

浅析汉语谚语“小时偷针，大时偷金”和法语谚语“Qui Vole un Noeuf, Vole un Boeuf”的异同

张雅楠

福建江夏学院，外国语学院，福建 福州

收稿日期：2023年3月11日；录用日期：2023年4月13日；发布日期：2023年5月9日

摘要

谚语是民族文化的重要载体之一，记录了社会历史风貌，体现了集体的智慧。对比分析汉法语言中具有相同内容的谚语，可以避免表象的迷惑，探究其本质内涵。本文从句子结构、语言应用等方面对比分析中法谚语中具有代表性和典型性的两句谚语，以达到对这两句谚语的完全理解，进而从认知规律等方面全面探讨中法两国文化差异。此外，通过追溯差异背后的两国主要思想价值观的区别，来解释对待同一事物或现象，两国语言行为的差异。

关键词

谚语，语言行为，价值观，社会环境

A Brief Analysis of Similarities and Differences between a Chinese Proverb: “小时偷针，大时偷金” and a French Proverbe: “Qui Vole un Noeuf, Vole un Boeuf”

Ya'nan Zhang

School of Foreign Languages, Fujian Jiangxia University, Fuzhou Fujian

Received: Mar. 11th, 2023; accepted: Apr. 13th, 2023; published: May 9th, 2023

文章引用：张雅楠. 浅析汉语谚语“小时偷针，大时偷金”和法语谚语“Qui Vole un Noeuf, Vole un Boeuf”的异同[J]. 现代语言学, 2023, 11(5): 1833-1838. DOI: 10.12677/ml.2023.115248

Abstract

Proverbs are one of the most important vehicles of national culture, recording the social and historical landscape and reflecting collective wisdom. By comparing and analyzing proverbs with the same content in Chinese and French, we can avoid the confusion of appearances and explore the essential connotations. In this paper, we compare and analyze two representative and typical Chinese and French proverbs in terms of sentence structure and language application in order to achieve a complete understanding of these two proverbs and then explore the cultural differences between China and France in a comprehensive manner in terms of cognitive laws and other aspects. Furthermore, by tracing the differences in the main ideological values of the two countries behind the differences, the differences in the linguistic behavior of the two countries towards the same thing or phenomenon are explained.

Keywords

Proverb, Action of Language, Values, Social Environment

Copyright © 2023 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

谚语大多源于民间，在群众日常生活中经常被使用。谚语的文法结构往往简单通俗却能反映深刻道理。这一特点非常适合世代口口相传，对人们的思想观念和为人处世的方式都有着深刻影响。直至今日，无论在中国，还是在法国，谚语在日常生活里都被经常使用，一方面传承了传统文化，另一方面体现了一个国家和一个民族的精神，在中国和法国历史文化的传承中都起了重要的作用。本文通过社会语言学角度对中法两句典型谚语的分析，一方面通过话语分析探讨中法这两句谚语表意背后的隐含意义，更重要的是结合社会因素分析谚语体现的认知特点，在社会文化层面了解中法两国人民在价值观方面的差异。社会语言学是语言学的一个分支学科，它是一门交叉学科，社会语言学的一大特点是结合社会因素考查语言问题。1964年是社会语言学的诞生之年，在社会语言学出现之前，和语言主题有关的因素，比如社会、心理等被排斥在语言学之外，因为它的出现被称为语言学研究的一次解放[1]。本文将从社会语言学角度分析汉语言与法语谚语的异同，把社会因素引入语言分析之中，探究中法不同社会文化背景对语言的影响。

在汉语和法语这两种语言中都存在着数量庞大的谚语。虽然两国历史文化发展背景不同，但反映在谚语之中的两国价值观不仅有差异，也有共同之处。本文选取最具代表性、最为两国人们熟悉的两句谚语：法语谚语“Qui vole un noeuf, vole un boeuf”和汉语谚语“小时偷针，大时偷金”。对谚语语句本身的研究主要通过对其内部结构，也就是句法和语义方面的研究展开。对谚语外部环境的分析，主要借助于社会语言学理论进行研究，包括语用学和语言行为折射的社会因素分析。

2. 从句法学和语义学方面分析

在法国有一句耳熟能详的谚语：“Qui vole un noeuf, vole un boeuf”。如果把这句谚语直译成中文，那这句谚语的中文含义为：谁偷一枚鸡蛋，偷一头牛。为了符合中文的表达习惯，这句谚语还可以进一

