2005年
- 张锦池，《中国四大古典小说论稿》，北京，华艺出版社，1993年 4月
- 徐巍，《视觉时代的小说空间——视觉文化与中国当代小说演变研究》，上海，学林出版社，2008年
- 丘振声，《三国演义纵横谈》，南宁，漓江出版社，1983年
- 关四平，《三国演义源流研究》，哈尔滨，黑龙江教育出版社，2009年 1月
- 易中天，《品三国》（上），上海，上海文艺出版社，2006年
- 易中天，《品三国》（下），上海，上海文艺出版社，2007年
- 丁锡根，《中国历代小说序跋集》，北京，人民文学出版社，1996年
- 刘世德，《话三国》，北京，中华书局，2007年

<Abstract>

Familiar stranger

: the the understanding of The Romance of the Three Kindoms among the public

Liu Yue Mei

This article presents the spread of the story of Three Kingdoms, from the field of history to literature, and then from literature to popular pastime. Changing from classic literature to popular reading is the feature of this process. Due to the misleading introduction of the mass media, The Romance of the Three Kingdoms becomes the “familiar stranger”. This article points out that the media and scholars should take the responsibility to promote the spread of this novel properly among the public so as to help readers understand this classic work correctly

Key Words : spread, The Romance of the Three Kingdoms, popular culture, classic, visual arts

투고일 : 2010. 1. 10. / 심사일 : 2010. 1. 15. ~ 2010. 2. 10. / 게재확정일 : 2010. 2. 15.