

与“虎”相关谚语的中日对比研究

吴世兰, 刘志颖, 汪小巍

大连理工大学外国语学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2022年10月12日; 录用日期: 2022年11月8日; 发布日期: 2022年11月17日

摘要

谚语来源于人们的生活, 与人们的生活密切相关。谚语可以鲜明地体现一个民族的文化和习俗。通过对谚语的研究, 可以了解一个民族的价值观、思维方式和心理特征。虎作为中国本土的动物, 在中国自古以来, 在神话、传说乃至习俗中都占有重要的地位。受中国文化影响, 日本自古以来也有很多关于虎的故事和艺术作品。本研究以中日两国有关“虎”的谚语为研究对象, 从隐喻的视角进行比较, 探究其相同点和不同点。结果显示, 中日两国对老虎的外貌特征、性格特征和行为特征的认识上有很多相似之处, 老虎也被比喻为权力者或英雄。在不同点上, 与中国谚语不同, 日本谚语认为老虎是疼爱孩子的生物。而且, 在中国谚语中, 老虎多与狼、狗、龙等动物一起使用, 而在日本谚语中老虎和猫一起使用的情况较多。其次, 中国谚语多将老虎直接与人的行为和性格联系在一起, 而日本则重视老虎这种动物本身, 日本谚语多描写老虎自身的性格和行为。

关键词

谚语, 虎, 隐喻, 中日对比

A Comparative Study on Proverbs Related to “Tiger” in Chinese and Japanese

Shilan Wu, Zhiying Liu, Xiaowei Wang

School of Foreign, Dalian University of Technology, Dalian Liaoning

Received: Oct. 12th, 2022; accepted: Nov. 8th, 2022; published: Nov. 17th, 2022

Abstract

Proverbs originate from life and are closely related to people's life, which reflects a nations' culture and customs. Studies on proverbs can help better understand a nation's outlook of the world, way of thinking and psychology. Tigers, a native species in China, have been playing important

roles in Chinese myths, legends, and customs. Influenced by Chinese culture, there have also been many stories and works of art related to tigers in Japanese history. The present study focuses on proverbs related to “tiger” in both Chinese and Japanese, from the perspective of metaphor, and studies the similarities and differences between the two languages. The result shows that both languages share similarities in the description of tigers from their physical features, characteristics, and behaviors. The tiger symbolizes power and hero in both culture. However, there are also differences. Different than in Chinese, in Japanese proverbs, tigers are supposed to love their cubs. Furthermore, tigers always accompany wolves, dogs, dragons in Chinese proverbs, while they often appear with cats in Japanese proverbs. Tigers are often related to people’s behaviors and characteristics in Chinese proverbs. Whereas, in Japanese, tigers are more emphasized as individuals and therefore, proverbs more feature tigers’ characteristics and behaviors themselves.

Keywords

Proverb, Tiger, Metaphor, Comparison between Chinese and Japanese

Copyright © 2022 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

谚语是人们在漫长历史的生产和生活中产生、孕育和流传下来的宝贵智慧结晶，含有丰富的知识、经验，有思想，用简单通俗的话来反映深刻的道理。它以一种通俗易懂、简洁、易记的方式提高人民的认识，对指导人民的生活实践起着积极的作用。在日常生活中或在撰写文章时，恰当地运用谚语既可以使语言活泼风趣，也可借此增强文章的表现力与感染力。同时通过窥探一个国家、地区、民族的谚语，便可以了解一个国家、地区、民族的生活方式和文化习俗，更能够促进不同文化间的交流。

