

《三国演义》外译对比研究及文化经典 “走出去”策略探讨

彭依梦

长沙理工大学外国语学院, 湖南 长沙

收稿日期: 2025年6月13日; 录用日期: 2025年7月21日; 发布日期: 2025年8月4日

摘要

本文聚焦于《三国演义》现有的三个英语全译本, 对其译介目的、策略和效果进行了比较研究, 并探讨了推动文化经典“走出去”的相关策略。研究发现, 不同时代的译者邓罗、罗慕士和虞苏美的成功译介为文化经典的外译提供了重要启示: 需在忠实和准确的基础上, 兼顾差异性和目的性。文章立足于文化自信, 从理论层面提出了《三国演义》外译建议, 包括合理选择译者模式、明晰读者需求, 以及创新多样化的传播形式。

关键词

《三国演义》, 典籍英译, 传播策略

A Comparative Study of the Translations of *Romance of the Three Kingdoms* and the Exploration of Strategies for the “Going Global” of Cultural Classics

Yimeng Peng

School of Foreign Studies, Changsha University of Science and Technology, Changsha Hunan

Received: Jun. 13th, 2025; accepted: Jul. 21st, 2025; published: Aug. 4th, 2025

Abstract

This paper focuses on the three English full translations of *Romance of the Three Kingdoms*,

conducting a comparative study of their translation purposes, strategies, and effects. It also explores the relevant strategies for promoting the “going global” of Chinese classics. The study reveals that the successful translation endeavors of Spence, Moss, and Yu, representing different eras, offer significant insights into the translation of cultural masterpieces: it is imperative to balance faithfulness and accuracy with differences and purposefulness. Grounded in cultural confidence, the paper proposes theoretical suggestions for the translation of *Romance of the Three Kingdoms*. These suggestions include the rational selection of translator models, clarification of reader needs, and innovation in diversified dissemination forms.

Keywords

Romance of the Three Kingdoms, English Translation of Classics, Dissemination Strategies

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

《三国演义》是我国古代章回小说的开山之作。元末明初小说家罗贯中以东汉末年到西晋初年之间魏、蜀、吴三国的纷争以及兴衰沉浮为蓝本，创作了这部鸿篇巨制，该书叙事场面宏大，情节跌宕起伏，人物塑造典型。“在中国的众多的文学作品中，《三国志演义》的受欢迎程度堪称首屈一指。这部作品老少皆宜，鸿儒敬仰，白丁称赞，被公认为史上最具趣味性的书籍之一，其独特的风格、生动的语言以及精妙的叙事手法无论给予多高评价都不为过。在中国文学史上，这部巨作是无与伦比的。”[1] 19世纪伊始，《三国演义》伴随着西方传教士和外交官的脚步走入英语世界。1820年，英国汉学家汤姆斯(Peter Perring Thoms)将《三国演义》中“董卓之死”翻译成英语并出版，自此拉开了该小说的英译序幕，迄今已逾200年。《三国演义》是中国古代四大名著中最早出现英译文献的古典小说，也是文化经典传播的典范，各形式的译本多达40余种，研究其英译与传播对中华文化对外传播交流有着重要意义，能为同类典籍“走出去”提供一定借鉴。

2. 英文全译本外译状况对比

截至目前，真正意义上的《三国演义》英文全译本有三个版本：1925年出版的邓罗译本 *Romance of the Three Kingdoms*，1994年出版的罗慕士译本 *Three Kingdoms*，以及2014年出版的虞苏美译本 *The Three Kingdoms*。通过深入剖析对比这些译本在翻译目的、译者模式及受众接受状况等方面的差异，可以洞察不同翻译策略的优劣与效果。

2.1. 翻译目的及受众

1931年，北新书局出版的《英译中国文学选粹》(*English Translations of Chinese Classics*)收录了邓罗所译《三国演义》的几个章节。据该书编者所述，编纂此书的意图在于“使读者知我国文学之译为外国文果何若，并特从事翻译者可资借镜，即学习英文者亦可以供揣摩，知如何以他种文字表达吾人之思想，藉以增进英文作文之能力。”[2] (p. 5) 邓罗翻译此书的目的也是如此。二十世纪初，邓罗在中国海关任职。彼时，他翻译《三国演义》主要是为了让在华的英国侨民更好地了解中国历史。然而，译者受社会规范的支配，所浸润的生存环境“如空气一般，不经意中呼吸着，但却是至关重要的影响因子”[3]。当时的