步翻译成：偷一枚鸡蛋的人，将会偷一头牛。这句谚语所表达的观点为：小偷小摸的人将会犯下大罪。在中国也有一句寓意相似的谚语：“小时偷针，大时偷金”。表达的意思是：小时候偷窃针头线脑，长大后就会犯下大的偷盗行为。表面上看，这两句谚语所表达的内容是十分相似的，而且都带有谚语简练、通俗的特点，因此，在中法谚语翻译中经常被拿来直接使用。那么这两句谚语是完全相同吗？是否可以互通使用呢？我们可以先从分析这两句谚语的内部结构即句法和语义开始。

从句法关系中的位置关系即词序方面分析，法语谚语“*Qui vole un oeuf, vole un boeuf*”和汉语谚语“小时偷针，大时偷金”。法语谚语的词序为： $S + V + O, V + O$ 。汉语谚语的词序为： $V + O, V + O$ 。虽然两句谚语的词序没有完全一样，但是说明主语动作的谓语和动作行为对象的宾语的位置关系是一致的。使这两句谚语反映的逻辑事理一致，偏重的方向和强调的意思相同。但是法语谚语有明显的主语 *Qui* (谁)指的是所有人、任何人，而中文谚语中并没有体现主语。法语主语的省略是因为前半句已经出现主语 *Qui* 和后半句主语相同，因此后半句主语省略。在汉语谚语中省略的主语更为常见。比如汉语中我们会说：下雨了，而不会特意加上主语：天。在这句汉语语言中省略的主语实际上是：所有人、任何人。与法语谚语 *Qui* 所代指的主题是一样的。汉语中这种省略主语的情况成为无主句结构，通常描述状态和动作或者变化，重在叙事和结果。从句法功能方面分析，句子的主语相同，都是泛指所有人，或者任何一个做出这种行为的人。主语是动作的执行者，在汉法这两句谚语中逻辑主语是相同的。谓语是动作行为，在这两句谚语中谓语是完全相同的，汉语谚语的谓语是“偷”，法语谚语的谓语是“*voler*” (偷)。宾语是执行者所作用的人或者物体，虽然这两句谚语的宾语不一样，一个是“针”和“金”，一个是“*oeuf*” (鸡蛋)和“*boeuf*” (牛)，但都体现了一种由小到大的关系。根据谚语的泛型特征，这两句谚语所涉及的行为和行为作用的对象肯定不局限于偷，这里的偷代表了一些不良行为。同样地，“针”和“*oeuf*” (鸡蛋)代表了所有价值低的物品。“金”和“*boeuf*” (牛)代表了所有价值物品。因此，这两句谚语的每个部分都在为谚语的功能发挥作用。

从语义学角度分析这两句谚语的异同，首先看一下把法国谚语：“*Qui vole un oeuf, vole un boeuf*”翻译成“偷一枚鸡蛋的人，将会偷一头牛”是否可行。译句是否合格，要看是否满足据翻译原则中的忠实性和目的性原则，即译文在内容和形式上是否忠实于原文，以及译文是否符合译入语的情境和文化，按译入语接受者期待的方式发生作用。因此，在这个译句中有三点需要进行分析：一是把 *Qui* (法语中的关系代词“谁”)翻译成做 *XX* 的人或者是 *XX* 样的人。二是原句是直陈式，而译句是条件式。三是：原句为现在时，译句为将来时。在法语原句中，虽然直接提到鸡蛋和牛，但涉及的不仅是鸡蛋和牛这两种物品，而是鸡蛋代表的所有价值比较小的物品和牛代表的所有价值比较大的物品。因此，偷鸡蛋可以看作是一个小错，而偷牛则是一个比较严重的错误。创作者通过这句谚语表达的观点是：犯小错的人，将来就会犯大错。因此，中文译句：“偷一枚鸡蛋的人，将会偷一头牛”，符合翻译的忠实性和目的性原则。

熟悉中法语言的人可能会直接用汉语谚语“小时偷针，大时偷金”作为法语谚语“*Qui vole un oeuf, vole un boeuf*”的译文。因为汉语谚语：“小时偷针，大时偷金”在语义上看似与法语谚语“偷一枚鸡蛋的人，将会偷一头牛”相近。从语义角度分析这两句谚语的异同，可以从句子含义入手。我们可以通过对比句子字面含义和隐含含义进行分析。从字面意思来看，“小时偷针，大时偷金”所表达的含义为：小的时候敢偷人家一根针，长大就敢偷黄金。“*Qui vole un oeuf, vole un boeuf*”所表达的含义为：“偷一枚鸡蛋的人，将会偷一头牛”。隐含含义可以通过前半句的行为和后半句的结果推断。针和鸡蛋一样，代表一件价值较轻的物品，黄金和牛代表的是价值较重的物品。因此，都是借助小错到大错的一个演变过程，提醒人们重视小错可能带来的严重后果。因此，这两句谚语的句子含义是相近的。