“虎”由于形象威风凛凛，不仅成为中国文化中刚勇威猛、驱凶避邪、吉祥如意的象征，虎的图腾崇拜和有关虎的文化遗产也与中华民族自然相连，是祈福驱魔最具特色、最长久、最具影响力的一种文化现象。自古以来，在语言、文学、美术、戏曲、民俗，以及更为广泛的民间传说、神话、故事、儿歌等传统文化的各个领域，“虎”的形象无所不在。日本自古以来深受中国文化影响，以至于在没有老虎生存的日本也有关于“虎”的形象。明治时期，在东京上野动物园饲养老虎之前，日本人对“虎”的理解多通过从中国传来的故事和艺术中。在古籍《万叶集》和《日本书纪》中可以找到“虎”的身影。江户时期日本画家圆山应举(1733~1795)通过虎皮和猫也画出他所理解的虎的形象。虽然古代日本人对“虎”理解为一种幻想，与“虎”相关的谚语依然广泛存在于日本社会的各个方面，对人们的生活产生了深远的影响。但幻想类的理解与现实类的理解势必会产生差异，因此本文立足于汉语与日语中对有关“虎”的谚语的表达方式，探究二者之间对应关系，以求得到“虎”在中日两国文化中的不同形象。

2. 以往的谚语研究

2.1. 谚语的定义

谚语是俗语的一种。流传于民间的简练通俗而又富有意义的语句，大多反应人们生活和斗争的经验(夏征农, 1989) [1]。谚语是用简单的通俗的话反映出深刻的道理，在群众中流传的固定语句(中国社会科学院语言研究所词典编辑室 1978) [2]。《大辞泉》对“谚”(谚语)的定义是“古くから言い伝えられてき

た、教訓または風刺の意味を含んだ短い言葉。生活体験からきた社会常識を示すものが多い”。(自古以来人们口头相传下来的含有教训或讽刺意义的简洁的语句。多为生活经验中概括和总结出来的社会常识。)(笔者译)(松村明, 1995) [3]。

谚语是民间集体创造、广为口传、言简意赅并较为定型的艺术语句, 是民众丰富智慧和普遍经验的规律性总结。可以说谚语是一个国家、地区、民族文化的隐喻性表达。

2.2. 以往的中日谚语对比研究

日本深受中国文化的影响, 又因岛国特性等, 反而在吸收中国文化的同时, 孕育出自己独特的日本文化。历来关于中日文化对比的研究众多, 其中关于谚语的对比研究亦颇丰富。

卢骁(2012) [4]以“猫”为切入点, 将中日之间与“猫”相关的惯用句按照“以猫的身体部位为喻体的惯用句”, “以猫的性格习性为喻体的惯用句”, “以猫的行为为喻体的惯用句”, “以设想的与猫有关的情景为喻体的惯用句”四大类进行研究, 认为比起日本人, 中国人在使用“猫”相关惯用句时更注重通过猫的外形和性格入手, 而日本人多放在猫的注意力之上。崔成子(2014) [5]通过本体和喻体之间的关系, 指出日本人的谚语中所表现的“人与猫”的关系, 相较于中国更加细腻。

而关于“狗”的谚语的中日对比研究当中, 马爽(2021) [6]认为日本谚语中的“狗”的形象多受古代汉语影响, 但同时自行发展出独自的特性。丁佳华(2021) [7]在研究“狗”相关谚语的中日对比之后, 认为, 因为中国地大物博, 更多从宏观角度根据“狗”的特点加以感情色彩而构成谚语; 而日本地方狭小, 且自然灾害频发, 促使日本更加注重事物之间的细节之处来创造谚语。

3. 隐喻理论

本研究主要采用概念隐喻理论。概念隐喻理论最初由 Lakoff 和 Johnson 提出。隐喻的本质不单是语言本身的问题, 而是将某一概念领域用另一概念领域来理解的一种认知行为(翟东娜, 2006, p. 441) [8]。从源域(喻体)将某一或部分特征转移映射到目的域(本体)中, 这就是隐喻的基本过程(翟东娜, 2007, p. 463) [9]。

隐喻语言在我们的生活中无处不在, 运用得好的隐喻能让人们发现并创造事物之间的相似性。迄今为止, 人类与动物密切接触。在接触过程中, 人类总结了动物习性的一部分, 并将这些习性与一些事物和人类的特性联系起来, 创造了大量的动物谚语。谚语中大量使用隐喻的手法, 使人们能直接抓住谚语中的精髓和所表达的含义。