中国正处于半殖民地半封建社会时期，西方文化占据相对强势的地位，邓罗在翻译过程中也收到了西方中心主义的影响，对故事情节进行润色改编，使其更契合英语读者的阅读习惯，吸引更多读者。在这种翻译目的的驱使下，邓罗对故事性和情节性的重视程度远远超过了语言表现形式本身。

罗慕士的全译本被学界一致公认为“一丝不苟的学术性翻译之典范”[4]。该译本自问世以来，便在汉学界收获了专家与研究者的广泛赞誉，其学术价值与翻译质量得到了高度认可。罗慕士本人明确表明，此译本主要“旨在为攻读亚洲历史、文学以及比较文学课程的学生提供的参考”[5]。其译本的核心目标在于满足大学教学与专业研究领域的实际需求，“其次是满足普通读者涉猎异域文化的好奇心。”[6]。

虞苏美的译本诞生于2014年，正值“一带一路”倡议和中国文化“走出去”战略不断深入的时期，也是中国文化形象建构及世界深入了解中国的关键时期。虞苏美在翻译过程中，既要精准传达中国文化的内涵与精髓，提升中国文化形象，构建文化自信，又要充分照顾英语读者的阅读习惯与期望，通过流畅易懂的译文将博大精深的中国文化呈现给读者，建构好中国文学在外国读者心中的形象。通过灵活地运用意译、增译、加注等翻译策略，虞译本成功地呈现了书中的中国哲学思想、政治权谋和军事韬略。

2.2. 译者模式

在译者模式层面，邓罗是独立翻译出版，既没有出版社在组织策划上给予支持，也未能获得研究机构的资金资助，更缺少专业的校对团队来为其译文把关。正因如此，他的译文中存在不少不确切以及错误的地方。

罗慕士的翻译条件远胜于邓罗。他不仅拥有一支“智囊团”的协作支持，还充分利用了计算机技术和现代信息检索等工具。1983至1984年，罗慕士在外文出版社邀请下，从事《三国演义》的英文版翻译工作。外文出版社的负责人为他提供了全面的协助，特邀任家桢先生审稿以及明清小说研究专家何谷礼教授(Robert Hegel)校对译本。这些专家们的指导与协助，无疑为罗慕士的翻译工作增添了更多学术价值和准确性。

在美国汉学家罗纳德·艾弗森(Ronald. C. Iverson)的邀请下，虞苏美开始了《三国演义》英译工作，于2014年出版了全译本。作为该译本的资助者兼主审编辑，艾弗森在译本的后记里提道，《三国演义》在中国文化中的地位举足轻重，但现有的英译本都存在一定缺陷，因此他资助了虞苏美的全译工作，旨在本土译者的协助下，再现原著的精髓和文化核心。

2.3. 译本效果

邓罗译本是《三国演义》的首个全译本，一经问世，便迅速产生极大的轰动，获得了极高的评价，影响力深远且持久，经历了多次重印。多位学者在译评中褒奖邓罗译本，“英语行文保留了原著的语气、精神和行文方式，这是难以达成的，但是邓罗取得了同类译者很少能取得的成功。”[7]。陈甜(2013)[8]认为邓译对英国汉学的发展，乃至东西方文化交流都产生了不可估量的影响。它让更多的西方读者能够领略中国政治文化、社会风貌和人伦道德。

罗慕士全译本的问世让《三国演义》英译史达到了崭新的高度。罗译一经出版，就得到英文读者的喜爱，加州大学伯克利分校东亚研究所所长魏斐德(Frederic Wakeman)评论道，“罗慕士对中国最重要的历史演义的翻译优雅且有力，恰当地传达了原作史诗般的精髓。”白芝(Cyril Birch)评价罗译本是一部华丽辉煌的全新译本。译笔精妙，对话自然；战争描写，尤为生动，遣词精当，行文高雅。译本之美，毫不亚于原著之绝伦。罗译本满足了专业人士的教学和研究需要，其长达94页的详尽注释也促进了普通读者对中国文化和历史的了解。

