



外国谚语选

韦 葑 张 浩 选译

责任编辑：易 山
封面设计：何韵兰
题 图：苏江华 杨黄莉
尾 花：徐荣灿

外 国 谚 语 选

韦 苇 张 浩 选译

云南人民出版社出版
(昆明市书林街100号)

云南新华印刷二厂印刷 云南省新华书店发行

开本：787×1092 1/32 印张：22 字数：475,000

1983年5月第一版 1983年5月第一次印刷

印数：1—28,200

统一书号：7116·906 定价：1.86元

我国的俗语是多么美丽，多么有意思，多么有意义！多么宝贵！没有人能不被它所吸引！

——普希金

俗语和俚谚，用一种特别富于教训性的完整形式，把人民大众的思想表现出来。

——高尔基

最伟大的智慧是在语言的朴素中；谚语和歌曲总是简短的，然而在它们里面却包含着可以写出整部整部书的想法和感情。

——高尔基

一个民族的天才、机智和精神都可以在它的谚语中找到。

——培根

谚语是从长期的生活经验中提炼出来的简洁的句子。

——塞万提斯

谚语是人民生活、斗争和传统的金粒。千秋万代，时间长河不断淘洗着谚语，人民不断琢磨着谚语，使它们越来越闪射夺目的光彩。

——萧洛霍夫

外国谚语丛谈

——序《外国谚语选》

—

一个民族对自己的谚语的搜集、整理和出版工作做得如何，对外族谚语的译介、学习和吸收状况如何，往往是该民族文化发达程度的标志之一。就我们接触到的外国谚语书籍来看，许多文化发达的国家都由颇有声望的语言学、民俗学方面的专家主持整理、编纂工作，由颇负盛名的文学家撰写序文，由颇具威信的出版机构组织出版；有的谚语集厚达千页，有的谚语集以当今世界使用较广的数种语言相对照，有的谚语集除注明涵义外，还从古今优秀文学作品中摘引该条谚语的使用范例，有的谚语集将本国谚语和外国谚语合璧，注明外国谚语源自哪个国家、何时传入，有的国家把外国谚语编成丛书出版，每国一册。

我国是世界文明古国之一，但对谚语的搜集、整理、出版和研究工作尚不能尽如人意。至于译介外国谚语则更有大量工作等待我们去做。可庆幸的是，近几年来，越来越多的人对外国谚语发生了兴趣，时而可见有人把外国谚语抄录在笔记

本上，或写了贴在墙上，或置于案头，作为座右铭。新闻、出版、研究部门也开始重视它，在报刊上可看到一些探讨研究的文章。在文学创作中，也陆续有人运用它。这种情景是不能不使人动心的。

一切都是应运而生的。现在，较大规模地译介外国谚语的时机到来了。于是，我们选译了这本外国谚语，把这些世界各族人民智慧和经验的金粒“拿来”，以期为我所用。

二

俄罗斯的文学语言巨匠普希金曾说过：没有人能不被谚语所吸引。为什么谚语对人们具有如此大的吸引力呢？

因为谚语给人们提供令人陶醉的艺术美；因为谚语能使各种年龄和各种职业的人都变得聪明；因为谚语简单明了，具有高度的准确性和凝练性；因为谚语具有一种把丰富的思想内涵注入到精致的语言形式中去的惊人的技巧。为此，连革命领袖、伟大作家都喜爱用谚语这种最精练、最有概括力的语言来表达思想，说明道理，刻画形象，甚至做宣传鼓动工作。

列宁充分肯定了谚语的价值。他说：“往往有一种成语可以极为准确地表达出相当复杂的现象的本质。”这种成语就是谚语。

谚语在悠远的古代就已经产生，它一直伴随着历朝历代的人民大众。谚语是游弋在源泉永不枯竭的、鲜活的语言长河中的锦鳞。人民不朽，谚语也是不朽的！

人民天才地、巧妙地把自己对生活的评断和心中的意愿

表现在谚语中。因此谚语比民间歌谣、民间故事等口头文学形式使用得更为广泛。谚语在长期使用过程中不断地受到磨砺、锤炼，从而变得越来越精粹。

“谚语几乎不可能在平静中产生。人们创造它们的时候，往往是：或怒火炽燃，或悲怆凄绝，或畅怀欢笑，或尖刻嘲弄，或纵情喜乐，或嚎啕大哭，或长声喟叹，或低唤轻吟，或高声疾呼，或诙谐戏谑，或俏皮逗趣，或惊恐万状，或预诚告警，或谆谆训诲，或忿懣感慨——总之，人民中间所有的感情都在谚语的创造中表现出来了。”（见苏联科学院院士茹科夫为苏联百科全书出版社1967年重版本《俄罗斯谚语、俗语辞典》写的序言。）