综上, 本研究以中日两国谚语中与“虎”相关的谚语为研究对象, 根据概念隐喻理论, 运用比较研究的方法, 分析中日两国与“虎”相关的谚语的共同点和不同点, 探寻其背后的文化因素。

4. 与“虎”相关谚语的分类研究

本研究中提到的中国谚语是从《中国谚语大全》(2004) [10]中收集的, 日本谚语是从『故事ことわざ辞典』(1992) [11]中收集的。其中《中国谚语大全》收录超过 100,000 句谚语; 『故事ことわざ辞典』收录约 22,000 多个谚语, 皆是收录较广且较为权威的谚语辞典。通过检索发现, 汉语谚语有 50 例, 日语谚语有 53 例。本研究运用认知语言学中隐喻的喻体和本体关系的相关理论, 参考卢骁(2012) [4]的分类方法, 将中日关于“虎”的谚语分为“以虎的身体部位和领地为喻体的谚语”, “以虎的性格和习性为喻体的谚语”, “以虎的行为为喻体的谚语”, “以设想的与虎有关的情景为喻体的谚语”四大类, 具体的分类状况如表 1 所示。

通过表 1 可以清晰看出, 相较于日语来说, 中国关于“虎”的谚语更多倾向于“以虎的性格和习性为喻体的谚语”, 占比为 66%; 日语虽然也是此项最多, 但占比仅约为 43.3%, 尚不足一半。

Table 1. Classification of proverbs related to “Tiger” in Chinese and Japanese
表 1. 中日“虎”相关谚语的分类

	中文谚语	日文谚语
以虎的身体部位和领地为喻体的谚语	5	7
以虎的性格和习性为喻体的谚语	33	23
以虎的行为为喻体的谚语	3	12
以设想的与虎有关的情景为喻体的谚语	9	11

4.1. 以虎的身体部位和领地为喻体的谚语

虎的体态雄伟强壮高大，四肢强健，犬齿和爪极为锋利。虎是山地林栖动物，常单独活动，每只虎都有自己的领地。公虎对自己的领地严格捍卫。捕食时异常凶猛、迅速而果断。这些特征逐渐为人所知，创造了用老虎的身体部位和领地来喻指特定的人的行为动作。

比如中文谚语“不入虎穴，焉得虎子”、“明知山有虎，偏向虎山行”、“才出虎口，又入狼窝”中，老虎的洞穴，老虎栖息的山，有锋利牙齿的虎口具有危险的特征，因此可以和危险和灾难建立起联系。喻体“虎穴、虎山、虎口”和“危险”存在着相似性。“虎穴、虎山、虎口”被比喻为巨大的危险和灾难。老虎特殊的攻击手段是用锋利的牙齿咬断对手的脊椎，这是老虎的本领之一。所以“虎口”除了被喻为危险之地之外，“你老虎口大，我野牛颈粗”中的“虎口”被喻为高超的手段和本领。筋是连接骨骼和肌肉的组织，老虎的肌肉发达，但如果没有筋来牵动的话，那些强健的肌肉也只是一堆肉。“龙怕揭鳞，虎怕抽筋”中，龙、虎虽然凶猛，但损伤了要害就无能为力，比喻有本领的人也怕伤及要害。因此，基于“伤及要害”这一相似性，把“抽筋”用来喻指损伤了要害。

日本的谚语“虎穴に入らずんば虎子を得ず”(不入虎穴，焉得虎子)、“虎口を逃れて竜穴に入る”(才出虎口，又入龙潭)中也把危险的地方和状况比作“虎穴、虎口”。除此之外，虎的尾巴、虎的胡须是虎的重要身体部位，对猎虎起到了很大的作用。“竜の鬚を撫で虎の尾を踏む”(捋龙须，踏虎尾)、“虎の鬚を数える”(数虎须)中，将喻体“虎尾、虎须”和“危险”这一相似性联系在一起，踩着尾巴或摸胡子被比喻成做非常危险的事情。