3. 语用学方面对比

语言和社会有着千丝万缕的联系，语言使用本身就是一种社会现象。在一些学者心中语用学是社会语言学的一部分，因此语用学也被称为社会语用学[2]。美国社会语言学家 Ralph Fasold 认为，语用学是社会语言学的一部分：“自然语用学探讨基于语境的意义推理，就可以看作是社会语言学的—个话题”[3]。研究谚语在现实社会生活中的运用以及使用者的社会地位和价值取向可以更直观地感受到谚语发挥的作用和社会对谚语的反应。因此，对谚语的研究不能局限于谚语本身，还需要研究在运用中涉及的各种因素。

汉语谚语的运用场合比较普遍，既可以用在朋友加入日常生活交流之中，也可以用于书面或一些比较正式的场合，对语言有画龙点睛的作用。比如：“事物发展经历从量变到质变的过程，所谓小时偷针、大时偷金，……要注意防微杜渐，防止千里之堤、溃于蚁穴教训的发生”。通过汉语谚语在中国社会的使用中不难看出，中国人对自己民族古老传统文化的尊重和自豪。它们在社会交际中的功能不仅在于修饰，更重要是它们的感染力和说服力。在汉语中，除极个别的特例以外，汉语谚语通常代表了一些正面的观点，它们的内容融合了通俗性和哲理性。在汉语中，当谚语被使用时，对听者有无法抗拒的影响力。其中的法语谚语虽然在几个世纪前有过一段黄金时期，在文学作品和上层贵族社会中使用频繁。但目前谚语在法国更多是代表了一种世俗的市井文化。并且经常出现对某些谚语的反驳性言论，认为谚语过于绝对，否认特殊情况的存在，因此质疑谚语的公理性和指导价值。有一个法语儿童故事中曾引用了“*Qui vole un oeuf, vole un boeuf*”这句谚语，原文是：“*Le surveillant possa Nancy dans une cellule en criant: Qui vole un oeuf, vole un boeuf!*” [1] (看守将南希推进牢房，并大声说偷鸡蛋的人会偷—头牛!)。在这一侧故事中，看守的身份和行为暗示他是一个野蛮且思想简单的人，并不是一种正面形象。而在这则故事中，主人公南希确实是无辜的。

4. 谚语体现的言语行为和折射的社会环境分析

英国语言学哲学家奥斯汀最早创立言语行为理论，美国哲学家塞尔则进一步发展了这一理论，并分析了以言指事和以言行事的行为。言语行为理论主要是把言语看作—种行为，并且充分关注言语活动参与者的意向及相关语境等语用因素[4]。谚语不仅凝结了语言的精华，而且作为人类长期生产生活实践经验智慧的结晶，其从诞生起就具有指导和教育意义。此外，谚语产生和发展受历史文化、社会制度和社会意识形态等方面的影响，具有鲜明的民族特色，蕴含丰富的文化内涵，反映了—个民族文化的共性。因此，通过言语行为理论研究谚语可以找出—个民族的文化特征和深层的价值观取向。

汉语谚语“小时偷针，长大偷金”源于中国古代流传下来的—个故事：古代，—个孩子从小恣意妄为，把别人的东西拿回家，而他的父母却从不加以管教，结果孩子长大因偷盗杀了人被判极刑。这句话告诉我们：针虽小，不值钱，但偷窃这一行为却是非常恶劣的。如果不加制止和改正，—旦养成了习惯，就可能会酿成重大的恶果。因此，这句谚语体现的语言行为是：要及时阻止孩子的不正当行为，不要以为是—小错而放任不管。法语谚语“*Qui vole un oeuf, vole un boeuf*”早在15世纪就流传于法国，这句话的字面意思是：偷鸡蛋的人，偷—头牛。它的警示含义与中国谚语“小时偷针，大时偷金”相同：—小错必然铸成大错。言语行为的—个重要特征是它具有意向性。在这种行为中，不仅使用了语言符号，而且还表达了说话者的意向。从上面的分析可以看出，言语行为的意向性在谚语的使用上体现得非常明显。

但是，汉语谚语“小时偷针，长大偷金”和法语谚语“*Qui vole un oeuf, vole un boeuf*”所表现的言语行为也不完全相同。汉语谚语“小时偷针，长大偷金”对行为的影响侧重于：小偷小摸这一行为是非常恶劣的，要防微杜渐。而法语谚语对行为的影响侧重于：即使偷窃的东西不值钱，也应收到处罚。例如：

“J’ai licencié mon apprenti: il m’avait pris un bidon d’huile. Et, comme on dit: qui vole un oeuf, vole un boeuf.”

