

海外的「三国热」及其成因

· 谭良啸

近年来，在海外掀起了一般经久不息的“三国热”。

《三国演义》早在公元1689年就传入日本，被译成日文，称《三国志》。300年来，该书广为流传，影响极大。《出师表》、《隆中对》等文曾列入日本学校的汉文教材。书中的很多名言、故事，如“三顾茅庐”、“鱼水关系”、“危急存亡之秋”、“挥泪斩马谡”、“鸡肋”、“白眉”、“髀肉之叹”、“刮目相看”、“吴下阿蒙”等已家喻户晓，妇孺皆知，不少已融入日语，成为典故。

近二三十年，日本出版商鉴于国民深爱三国人物，不断推出各种版本和类型的《三国志》读物，形成一股“三国”出版热浪。

我曾请日本庆应义塾大学立间祥介教授整理出一个关于《三国演义》的书目。其中，1956年——1986年的30年里，在日本出版的《三国演义》全译本有6种，摘译本有4种，少儿读本有9种，总计达19种之多。此外，还有新编本、改写本、连环画等形式的《三国演义》近30种。

至于研究方面的著作就更多了。立间先生的“书目”中开列有4类，即介绍、入门类，索引、辞典类，人物评传类，应用研究类。在1962——1987年中，4类书共出版57种。而在应用研究上，成果尤为引人注目。

在日本经济高度发展的推动下，不少学者从纯学术转入应用研究，把《三国演义》中的兵家权谋和用人之道引入现代企业的经营管理和人际关系中。从1979年至1987年的8年里，“书目”所列这方面的专著达18种之多。其中，大桥武夫著的《三国志兵法与中国人》（经营社1979年出版）、安冈正笃著的《三国志与人际学》（全国师友会1979年出版）、守屋淳著的《三国志与人才学》（PHP研究所1981年出版）、阿部幸夫著的《三国志中的软

研究信息



与硬的战略战术》(日新报道社1981年出版)、城野宏著的《三国志与脑力开发》(竹井出版社1984年出版)、松本一男著的《三国志的英雄与日本的最高领导人》(三笠书房1985年出版)等书都颇有新意。据悉,有不少企业和商家通过学习《三国演义》及有关研究论著来加强经营管理,协调人际关系,已收到明显的效果。日本一位教授曾指出:松下幸之助因善于运用诸葛孔明的谋略战术,从而使他的松下电气公司成为了日本的大企业。

在日本,“三国”出版热的程度,还从发行量中得到充分反映。例如,著名画家横山光辉改编的《三国志》连环画,分14开和条32开两种版本,各为45和60册一套,印数已逾3000万部。京都女子大学教授狩野直禎著的《诸葛亮评传》,自1979年出版后,在8年中重印了15次。这些都是令我国出版界惊讶的数字。

刊载零星论文已不适应“三国热”的需要,不少刊物就以连载和专号的形式刊登关于《三国志》的文章;有的刊物还别出心裁长期辟专栏,刊登关于《三国志》的各种信息以及读者的感想,解答他们提出的问题。如《中央公报》杂志在1986年连载著名作家陈舜臣著的《诸葛亮》,潮出版社的《少年月刊》杂志在1987年连载立间祥介著的《三国志行》,《愿望》经济月刊曾编辑《三国志——商业学的宝库》专辑。学研出版社的《历史群像》杂志于1989年3、4两期推出《三国志》(上、下集)专号,在一个半月里即售出40万部。