4.2. 以虎的性格和习性为喻体的谚语

两本词典中，以虎的性格和习性为喻体的谚语所占比重最多。虎的性格特点有恶毒、凶暴、勇敢、有担当、聪明等，在中日文化中虎一直代表着勇猛、正义、威严与无穷的精力。老虎有许多天生的习性，老虎无固定巢穴，多在山林间游荡寻食。虎的性格、习性往往与人类的行为习惯有很多相似之处。

对于老虎这种顶级掠食者而言，几乎没有什么动物不是他们的捕食目标。“人无害虎心，虎有伤人意”的浅层意思是人本来没有伤害老虎的心，而老虎却想伤害人。喻指坏人心地险恶，必须提防。这个谚语里的“虎”比喻为“坏人”。老虎是捕猎高手，是食物链顶端的捕食者。“好虎架不住一群狼”比喻一个人武功再高强，也对付不了众多的敌手。再凶的猛虎，也招架不住多匹狼的攻击。基于“优秀”这一相似性，把“好虎”比喻“武功高强的人”。“高山出猛虎，梧桐落凤凰”，基于“勇敢，勇猛”这一相似性，用“猛虎”喻指“优秀的人”，比喻相应的环境或条件，就会有优秀的人才。“虎不怕山高，鱼不怕水深”比喻强者不会畏惧困难和挑战。这个谚语和前一个谚语相似，把“虎”喻为“不怕困难的强者”。“人到四十五，正是出山虎”比喻人到了四十多岁，社会经验就多了，能顺利完成人生目标，就像刚出山的老虎，不畏惧风雨，常常充满威力。基于“勇往直前”这一相似性，用“出山虎”比作“充满活力的45岁的人”。虎作为“兽中之王”，是非常有野心的动物。“虎瘦雄心在，人穷志不短”

的意思是虎即使瘦小却有雄心壮志，人即使穷但是应该有不凡的志向。“虎瘦”和“人穷”都具有“不够完美”的相似性。虎不管是任何时候，都是威风凛凛的样子，一直保持着自己森林之王的霸气。“蛇死三天尾还动，虎死一七不倒威”比喻强人即使遭失败或挫折，还会有余威。“虎死不变形，狼死不变性”中的“虎死不变形”本质上就是对这种霸气的赞扬。这两个谚语基于“自信，有魄力”这一相似性，用“虎”比作“意志坚强的人”。

日本由于深受中国文化的影响，日语中有很多和中文相似的谚语。如“虎も我が子を食わず”(虎毒不食子)、“虎の威を借る狐”(狐假虎威)、“虎は死して皮を留め、人は死して名を残す”(虎死留皮，人死留名)、“千里の野べに虎を放つ”(放虎归山)、“苛政は虎よりも猛し”(苛政猛于虎)等，也是用“虎”比喻“狠毒、勇猛、自尊心强、威风凛凛的人或事”。

虽然以上关于虎的勇猛，狠毒中日之间都可以一一对应，但还存在“相似但不同”、“完全不同”的两种情况。其中“相似但不同”主要体现在“虎毒不食子”一句上。古人认为，自然界中，很多动物都有杀子、食子行为，虎虽然非常凶猛，但从不吃自己的虎崽。基于“对孩子的爱”这一相似性，“虎毒不食子”可以用来比喻人皆有爱子之心。但日本谚语中存在重视老虎产下幼崽直到幼崽长大离开，只会安安心心做好母亲的角色的习性，针对老虎非常宠爱幼崽，有很强的母性爱这一特点，衍生出“虎の子”(虎之子)一词，比喻珍宝、贵重之物。喻体“虎子”和“珍贵的东西”具有相似性。中国谚语中的“虎毒不食子”“恶虎不食子”等也是描写甚至是凶猛的老虎也会重视亲情的谚语，但并没有衍生出如日本“虎の子”(虎之子)来比喻珍宝的例子。