流传至今的世界各族人民的谚语，凝聚着无数代人的苦乐、悲喜、爱憎，描述着真理与谬误、诚实与说谎、勤劳与懒惰、善美与丑恶之间的斗争。

谚语从宫廷说到茅舍，从王公贵族说到平民百姓，从天文说到地理，从山岳说到河川，从骆驼说到蚊蝇，从牛马说到鸡犬，从车辆说到针线，从战争与和平说到吃饭和穿衣……人间所有行业的人们——农人、猎人、厨师、木匠、铁匠、首饰匠、医生、商人、车夫、守园人等等的丰富多采的语言艺术才能都显示在谚语中。谚语是亿万人民的生活、斗争与高超的语言艺术的统一体。就谚语的内容无所不包这点说，它们是各个时代、各个民族的祖先留给我们的一部极其宝贵的生活教科书。

谚语因其节奏、韵脚、语法结构便于人们长久记忆，所以它们顽强地活跃在人民的印象仓库中。人们使用谚语，并不是预先想好，更不是预先写好，而是在日常口头交谈中，

由于受到什么事物的触发或启迪，油然从记忆里蹦跳出来的，所以往往把这种语言的机锋用得恰到好处，既犀利又妥贴。谚语正是在口语中使用时才充分表现出它的真实、饶有情趣、耐人咀嚼的本质特征。

三

前面我们谈了谚语的口头文学性质。但是如果我们细细研读中国和外国谚语，那么我们会发现，书面语色彩较浓的名句、格言、箴言、警句、名人语录、流传很广的诗句大量地渗入了谚语，成了谚语的重要组成部分之一。在我国有这种情况，在外国尤甚。“少壮不努力，老大徒伤悲”，“酒逢知己千杯少，话不投机半句多”，“屋漏偏遭连夜雨，船破又遭顶头风”，“欲穷千里目，更上一层楼”等类信手从中国谚语集中摘来的诗句，谁又能说它们因为是经过我国古代文人的提炼的，就不能作为谚语看待呢？

莎士比亚的诗句被传为谚语的就有不少。他的诗剧作品不但为英格兰人民所喜爱，也为他以后的历代各国人民所喜爱。于是那些蕴蓄着深邃哲理的、有着普遍教育意义的、闪耀着智慧光芒的诗句，被人们长久地流传后转化而成为谚语。众所周知的“熠熠闪亮的东西并不一定是黄金”，即中看的、诱人眼目的东西并不都具有很高的价值，这句名谚就源于莎士比亚的喜剧《威尼斯商人》第二幕第七场。其他如：

胆小鬼在他正式断气以前要死许多次。（《朱里
斯·凯撒》）

太快和太慢往往同时到达。（《罗密欧与朱莉叶》）

那真诚的爱情，道路从来崎岖不平。（《好事多磨》）

来自沙剧的谚语还有“结果好就一切都好”，“逆运也有它的好处”，“生性凶悍的牛双角必短”等等。

在俄罗斯谚语中，有一些源于“创造了俄罗斯的寓言”（别林斯基语）的克雷洛夫的寓言诗。这位被一代代俄罗斯儿童亲昵地称为“爷爷”的寓言大师，他的坚实的伟大的现实主义寓言艺术的翅膀，载着他的思想和语言深入到了俄罗斯人民之中。于是他的某些寓言的结论或故事梗概，已被传为谚语。例如：

人不会因为他职位的迁升而变得聪明起来。

（《巴尔那塞斯山》）

小羊在狼面前总是有罪的。（《狼和小羊》）

鹰有时的确飞得比鸡棚还低，可鸡从来也不能飞得鹰那么高。（《鹰和鸡》）

珍珠对于公鸡也是一无用处的废物。（《公鸡与珍珠》）

过份热心帮助的傻瓜，比敌人还要危险些。

（《隐士和熊》）

猫儿是不应该用空话来管教的。（《猫和厨子》）

西方谚语中，有一部分是从人所皆知的《伊索寓言》中来的格言和警句。例如：“诚实为上策”，“双鸟在林，不如一鸟在手”，“吃不到葡萄说葡萄是酸的”，“乌龟赛赢了

野兔，有天赋不如能勤苦”，“人的灾祸常成为他的学问”等都是。

还有一部分谚语是名人名言和广为传诵的诗句。例如：

林肯：“少年好学，将成大器。”