“三国热”在影视界的情况如何呢?在日本,10年前就将《三国演义》搬上了银屏。日本最先推出的是木偶电视连续剧《三国志》,共68集,每集45分钟;由著名木偶制作者川本喜八郎设计,《三国志》专家立间祥介编写解说词。日本广播协会(NHK)电视台在1981年10月至1983年3月的一年半中,用每周星期六18点至18点45分的黄金时间向全国播出,收视率极高,反应强烈,以后又应要求进行了重播。不仅如此,在连续剧《三国志》中担任角色的400个木偶也应邀与观众见面,同样引来了如潮的参观者。1990年7月,电影《三国志》在日本全国各影剧院公演。该片为上下两集,内容从“桃园结义”到“吴国灭亡”,为香港与大陆合拍,主要登场人物257人,战争场面巨大,投入人员上万,战马4千匹,制作费达15亿日元。此外,还有横山光辉的动画片《三国志》(上、下集)。1993年,日本大阪电视台又来中国,以全国的三国名胜古迹为素材,拍摄制作了《三国万里行》一片(90分钟),播出后深受欢迎。

日本舞台上也有“三国热”。我国扬州木偶剧团于1990年5月至12月访日,

与日本影法師剧团联合演出木偶剧《三国志》，8个月间纵横日本四岛，场场爆满。1991年5月，该团又应邀去日本，剧目仍是《三国志》，时间仍是8个月，仍在全国巡回演出，也产生了轰动效应。此外，日本还有话剧《三国志》，由三国连太郎等一流演员出演主角。

不少出版商还经常组织有关三国的活动，为“三国热”推波助澜。

1985年，日本潮出版社开展了几次投票活动：“读过《三国志》后，您喜欢谁？”参加投票者十分踊跃，揭晓时，列出了58位受人爱戴的三国人物。其中前十名依次是：诸葛亮、赵云、刘备、曹操、关羽、周瑜、张飞、黄忠、马超、庞统。

1986年，日本有名的大出版社讲谈社举办了一次“《三国志》读后征文大奖赛”，十名优胜者获得免费来我国游览三国胜迹的机会。他们中有学生、家庭妇女、公务员以及退休职员。那几位中学生把《三国演义》读了七、八遍，她们对三国故事和人物熟悉的程度，给我留下了极深的印象。

1990年2月，潮出版社为纪念横山光辉先生的《三国志》连环画完成一周年，举办了一次关于《三国志》的绘画、感想征集大赛。设优秀奖各一名，奖横山光辉亲手绘的孔明像一幅；入选奖各50名，奖有关“三国”的纪念品。结果，广濑县的一位小姐写的感想获优秀奖，她在文中写道：“推开《三国志》的大门，人生奥秘尽在其中。”

在日本，经久不息的“三国”旋风，造就了众多的“三国迷”。这些人自称是“孔明迷”、“赵云迷”、“关羽迷”，……他们有的还以三国人名为名，以示崇敬，如有叫卧龙夫人的、小乔的、貂蝉的，有的则将自己的新生儿子取名孔明。“三国迷”在青少年中最多。1989年日本青少年研究所在调查高中生英雄观时，诸葛亮被他们视为最崇拜的十大英雄之一。

日本的“三国迷”还自发组织成了很多俱乐部。他们几十人、上百人不等聚在一起，推出召集人，定期活动。活动内容或读书，或讲座，或看电视录像。聚会时，他们交流阅读《三国志》的心得体会，提出疑难，争论问题，探讨书中蕴藏的人生哲理。据《朝日新闻》1989年5月报道，日本全国有“三国迷俱乐部”近百个（有的也叫“桃园会”）。他们曾于1990年2月22日在日本大阪召开大会，畅谈阅读《三国志》的感想，同时展销与《三国志》有关的商品。大会发起人梅泽雅彦说：“《三国志》中的人物为我提出了许多人生启示。”

在关于《三国志》的种种文化活动中，“三国志之旅”（瞻访中国的三国胜迹）是最令“三国迷”神往的事。1980年3月，第一个“三国志之旅”旅游团来成都武侯祠，全团人数超过100人。领队的立间祥介说，“我21年前翻译《三国志》，就渴望来武侯祠一游，今天如愿以偿了，令人高兴。”立间先生以后又曾多次来成都武侯祠。有一次我曾开玩笑地说：“刘备对孔明都只有三顾，而你已有五顾了。”他深情地说，孔明伟大，令人神往啊！