虞译于2017年经由上外社得以再版，成为国内标准译本。钟边(2017)[9]认为虞译既再现了原著风

采,又兼顾了英语读者接受性,展现了中国式《荷马史诗》《战争与和平》之厚重与精彩,堪称一部成功的译作。亚马逊美国网站上读者反馈热烈,认为该译本流畅、易懂且深刻,充分传达了中国博大精深的政治军事思想。更有甚者深刻地领会到了译本体现出的中国集体主义思想,并对西方的个人主义思想进行了批判性的反思。可见,虞译也影响了英语读者对《三国演义》背后中国文化元素的理解及反思,促进了社会与文化身份的认同,为中国文化的外宣、话语权的争取作出了积极贡献。

3. 基于文化自信和传承的《三国演义》外译建议

在全球化的时代背景下,如何更好地将《三国演义》这部经典作品推向世界,展现中华文化的独特魅力和精神内涵,成为重要议题。本节将基于三个全译本的成功译介带来的启示,从文化自信和传承的角度出发,结合当前《三国演义》外译的现状和趋势,提出一系列针对性的建议,以期今后的汉籍外译工作提供有益的参考和借鉴。

3.1. 选择理想的译者模式

译者的文化认同、意识形态等,无一不在影响着其文本选择、翻译方法与策略以及译本的最终呈现。因此译者模式的选择在典籍传播中十分关键,学界对此存在三种观点。第一种观点是汉学家译者模式。从翻译维度而言,“汉学家在对译入语国家读者细微的用语习惯、独特的文字偏好、微妙的审美品位等方面的把握上,有着国内翻译家难以企及的优势。”^[10]从译本传播维度而言,“汉学家的研究者与批评家身份可以在海外学术研究领域以及西方大众传媒中最大限度地传播和拓展中国文学的影响及社会效应。”^[11]然而,汉学家译者模式亦存在不容忽视的缺陷。汉学家作为主要面向英语受众的翻译者,其在翻译过程中可能会受个人目的的影响,对原文的文化内涵进行有选择性的传达。这种做法极易导致中国文化在跨文化传播过程中出现变形走样,与“让文化真正走出去”的翻译伦理原则背道而驰,不利于中国文化在世界舞台上以真实、完整、准确的面貌呈现给全球受众。

第二种观点主张中国译者模式。潘文国^[12]认为从翻译的文化层面而言,“选择‘译入’还是‘译出’,起决定作用的不是语言的纯正或者修辞的高超,而是服从于更广泛的社会变革、文明再造的需要。”因此,“中国译者应在加强中英语言与文化修养的基础上,理直气壮地从事汉籍的外译工作。”^[12]在这种模式下,译者应当具有相当的文化自信感,既要保留中国文化的特质性,又要使译本保持可读性。但是,中国译者单兵作战也有失败例子,《大中华文库》的108部典籍的英译中,仅有两部真正走出去。单一中国译者模式容易产生一厢情愿、以我为主的强势传播。

第三种观点主张中外译者合作模式,双方利用各自的语言优势、文化背景和专业知识,确保翻译内容既准确传达原文含义,又符合目标语言的文化习惯和表达规范,从而产出高质量的翻译作品。谢天振(2014)^[10]也鼓励中外译者合作,认为可设立专项基金,资助国外的汉学家、翻译家积极投身中国文学、文化的译介工作,并且组织国内相关专家学者和作家与国外从事中译外工作的汉学家、翻译家见面,共同切磋他们在翻译过程中碰到的问题。

以上三种译者模式各有其理论基础和实践案例,也各具优势与局限。在不同翻译任务的具体情境中,选择理想的译者模式应综合考虑翻译目标、受众需求以及译者自身的能力与背景。在实际操作中,首先需明确翻译的目标受众及其需求,在此基础上,建立一套全面的译者筛选标准,涵盖语言能力、文化背景知识、翻译经验、跨文化交际能力以及专业知识等方面。对于《三国演义》这样具有深厚文化内涵的经典作品,中外译者合作模式是较为理想的选择,通过双方的优势互补,确保译文既忠实于原文,又符合目标语言的文化习惯和表达规范。在合作过程中,注重双方的沟通与协作,同时为译者提供持续的培训与支持,从而确保翻译作品的质量和传播效果。