而完全不同的例子，更多重视“虎”的外部联系。如“猫にもなれば虎にもなる”(既能变成猫又能变成虎)比喻根据对方和情况，人既可以像猫般温顺，又可以像老虎般凶悍，软硬兼施、刚柔并济。基于“凶猛，具有极强的攻击性”这一相似性，“虎”喻指“凶悍的人或凶悍的事”。虎和猫一起使用的谚语中还有“猫は虎の心を知らず”(猫不懂老虎的心)。猫和虎虽然都是猫科动物，但是像猫咪这样的小动物是猜不到老虎这样的森林之王在想什么的，比喻无名小卒或者学识较浅的人，理解不了高阶层高学识人的远大志向。基于“大气、心胸宽广”这一相似性，在这里“虎”喻指“志向远大的人”。“虎になる”(变成老虎)这一谚语是日本特有的。把老虎胡闹的习性比作源域，把醉酒狂暴的人比作老虎。老虎作为百兽之王，随便吼叫一声都能震慑山林，其他动物都会感到害怕。当人醉酒后受到酒精的麻痹，兴奋而不能控制自己的语言和行动，做出平日敢想不敢做的事情。因此用“变成老虎”来喻指“喝醉酒后不再感到恐惧或者喝醉后胡闹的人或事”。

4.3. 以虎的行为为喻体的谚语

老虎在人们的日常生活中比较罕见，但它的行为的相关谚语在日常生活中比较常见。人们把这些行为作为喻体来喻指人的行为。

《中国谚语大全》中以虎的行为为喻体的谚语比较少。“龙虎相斗，鱼虾遭殃”，比喻强者互相争斗，会使弱小者受害遭殃。龙是神话中的动物，相传龙能飞行、擅长变化、会呼风唤雨，是强大不可战胜的动物。虎作为山林当中的王者，战斗力超强。老虎因争地盘、打猎等情况经常与其他动物发生冲突。基于“勇者”这一相似性，“龙虎相斗”可以用来喻指“强者互相争斗”。虎捕食时异常凶猛，公虎对自己的领地严格捍卫，如有入侵者，公虎通常是采取灭杀政策。“二虎相斗，必有一伤”这一谚语是老虎之间争斗的场面。两只凶恶的老虎争斗起来，其中必有一只受伤。“二虎相斗，必有一伤”可以喻指“敌对双方实力都很强，激烈斗争的结果，必有一方吃亏”。“虎生三子，必有一彪”中的“彪”是老虎出生的孩子中最优秀的个体。像老虎一样优秀的动物也会生出更优秀的孩子。因此，在本谚语中，将这样的状况作为源域，“虎生三子，必有一彪”比喻“众多子女之中，一定有一个超群出众的孩子或众人中必有性格作风特殊的人”。

日本谚语中，有和中文谚语相似的“竜虎相搏つ”(龙虎相斗)、“両虎相闘いて驚犬其の弊を受く”(两虎相斗而惊犬受其弊)、“両虎食を争う時は狐其の虚に乗る”(两虎争食狐得利)等等。“虎嘯けば風生ず”(虎啸风生)比喻英雄人物顺应时代潮流而出现，并且对社会产生极大的影响。这个谚语中使用了老虎吼叫的动作，并以虎的这些英武动作为源域，以“虎”喻“英雄和勇士”。“虎嘯风生”在中文中是成语，传到日本之后变成了谚语的形式。“虎の子渡し”(虎子渡河)这句谚语是以中国的典故为基础的。老虎在把自己的孩子们运到河对岸时，担心其他弱小的孩子会在不经意间被最强壮的孩子吃掉。这句谚语描写了老虎的这种状态，并且，把这种状态做为源域，比喻为了生活苦心的人们。“虎は子を思うて千里を帰る”(虎行千里思子即归)这个谚语指老虎担心自己的孩子，千里迢迢回到孩子身边，表达了老虎对自己孩子的爱。用“千里”不仅可以喻指“势头旺盛”，还喻指“思念子女的父母的深情”。“虎の子を扱うよう”(对待虎子一样)也是喻指老虎对待自己的孩子一样“精心照顾”。日本人认为老虎的母性爱是比其他动物强烈的，这是在汉语谚语中所没有的内容。