在日本，“三国热”已深入到商品市场和游戏活动中。日本商界的有识之士也搞“文化搭台，经济唱戏。”1993年10月，成都武侯祠博物馆应邀制作《三国志图展》，赴日本甲府市参加商品展销会。1994年4月，四川省美术家协会又应邀制作《三国志·诸葛孔明之迷》艺术展，赴日本广岛福屋百货公司展出。他们是想利用三国文化来招徕顾客，搞促销活动。在日本市场上，根据《三国志》制作的纪念品、食品、玩具等更是琳琅满目。有的商人甚至把三国故事编成电子软件“电脑游戏三国志”，此举大受青少年欢迎，据悉这种游戏卡和软盘很快就售出76万组。

在泰国、新加坡等华人较多的国家，也存在“三国热”。例如，那里有“刘备同乡会”、“赵云同乡会”、“刘、关、张兄弟会”等华侨社团。泰国“刘氏宗亲总会”成立已20年，是泰国刘姓华侨的一个群众团体，分会遍及全国，总部设在曼谷，有会员近千人。他们奉刘备为远祖，以刘、关、张“桃园结义”所体现的义气聚集在一起，相互激励和救助。会员每年必须交纳会费，其中一部分作为救济金，接济遇天灾人祸的会员和品学兼优的子弟升学或出国深造。总会除陈列出自刘备而始的详细世系家谱外，还多次派代表团到成都武侯祠里的刘备墓来祭祖。在刘备墓前，他们着一色礼服，举行三跪拜大礼。这祭拜，献上的是海外侨胞认祖归宗的颗颗赤心，更是他们连系中华乡土缕缕情丝的证明。

在朝鲜、越南，早就流传着各种三国故事。《三国演义》也有多种译本，河内市还有三国人物的年画。在南洋岛国，目前有15座关羽庙，人们把关羽奉为“财神和诚实之神”。那里的人们围绕“古城会馆”而结成社团，还借用三国故事和人物来讽喻不良的社会风气和官吏。

在港、台地区，“三国热”表现的形式不同。在香港有“刘、关、张协会”，在台湾有武侯祠、关帝庙、赵云庙等。台湾的武侯祠特别值得一提。该祠座落在台湾省中部的南投县，与著名的日月潭毗邻，环境优雅。殿前塑有

“刘、关、张三顾茅庐像”和高15米的“孔明先师像”。诸葛亮羽扇纶巾，身披八卦道袍，气宇轩昂。1990年5月，该祠组织36位孔明信徒来成都武侯祠，在诸葛亮殿举行了隆重的跪拜大礼。他们还特地将两尊孔明像手捧着从台湾带来，供放在武侯祠内一天，说是可以获得灵气，然后又毕恭毕敬地手捧着带回台湾去。他们认为，诸葛亮是“天下第一军师”，不仅以道德文章传世，而且料事如神，有“未来预知术”，只要“心诚意正”，虔诚信奉孔明，就可以从他那里获得对自己未来的启示。因此，他们把祭祀诸葛亮的大殿叫“启示玄机院”。他们基于“中国人不要忘了中国人”，不要忘了古圣先贤的遗训来祭拜诸葛亮，也委实可敬。

“三国热”产生的原因是多方面的。我认为主要有三个方面。一、三国故事和三国人物自身的魅力。二、三国人物所体现的中国传统文化的巨大影响。三、与高速发展的经济有关。

关于三国故事的魅力本文不拟展开，只就二、三两个方面略谈一点看法。

新加坡内阁资政李光耀在1992年8月25日接受新华社记者采访时说，新加坡尝试维护大多数的儒家传统价值观，因为“这些价值观强调家庭的力量，教导子女做人必须谦虚、勤劳、节俭、孝顺、效忠和守法”。李光耀的说法表明了中国传统文化精神在东南亚的影响和对发展现代经济的作用。而三国人物和故事就最能体现中国的传统文化。例如诸葛亮，他凝聚着中国人的人生态度，人格精神和道德理想。人们崇敬他，进而产生“三国热”，无疑是中国传统文化中的积极因素所产生的巨大力量。