3.2. 明晰读者需求，彰显大众关怀

文学作品要实现大范围且有深度的传播，必须精准把握受众需求，通过差异化策略满足不同群体的文化期待，从而获得大众的认可与接受。张晓红，刘金龙(2015) [13]指出，文化传播的实践应以读者的接受反馈为依据，持续调整与修正翻译策略以及相关出版行为。“中华文化海外传播，要获得的不仅是海外汉学家曲高和寡式的研究，更重要的是海外大众的接受和认同。” [14]然而，在国外，尤其是西方国家，尚未形成像我国这样对外来文化、文学有强烈需求的接受环境。这意味着不能简单地将国内的传播模式移植到海外，必须深入思考如何在国外，尤其是在西方国家培育对中国文学和文化的受众基础，营造良好的接受环境。需了解海外受众的文化背景、阅读习惯和审美偏好，通过精准的翻译、创新的出版形式以及多样化的传播渠道，使中国文学作品能够真正走进海外大众的视野。在此过程中，应避免采用单向的强势传播模式，而应注重通过细腻且富有策略性的引导，激发受众的兴趣与共鸣，进而逐步构建起对中国文化的认同感。当中国文学作品不再被视为“小众”的文化，而是成为海外大众文化生活的一部分时，中华文化的海外传播才能真正取得实效，实现从“传播”到“接受”的跨越。

3.3. 传播形式多样化创新化

在 2023 年文化传承发展座谈会上习总书记强调“要坚持守正创新，以守正创新的正气和锐气，赓续历史文脉、谱写当代华章”。在这一思想指导下，《三国演义》的传播模式也应摆脱传统的桎梏，不局限于单一的译本形式，也不受传统传播路径的拘束，以中华优秀传统文化为基石，进行创造性转化和创新性继承。

首先，传播的切入点应当多元化。《三国演义》涵盖的内容丰富，包括政治、军事、历史、文化以及宗教等诸多领域。其丰富的内涵为传播提供了多维度的视角，多位译者从多元角度切入，展示了《三国演义》不同的侧面。例如，卫三畏介绍了桃园结义对后世中国民间社团的深远影响，倭讷探讨了三国时期的民间迷信，而司登得、潘子延等则分别呈现了诸葛亮作为智者的形象。翟理斯父子展示了华佗的神医形象，而翟理斯和马顿斯则均描绘了关羽的战神风采。因此，在对外传播时，应当从多个角度出发，多维度地展现其文学价值、历史意义以及文化内涵。例如，可从历史与军事的角度切入。《三国演义》展现了波澜壮阔的战争场面和复杂的政治斗争，可以从历史研究的角度，通过开展讲座，出版书籍，制作科普栏目等形式向国际受众介绍三国时期的政治格局以及军事战略，分析其中经典战役，如赤壁之战、官渡之战等，探讨其中的军事策略对现代军事理论的启示。此外，可从社会与民俗的视角切入，深入剖析《三国演义》所蕴含的丰富社会生活与民俗文化内涵。三国中部分人物形象在民间信仰中占据重要地位，其影响力已超越文学范畴，深入社会生活的各个层面。例如，关羽被尊奉为“武圣”，其忠义精神历经千年传承，成为民间道德观念的重要象征；华佗则以神医形象闻名，其在民间医学文化中被赋予极高的地位，象征着中国传统医学的智慧与力量。可通过举办民俗文化展览等，系统展示与《三国演义》相关的民间信仰、祭祀活动、传说故事等，让国际受众深刻感受到三国人物形象所蕴含的独特魅力与文化价值。

在新媒体时代，现代受众阅读习惯不断变化，倾向于简洁、高效的信息获取方式，基于此种变革，对外传播也需多种传播方式的交互作用。高跃丹(2024) [15]认为可开发并设计短小精悍的信息传播形式，即短篇三国故事以提升《三国演义》国际传播效果。具体而言，可将《三国演义》中复杂的情节和文化内涵进行提炼和简化，将其改编为短篇故事或漫画形式，通过简洁明快的语言和生动的图像，快速呈现故事核心，使受众能够快速理解其中的文化精髓。同时，可结合多媒体技术，开发动画短片、有声读物等多样化的传播形态，以满足不同受众的需求。将《三国演义》的经典场景和人物形象进行可视化呈现，通过动态画面和音效增强故事的吸引力和感染力。此外，可进一步推广当下热门游戏《三国杀》以促进