富兰克林：“经常用的钥匙总是亮闪闪的。”

牛顿：“无知识的热心，犹如在黑暗中远征。”

培根：“奇迹是在厄运中出现的。”

泰戈尔：“鸟翼一旦系上了黄金，它就再不能高飞了。”

雪莱：“冬天到了，春天还会远吗？”

涅克拉索夫：“游手好闲是一切罪恶的根源。”

塞万提斯：“损失了财富损失大，损失了朋友损失更大，损失了勇气就损失了一切。”

欧洲谚语中，有的还来自《圣经》。例如“粗绳穿针眼”本来是早期基督教教义中用以比喻富人进天国之难的。再如“美名胜过财宝”，“看果就可以知道树”，“莫把珍珠丢到猪前，恐怕它踩踏了珍珠，转过来咬你们”等也都是。

以上实例说明：谚语是一条经验、智慧的长河，只要是经验、智慧之水，无分它是从哪座高山上流下来的溪，是哪块土地上涌出来的泉，都会被谚语宽阔的长河所汇纳。

四

高尔基在《论古史诗中宗教和神话的因素》那篇文章中写道：“谚语的表象尤其可贵的是：它象民间故事那样从一个国家‘传到’另一个国家，从一个民族‘传到’另一个民族；在大量的俄罗斯谚语中，我们有阿拉伯、希腊、波斯、鞑靼、

蒙古、芬兰等民族的谚语……”出现这种现象，当然是国家关系日益发展，文化交流日益频繁的结果。

东方和西方，文字记载谚语的历史都很古老。中国可以上溯到三千年前；中亚和西亚早在古老的巴比伦时代就开始搜集记录俗谚；西方虽然稍晚些，但从古希腊和古罗马的学者们算起，距今也有两千多年了。东方的谚语集和生姜、花地毯一起传入古罗马和古西班牙，曾使那里的王公大臣们大为震动；他们从东方谚语集中了解到东方人的生活方式、理想追求和艺术成就。东方和西方的文化交流，在谚语中留下了痕迹。如英格兰流传的谚语中有“骑虎容易下虎难”，“面带三分笑，生意做得好”等，就是中国成语“骑虎难下”、“和气生财”的衍绎。而流传到俄罗斯的中国谚语就更多了。同样，欧洲和阿拉伯的一些谚语被陆续翻译到中国来，并在中国扎了根，如：“团结就是力量”，“知识就是力量”，“良好的开端是成事的一半”，“人人为我，我为人人”，“鸟美在羽毛，人美在学问”，“白猫黑猫，抓住老鼠就是好猫”，等等。汉语是世界上最古老的、最丰富的语种之一，成语、谚语恒河沙数，对吸收外来语似乎并无强烈的迫切感。然而外国谚语仍靠自己深邃的哲理力量、谐趣幽默的诱惑力量渗入汉语中，填补了汉语的不足，加强了汉语的艺术表现力，丰富了中华民族的谚语宝库。

朝鲜、日本、越南、蒙古等我国邻邦，由于古来就与中华民族在各方面有着特殊的联系，因此那里流布我国的格言、谚语就特别多。这虽然是早已存在的一个事实，然而过去却不为我们所详知。在日本，其谚语中有不少是中国古代诸子百家深刻精辟、启人思考、意味隽永的格言，也有我国

传统的谚语，例如：“水能载舟，亦能覆舟”，“青出于蓝胜于蓝”，“临渊羡鱼，不如退而结网”，“蝼蚁之穴，溃堤千里”，“胜败乃兵家常事”，等等。更有意思的是，我国古诗中的名句“年年岁岁花相似，岁岁年年人不同”等也被当作谚语在樱花岛国流传。

汉族格言和谚语在朝鲜、越南流传的情况，也能举出相当数量的实例来说明，为节省篇幅起见，这里就从略了。但仅从日本一国也足见中国格言、谚语在国外流传的一斑，亦足以说明中华民族古老文明影响之深远。