4.4. 以设想的与虎有关的情景为喻体的谚语

这类谚语以人类对老虎设想的情景为源域，与老虎是否做那样的行动无关。因此，在谚语意义的形成过程中，人作为认知主体的作用更加显著。

“画虎不成反类犬”的浅层意思是画老虎画不出来，画完看起来倒像是一条犬。比喻好高骛远，终无成就，反成笑柄的行为。在此谚语里“虎”是威风凛凛的形象。如果一条狗学着老虎的样子去抖威风势必会招人厌烦。用“画虎”来喻指“好高骛远，总是定下一些不切实际目标的人或行为”。“画虎画皮难画骨，知人知面难知心”的字面意思是虎皮好画，虎骨难画；了解一个人的外表容易，其内心难测。基于“虎的皮毛和人的外表都是表面的，虎骨和人的内心是深层的”这一相似性，用“画虎”来喻指“知人”。老虎在森林中是王者是强者，这样的老虎成了群，威力是不可估量的，任何强力都无法对抗。“人怕齐心，虎怕成群”中，用“虎成群”喻指“人齐心”，表示很多人齐心协力，凝聚成强大的力量就能战胜任何困难。老虎是山中地位最高、最危险的动物。“山中无老虎，猴子称大王”的浅层意思是老虎不在了，连猴子都成了地位高的动物。基于“在山中老虎是地位高的，猴子是地位低的”的相似性，把“贤人”比作“老虎”，把“普通人”比作“猴子”。这句谚语比喻没有能人，普通人物也能充当主要角色。“打虎要力，捉猴要智”的字面意思是老虎凶猛，打虎须有力气；猴子灵活，捉猴须用智谋。在这里用“打虎”和“捉猴”喻指“不同性质的事情”。指处理不同性质的事情，要采取有针对性的不同策略。“擒龙要下海，打虎要上山”，龙在海里，虎在山上，当然不能下海去打虎，上山去擒龙。在这个谚语里“擒龙”和“打虎”喻指“做不同的事情”。这个谚语告诉人们做事要讲究源头，不要蛮干，找对方法，要在对的地方做对的事情才能成功。

日本也有“虎を画いて犬に類す”这一谚语，和中文“画虎不成反类犬”很相似。“虎にして冠するもの”(老虎戴上王冠)，讲的是老虎非常凶猛，即便是给老虎戴上王冠也不能掩盖老虎凶猛的本性。基于“凶恶、残忍”这一相似性，把“老虎”比作“凶暴的当权者”，比喻凶暴的当权者即使穿着正装也无法掩饰其残忍。“騎虎の勢”是从中国的成语“骑虎难下”传到日本之后变成的谚语。骑在老虎背上危险的事情，但是骑老虎的人一旦下来就会被老虎袭击，所以只能继续骑。在这里用“骑虎”来喻指“进行有困难的事情”，比喻事情进行到中途，迫于形势不能停下来只好干到底，进退两难。“市に虎あり”是从中国的成语“三人成虎”传到日本后变成的谚语。当一个人说城里有老虎时，别人谁也不相信他，但如果三个人谎报城里有老虎，听的人就信以为真。这句谚语与“虎”本身没有直接的关系，比喻说的人多了，就能使人们把谣言当作事实，表达了谣言的可怕。“虎を談ずれば虎至り、人を談ずれば人至る”(说曹操曹操到)，这句谚语的字面意思是说到老虎老虎就到，说到人人就到。这句谚语与“虎”