对外传播。《三国杀》作为一款以《三国演义》为背景的桌面策略游戏，凭借其独特的游戏机制和丰富的角色设定，已在国内外积累了大量玩家群体。该游戏通过角色技能的设计、卡牌的使用以及游戏剧情的展开，巧妙地融入了《三国演义》中的历史人物、经典故事和文化内涵，使玩家在游戏过程中能够潜移默化地了解三国文化。通过多样化的传播方式的交互作用，能够有效拓展《三国演义》在国际传播中的受众群体，提升其文化传播的广度与深度。

最后，为丰富《三国演义》传播内容形态，可将其与国外热销的中国产品进行深度融合。具体而言，可将《三国演义》中的经典文化元素，如人物形象、故事场景等融入文创、时尚服饰及家居用品等领域。在此基础上，通过开展与国际知名品牌的联名合作，借助其成熟的市场渠道和品牌影响力，创造更具吸引力和创新性的产品组合。例如，推出以“三国”为主题的限量版文具套装、结合三国人物形象设计服饰等。此类融合举措不仅为《三国演义》的传播提供了新的载体，且可为不同文化背景受众提供更直观、更贴近生活的方式以接触“三国”文化，使“三国”文化在全球范围内得以更广泛、更深入地传播。

4. 结语

经对《三国演义》三个英文全译本深入对比分析可知，不同译者受翻译目的、时代背景等因素影响，采用不同策略，译本效果也各有千秋，从中可以获得关于推动典籍“走出去”的启示：在国际交流日益深化的今天，需以自信姿态坚守文化内核，以包容胸怀吸纳多元视角，积极探索创新传播路径，方能更有利于推动《三国演义》等中华文化经典走向世界，深化中外文化的交流互鉴与融合共生，助力构建多元和谐共进的世界文化格局。

参考文献

- [1] Thwing, E.W. (1897) Chinese Fiction. In: *The China Review, or Notes and Questions on the Far East*, Forgotten Books, 758-764.
- [2] 嘉华影清. 三国志与西游记·小引[M]. 北京: 北新书局, 1931: 5.
- [3] 葛校琴. 论翻译家个体之多元主体性[J]. 外语研究, 2008(1): 85-88.
- [4] West, A.C. (1995) Review: Three Kingdoms: A Historical Novel. *Chinese Literature: Essays, Articles, Reviews*, 17, 157-159. <https://doi.org/10.2307/495562>
- [5] Roberts, M. (1999) *Three Kingdoms: A Historical Novel* (Abridged). Foreign Languages Press.
- [6] 郭昱, 罗选民. 学术性翻译的典范——《三国演义》罗慕士译本的诞生与接受[J]. 外语学刊, 2015(1): 101-104.
- [7] Bowen, A.J. (1926) Review: The San Kuo, or the Romance of the Three Kingdoms. *The China Journal of Science and Arts*, 5, 18.
- [8] 陈甜. 《三国演义》邓罗英译本的再评价[J]. 中州学刊, 2013(9): 162-165.
- [9] 钟边. 上海外语教育出版社出齐汉英对照版四大名著[J]. 中国编辑, 2017(10): 95-96.
- [10] 谢天振. 中国文学走出去: 问题与实质[J]. 中国比较文学, 2014(1): 1-10.
- [11] 胡安江. 中国文学“走出去”之译者模式及翻译策略[J]. 中国翻译, 2010, 31(6): 10-16, 92.
- [12] 潘文国. 译入与译出——谈中国译者从事汉籍英译的意义[J]. 中国翻译, 2004(2): 42-45.
- [13] 张晓红, 刘金龙. 典籍英译对外出版的读者定位——以《三国演义》的英译为例[J]. 中国出版, 2015(14): 29-32.
- [14] 李萍. 中华文化海外传播的策略性思考——基于“四大名著”海外传播的分析[J]. 现代传播, 2012(1): 147-148.
- [15] 高跃丹. 揭优秀典籍外译之秘, 寻中华文化传播之旅——以《三国演义》首部英译单行本生产与流布为中心的考察[J]. 图书馆论坛, 2024, 44(11): 153-161.