西方的谚语多在西方国家之间传播。例如拉丁语系的谚语渗入日耳曼语系的语言之中，法语的谚语大量地存储在英语的谚语宝库中。如果细加推究，我们不难发现其间有地理原因：比邻或相距很近；有政治原因：政治制度历来相似；有历史原因：英伦三岛在英语形成和渐趋完备的阶段曾被拉丁语系的民族入侵，被操法语的统治者征服，法兰西语言很长时期成了英国的官方通用语。

保留在英语中的外族谚语有一个相当大的数量。但它们进入英语的年代已很久远，连英格兰人自己也未必会觉得其为“外来”了。这类谚语，来自拉丁语的有：“事贵有始有终”，“滴水穿石，不是因为力量大，而是因为工夫深”，“脸是心灵的镜子”，“同狗滚在一起的人身上必然有跳蚤”等。来自法语的有：“坚持和忍耐是成功的诀窍”，“勇者多福”，“被开水烫过的猫连冷水也怕”，“苍蝇专拣瘦马叮”，“承认错误等于改正了一半”，“聋子不算聋，有耳不听才真聋”，等等。来自意大利的有：“狗在自家门前都神气得象狮子”，“好故事到了笨人嘴里也味同嚼

蜡”，“鱼还没有捉到，别先嚷嚷鱼儿味道好”，“镜子对盲人是多余之物”等。

有些谚语从内容到表达形式各民族的都相同，或几个民族的相同。这有两种可能：一种是由于这些谚语本身的形象所包含的内容特别易于被接受，所以不胫而走，结果流传的地域特别宽；另一种可能是由于各大洲人民有着共同的发现，人类的思维有着共同的轨辙，于是它们在许多民族或几个民族的语言中同时或先后产生了。这两种可能性，当以后者可能性为大。这类谚语的例子有：“趁热好打铁”，“混水好摸鱼”，“竹篮子打水一场空”，“患难识真友”，“万事起头难”，“良药苦口利于病”，“被蛇咬过的人，见绳也害怕”，“为陷人而挖的陷阱，陷进去的往往是自己”，“做了好事弃入水中，人不见鱼见”，“欲行善，永不晚”等等。

从上述事实中，我们不难看出外国谚语也和中国谚语一样，本身具备着为自己开路的内在力量。谚语突破民族界限，超越国界，乃是水到渠成，瓜熟蒂落，完全合乎自己发展的辩证法的。由此我们也看到，中华民族接受和消化外族谚语的胃口也无疑是强健的。

五

前面提到人类思维不约而同地走上同一轨辙。但更多的外国谚语从内容到形式都程度不等地染上了各民族自己的色彩，表现了特定的历史、地理、风习、宗教、语言、物产、民族心理和自然环境。试比较：

中 国 谚 语	外 国 谚 语
情人眼里出西施。	恋人眼中出美人。
偷来的锣鼓打不得。	偷来的项链只有在深更半夜里佩戴。
大梁不正二梁歪。	鱼总是从头开始烂。
只许州官放火， 不许百姓点灯。	只许他偷窃人家的马， 不许人家隔篱望一下。
鹬蚌相争， 渔翁得利。	两只狗同争一块骨头， 第三只狗来了衔起就走。
挂羊头， 卖狗肉。	嘴里叫的是酒， 手里卖的是醋。
山中无老虎，猴子称霸王。 蜀中无大将，廖化当先锋。	山谷无虎，兔子为王。 瞎子国里，独眼称王。
临上轿才来穿耳朵眼。 尿急才来挖茅坑。	临出猎才来喂狗。 房子着了火才来掘井。
入乡随俗，入国问禁。 百里不同风，千里不同俗。	身居罗马，就得象罗马人那样行事。 在人家的修道院里，不能通行自己的规矩。
鲁班门前弄大斧。	雷神门口擂大鼓。 你若去教训学者，出丑的将是你自己。
一颗老鼠屎坏了一锅汤。	一只苍蝇坏了一瓶香油。 一勺柏油毁了一桶蜂蜜。
白天不做亏心事， 夜半敲门心不惊。	谁个不作亏心事，脑下枕头不打转。 干净的手不用洗。

从这几组谚语对比中可以看得分明，许多谚语都把具有民族性的事物带入了自己的构成之中。“州官放火”是中国著名的历史故事；“渔翁得利”是中国著名的古代寓言；西施、廖化、鲁班是中国古代的历史和传说中的人物；此外，轿、耳朵眼、锣鼓、梁、茅坑，也都有中国自己的概念；而“蜀”则是中国古代的一个国名。在对应的外国谚语里，“脑下枕头不打转”生动而幽默地表现人心安理得的情景；“打猎”在外国不都是谋生的活动；“罗马”在古代西方是人们向往的地方（如“条条道路通罗马”），在谚语中带有象征性和标志性；“修道院”、“学者”、“项链”则带有浓厚的西方色彩。