“三国热”在日本产生，除了日本民族的历史文化与中华民族的传统渊源关系等原因外，起主导作用的是在经济高速发展下，一股“古为今用”的动力所致。

日本一位著名的财界人士说，看《三国志》启发很大。刘备论文武之道临阵决战不如孙权，谋略文才不如曹操，他之所以能割据称雄，实赖于他善于知人、察人、用人。他对关、张用桃园结义之法，对孔明则三顾茅庐，对后来归附的赵云、黄忠之辈也大加重用。正是五虎上将对他的拥戴，才使他称雄一方。“桃园精神”是刘氏王朝生存的基础。基于这种认识，不少企业大力提倡“桃园精神”，号召公司上下左右之间要像刘、关、张一样，贯以一个“诚”字，以诚待人，精诚团结，共同对外，占领市场，（下转第112页）

国太之势，羞辱了孙权，贾华也险些成了孙刘斗争的牺牲品。甘露寺西边一条狭窄的古涧道，陡嵌山缘，下临深渊，悬崖在巨大的山壁上，刻着“勒马”二个大字，提示人们悬崖勒马，此地就是溜马涧，是当年孙权、刘备跑马比技的地方。刘备看到江面上航行在风浪中的船只，十分平稳，赞叹撑船人技术高超说：“南人行船，北人骑马”。这本来是赞美之词，无奈孙权有猜疑之心，认为刘备讥笑他不会骑马，就跃身上马，沿着这条古涧道疾驰。刘备见状，也即骑上马背飞奔，两人扬鞭大笑。如果没有过人的胆识和高超的骑术，要在这条濒江的山涧小道上骑马是不可想像的。

当然，甘露寺南石山脚下那一块巨石的故事，也是非常引人入胜的。石面上像刀劈一般分成四瓣，上刻“试剑石”三字。《三国演义》对这块石头曾作过生动的描述：刘备到镇江与孙夫人成亲，一日与孙权同游北固山甘露寺，他在大殿庭院见一块巨石，便拔下随从身上的剑，仰天默祷，如能“回荆州成王霸之业，一剑挥石为两段。”果然，手起剑落，火光迸溅，巨石斩为两段。孙权问刘备为什么恨这块石头，刘备假意说：“备年近五旬，不能为国家剿除贼党，心常自恨。今蒙国太招为女婿，此平生之际遇也。恰才问天买卦，如破曹兴汉，砍断此石。今果然如此。”孙权暗想，刘备莫非用此话骗我，也抽剑对刘备说：“吾亦问天买卦，若破得曹贼，亦断此石。”却暗暗祝告曰：“若再取得荆州，兴旺东吴，砍石为两半。”说完，也手起剑落，巨石亦开，两人自喜不禁，结果留下这块至今仍为美谈的甘露寺试剑石。

甘露寺的故事，千古流传，常常牵动着人们的心扉。许多人为此而魂牵梦绕，不惜千里寻踪，一睹胜景。去年北固山经过初步整修，更是容光焕发，使人遐思心驰，游人指点赏景，纵论历史，真有“古今多少事，都付笑谈中”之乐趣。

（刘昆：江苏镇江市《三国演义》学会副会长）

（上接第117页）

求得生存发展。日本参加工作的绝大多数是公司成员，他们也认识到，读《三国志》可以有助于了解人的本质，掌握处世之术，求得个人的锦绣前程。

“三国热”的产生有其深厚的基础，值得我们深思和探讨。

（谭良啸：四川省《三国演义》学会秘书长，成都武侯祠博物馆副馆长、副研究员）