(我解雇了我的学徒，他偷了我一桶油，正如我们所说：偷一个鸡蛋的人，偷一头牛。)

从对这两句谚语的比较中我们可以发现，中法两国的文化体现在社会价值观上的异同。社会价值观主要是指某一社会或文化中，人们对指周围的客观事物(包括人、事、物)的普遍看法。具体包括人们的行为准则、思维方式、处世哲学、道德标准等。价值观同言语行为有着密切的联系[5]，价值观的差异会导致言语行为的差异。一个文化社会的价值观又体现在具体的言语行为之中[6]。中国传统社会价值观念跟西方近代相比，有很大不同，比如：“责任”。强调个人对于他人、对社群，甚至对自然所附有的责任，责任意识非常强。汉语谚语“小时偷针，长大偷金”中蕴含的指导意义在于，家长要从小严格管教孩子或一个人自己要自我要求“勿以恶小而为之”。法语谚语“Qui vole un oeuf, vole un boeuf”中蕴含的指导意义在于告诫他人：小的偷盗是进行大的偷盗行为的开始。偷盗行为无论大小都要收到处罚。因此，这句法语谚语的指导意义更偏重于对待他人不良行为的态度上。是个人对他人提出的道德要求，体现个人理性和个人利益优先。

“礼”在中华文化中占有核心地位。中国古代社会的“礼”通俗的讲就是古代从国家层面到社会层面再到个人层面的行为规范总称。因此，“礼”的两个主要表现形式是道德和法律。汉语谚语“小时偷针，长大偷金”体现了对社会道德对个人的要求。一般而言，偷针是不会受到法律制裁的，但道德规范人们的行为，使人们认识到即使偷针也是错误的行为，不加以约束和管教会造成严重后果。在西方，法治观念源远流长，法律具有绝对的制约力。而且，由于个人主义的等其他历史文化因素的影响，西方国家大多形成了以“私权至上”为基准的法的理念。法语谚语“Qui vole un oeuf, vole un boeuf”体现了社会对偷盗行为无论大小一概而论的观点，原则性问题不可轻视。指导意义偏向于如何预防大的财产损失，保护私人财产。

5. 总结

作为语言社会的个体，提起谚语，人们不难说出其母语中具有典型性和代表性的几句谚语。另外，在日常交流中，谚语的使用也屡见不鲜。谚语流传久远依旧保持活力，说明谚语所蕴含的实际指导意义依旧被社会上的多数人所认可。这主要归咎于两个原因：第一，谚语产生于人类文明进步过程中总结的经验，言简意赅、富含哲理。因此，谚语具有很强的适应性，并代表了一种社会公众舆论。第二，谚语作为一种言语行为，具有意向性，谚语自产生起就是以传授生产生活经验为目的。每一句谚语都有其独特的意义，也表达着不同的生活经验。随着谚语的传播，人们对这种由实践得来的认识产生信任，因此，它们成为人们进行各种社会活动的指导和规范。

在不同的自然、历史环境下产生不同的语言文化体系。在不同的语言文化体系存在一些共性文化现象，也存在一些个性的认知特点。而谚语广为传播、富含哲理，其中蕴含民间集体总结的经验和智慧，涉及社会生活各个方面，影响着人们的价值观和社会行为规范，也体现着一个国家或者社会的认知特点和思维方式。因此，通过对中法谚语的对比分析，不仅可以从语意和语用方面找出特点，增强语篇的理解能力，还可以通过语言与认知关系的方面研究，分析谚语在实际应用中的认知和交流功能，最终达到提取谚语中的文化信息、了解一个国家或民族的文化、做到对谚语进行更准确的理解和翻译的目的。

参考文献

- [1] 赵蓉晖. 社会语言学的历史与现状[J]. 外语研究, 2003(1): 13-19+26.
- [2] 何自然, 吴亚欣. 语用学概略[J]. 外语研究, 2001(4): 10-16.

- [3] Fasold, R. (1990) *The Sociolinguistics of Language*. Basil Blackwell, Oxford, 342 p.
- [4] 孟娜佳. 跨文化语言交际的哲学基础-言语行为理论[J]. 云南农业大学学报, 2011, 5(3): 94-98.
- [5] 陈平利, 丰国欣. 价值观和言语行为[J]. 武汉理工大学学报(社会科学版), 2005, 18(4): 623-625.
- [6] 寇福明. 英汉谚语共性和个性的认知研究[J]. 山西大同大学学报(社会科学版), 2010, 24(1): 69-71.