宗教的广泛的群众性，决定了谚语中要较多地出现宗教用语。因而，汉语和日语谚语中常能见到和尚、佛、菩萨、神仙和庙之类的词（“跑得了和尚跑不了庙”，“本地和尚无人信、外来和尚会念经”，“人争一口气，佛争一炉香”，“山不在高，有仙则名；水不在深，有龙则灵”，“泥菩萨过河，自身还难保”）。伊斯兰国家的谚语中则多见清真寺、安拉真主、穆斯林、穆罕默德（“活了这大把年纪，竟不知道星期五是斋戒日”，“清真寺还没有落成，可乞求布施的人已来了一大帮”）。欧洲国家的谚语中则频频出现教堂、修道院、上帝、神父、牧师（“上帝喜欢手脚勤快的人”，“离教堂越近，离上帝就越远”，“一脱险就忘了上帝”，“天上不响雷，农人不会在胸前画十字”，“上帝宠信的人，他的母猪也会生出小猪来”）。

在亚非一些国家里，鼓是“语言的工具”，它可以表达那里人民的喜悦之情，它的地位相当于中华民族的唢呐，也

类似欧洲的小提琴。请听他们谚语里叩响的鼓声：

婚礼上没有鼓声，等于生日没有庆典。

如果主人会敲长筒鼓，家人就能学会跳舞。

每个人都能把鼓敲响，却不是每个人都能作打

鼓表演。

谚语之所以有吸引力和说服力，是由于它的训诫意义和哲理总是含蓄地存在于谐趣、幽默、清新、质朴的形象化语言之中。因此谚语常常借助于日常接触的动植物——家畜、野兽、虫鸟、树木、花卉、水果。于是，我们看到寒冷的俄罗斯密林里有熊黑出没；水域宽阔的芬兰有品类繁多的游鱼；西亚国家的繁花绿树间可以听到夜莺的歌唱；印度的草丛中窜动着各种各样的毒蛇；阿拉伯土地上开放着金黄色的蕃红花；伊斯兰大地上跋涉着骆驼；我国邻邦泰国有修竹直吻蓝天；印度尼西亚则有遮天蔽地的香蕉林，而水里却潜游着鳄鱼；越南的丛林里可以看到大象在迈步觅食；蒙古的草原上奔驰着马群。

六

谚语虽然是活在人民口头上最精练的语言，但它毕竟属于意识形态范畴，不同的阶级阶层、不同的社会制度对谚语的影响是显而易见的。

鲁迅曾经说：“粗略的一想，谚语固然好象一时代一国民的意思的结晶，但其实，却不过是一部分的人们的意思。”

劳动人民在自己的谚语中不仅积累了大量宝贵的知识和经验，还反映了他们的鲜明的阶级立场，强烈的爱憎和可贵

的斗争精神。在许多一针见血的、充满嘲讽的、有时甚至是令人痛苦的谚语中，表达了他们对阶级压迫和宗教压迫的抗议：

贫农连面包也没吃的，有钱人连贫农也吃掉了。

假如穷人不用面包养活财主，那他们只有吃钱币。

一小时公道，胜过一千年祈祷。

受苛待者无论怎么喊叫，老天是听不见的。

我是有罪的，你也是有罪的，那谁能进天国呢？

然而下列情况也是不可否认的事实：谚语在长期流传过程中由于受到各个阶级的思想意识的影响，而使其中一部分染上了唯心、落后和自私等不健康色彩，如“眼不见为净”，“人都想把水引往自己的磨坊里”，“各人都把被头拉向自己这边”等。有的谚语还可能是剥削阶级编造了来毒害人们思想以维护其反动统治的。这在国内有，国外也有，并不很少见。“人不为己，天诛地灭”，“灵魂是上帝的，肉体是国家的，背脊是东家的”等类谚语充分说明了这一点。

社会制度对谚语的影响也随处可见。如，在欧洲资本主义世界里，激烈的市场竞争支配着整个社会，竞争的残酷性便以“人对人是狼”（不是我吃掉你，就是你吃掉我）这样的谚语揭示了极端利己主义者的本质。在那里，拜金主义统治着一切。

没有比金钱更好的朋友。

钱财是一切统治者的首领。