本身也没有直接的关系，形容对方出其不意的出现在说话者面前，常常给人惊喜。本谚语是告诫人们要适可而止地说别人的流言和坏话。日本谚语中还有“張り子の虎”(纸老虎)，中文“纸老虎”中“老虎”喻指“强大凶狠”，比喻外强中干的人。除此之外，“張り子の虎”是用纸做的老虎形状的日本玩具。有紧绷的尾巴、张开的大嘴巴、摇摇晃晃的钟摆式的虎头。碰到虎头脖子会上下摇晃，所以经常被用来比喻只点头没有主见的人或指有摇头晃脑习惯的人。

5. 结论

本文以概念隐喻的角度，分析对比了关于“虎”的谚语之间中日的差距。通过以虎的身体部位和领地为喻体的谚语来看，中日谚语之间几乎是完全相同，且日本谚语甚至可以看到中国谚语的训读。而日本没有老虎，被公认的第一位画虎的画家圆山应举都已是江户时期人士，而且圆山应举并没有见过老虎，而是借助猫来绘制老虎。因此可以认为，以外形为主导的谚语日本多为使用或借鉴中国谚语，且难以进行扩展变化。

相较于外形，以虎的性格和习性为喻体的谚语，以虎的行为为喻体的谚语，以设想的与虎有关的情景为喻体的谚语却可以通过文献完整地传达到日本。因此可以发现关于老虎狠毒，凶狠的特征中日之间几乎是一模一样的。但日本相较于中国更多从文献的小处入手，抓住老虎爱子这特征进行具象化。同时日本也在使用中，注重老虎与其他事物之间的外部联系，如“老虎”与“猫”之间，“老虎”与“人”之间，“老虎”与“玩具”之间等，通过老虎作为衡量标准，突出“猫”，“人”，“玩具”的特点，从而达到隐喻的效果。

关于中日两国的“虎”，作为虎的动物的定义和特征有很多相似之处。中日谚语中所表达的老虎的共通之处。特征中，好的意义有雄伟、勇敢，坏的意义有凶暴、残忍、恶毒、危险等。另外，老虎有时也被比喻为权力者或英雄人物。关于两国谚语中所表现的虎的不同，日本谚语中认为虎是宠爱孩子的生物，但在中国却没有看到这样的谚语。另外，中国谚语中，老虎多与狼、狗、龙等动物一起使用，而日本谚语中则多将老虎和猫一起使用，这似乎与日本人喜欢猫有关。最后，中国谚语多将老虎直接与人类的行为和性格联系起来，而日本则重视老虎这种动物本身，日本谚语多只描写老虎自身的性格和行为。

另外，无论中国谚语还是日本谚语，都建立了源域和目标域之间的对应关系，观察老虎这种动物，从老虎的生活轨迹中发现事物发展的规律性，创造了很多有教育意义的谚语。可以说谚语很好地表达了中日两国的“虎”文化。

参考文献

- [1] 夏征农. 辞海[M]. 上海: 上海辞书出版社, 1989.
- [2] 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典[M]. 北京: 商务印书馆, 1978.
- [3] 松村明. 大辞泉[M]. 东京: 小学馆, 1995.
- [4] 卢骁. “猫”惯用句的中日对比研究——基于隐喻认知视角的考察[C]//福建省外国语文学会. 2012年年会论文. 厦门: 福建省外国语文学会, 2012.
- [5] 崔成子. 中日猫谚语对比研究[J]. 云南社会主义学院学报, 2014(4): 375-376.
- [6] 马爽. 隐喻视角下的中日“狗”类谚语对比研究[J]. 名作欣赏, 2021(20): 175-177.
- [7] 丁佳华. 中日“狗”谚语的比较研究[J]. 今古文创, 2021(12): 123-124.
- [8] 翟东娜. 日语语言学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2006: 441.
- [9] 翟东娜. 认知语言学[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2007: 463.
- [10] 温端政. 中国谚语大全[M]. 上海: 上海辞书出版社, 2004.
- [11] 铃木棠三. 故事谚语辞典[M]. 东京: 创拓社, 1992.