

迷失的雨季

〔新加坡〕 尤今



浙江文艺出版社

迷失的雨季

〔新加坡〕 光今

浙江文艺出版社

(浙)新登字第4号

封面设计 梁 珊

责任编辑 汪逸芳

迷 失 的 雨 季

尤 今 著

浙江文艺出版社出版发行
(杭州体育场路169号)

浙江富阳印刷厂印刷
(杭州环城北路天水桥堍)

浙江省新华书店经销

开本787×1092 1/32 印张3.25 插页5 字数156000 印数16500—465000
1991年9月第1版 1992年5月第3次印刷

ISBN 7-5339-0413-3/I·385 定 价: 3.25 元

自序

我是名恒远不累的旅人，背着行囊外出旅行，已成了我的“常年课业”。

人生一世，草生一秋。短短数十寒暑，转瞬即逝。穷一生精力追求荣华富贵、功名利禄，非我所愿。我希望我是行云、我是流水，飘过世界、流过世界，让彤彤云彩和潺潺流水在地球上的每一个角落留下痕迹。

迄今为止，我已把足迹印在地球的四十七块国土上。

对我而言，这些国家，不是睡倒在地图上的地理名词，它们是活在我心坎深处的朋友。不论它们是富裕或是贫穷的、美丽或是丑陋的、繁华或是朴实的、现代或是原始的，我都以至真至诚的心来与它们结交。

我游、我看，然后，我思、我写。

这四十七个国家，化成了我笔下的三百余篇游记。

动态的人物，在我游记里，占了主要的篇幅；极少写的，是静态的景物。

就我认为：景物是千年不变的，有时一张彩色图片便胜过了千言万语；然而，人民的思想与感情，却常常随着国家的政治形态与经济状况而改变，换言之，人民往往就是国家的缩影。“尝鼎一臠、因小见大”，通过了与异乡人物的交往，我常常得以窥见异乡异国的真实面貌。正因为这样，当我把异国一个个或可敬可爱、或可憎可恨的人物带到纸上来时，我也同时反映了某个特定国家的社会面貌。

文学表达方式，千变万化，我尝试以多样化的笔法，通过以文字筑成的桥梁，将我所认识的异乡朋友——介绍给读者。我热切地希望我能借着“文学”这个美丽的媒介，使世界各国一颗颗原本陌生的心灵彼此靠拢、沟通；从而减少误解、增进了解。

非常感谢中国浙江文艺出版社，由于他们热心的推荐，使我的散文集子《沙漠中的小白屋》、《那一份遥远的情》、《太阳不肯回家去》、《迷失的雨季》、《浪漫之旅》这五部书，得以陆续在中国大陆面市，与广大的读者会面。

在我漫长的创作历程中，这是一个美丽梦幻的实现。

尤 今

1990年11月

目 录

自 序	1
与尤今同游(代序)	1

南美洲

亚马孙丛林之旅	11
秘鲁乞丐像蚂蚁	37
秘鲁的中菜	40
“索若奇”症	46
豚鼠肉，味如何？	49
印第安人市集	52
神奇诡谲的魅力	57
秘鲁快餐	61
秘鲁的擦鞋童	63
秘鲁搭车苦	68
阿根廷的不夜街	71
阿根廷烤肉	75

海外的沧桑	78
老人与鸽子	82
牧场风光无限好	85
阿根廷贵妇	89
人间乐土“乌拉圭”	92
乘车乐	100
乌拉圭那老板娘	102
难忘可罗尼亚	105
乌拉圭，入境难	109
阳光下的阴影	112
令人失望的巴西利亚	122
古姿缔约的萨尔瓦多	125
毒蛇有个家	130
巴西餐	133
咖啡处处绕鼻香	135
琐记两则	137
成功里的寂寞	141
巴西的街头人	147
欢乐菌	151
法外人情	153
温 情	156

澳洲·北美

冬天的太阳	163
-------	-----

果树秃在冬风里	168
浸山遍野尽是雪	173
草莓·草莓	179
鲜酿蜂蜜	183
无醉不归	188
钟乐悠悠堪培拉	192
引人思古的亚瑟港	195
天鹅河畔	199
那一夜在霍巴特	204
孤寂而倨傲的奇岩	209
杏仁之家	212
哇，看那高如山丘的蚁巢	216
澳洲飞行医生的故事	218
橙香处处飘	221
派送牛奶的故事	223
泡温泉如浮云端	232
萤火虫像珍珠	236
不能吃的煎饼	240
渔人码头	243
春满樱桃园	246
鲜花与牛粪	250

与尤今同游

(代序)

琦 君

这两天，我正沉醉在尤今的中南美游记——《迷失的雨季》里，如同与尤今携手同游，到达了秘鲁、阿根廷、乌拉圭、巴西等在我梦境中都尚是非常遥远的国度；进入亚马孙丛林，历经惊险，亲耳听那位可爱又可敬的导游朱略西撒，娓娓讲丛林中部族的传奇故事，以及他自己的奋斗历程；见到了他美丽温柔的爱侣。我也领略到各国不同的风土人情，感受到散布在天涯海角的华人“举头望明月，低头思故乡”的凄怆情怀。

说实在的，我平时对阅读游记，兴趣常不及对其他文体为高，因为我深厌那些流水帐式或日记式的枯燥叙述，或冗长的资料重组。但读尤今的这本游记，犹如读传奇小说、冒险故事，心灵为那股神奇诡谲的魅力所牵引，随着她一路行去，欲罢不能。

尤今的作品，何以能产生这一股神奇诡谲的魅力呢？我想主要原因之一是由于她写作态度的诚恳认真。她笔下所呈现的每一处风光，每一个人物，每一种奇风异俗，都是经过她细心探索、观察、体认，糅合了她行前对各国文化、地理、历史等背景的充分研究准备，透过笔端流泻而出，可贵的是总带有一份丰富真挚的感情。新加坡名诗人兼文评家周黎先生，赞美她的游记是“理性的思考，感性的描绘”，是非常中肯的。

我知道尤今与她夫婿都酷爱旅游，在出发之前，尤今必定先去各国领事馆以及图书馆找寻有关资料，仔细阅读摘记，再与各该国人士交谈，以求深入了解他们的生活习惯，社会形态，胸有成竹以后，才不至入境茫然。如此认真的准备，看来旅游对尤今岂不是一件苦事？但她对访问她的记者说：

旅游是人生无上享受，旅游不是为了要写游记，而是领略各地风光，接触到那么多令人深深感动的朋友之后，自然想写。我一点也未曾勉强自己。但行前若不充分准备，就如同不读书就进考场，一定是交白卷，一定是入宝山空手而回的。

难得的是她所吸收的资料知识，只供一己参考，绝不生吞活剥地掺入游记中，以炫耀才识，而使读者昏昏欲睡。更有她每到一处，都会坦诚地交上许多朋友，不但为

旅程绘上缤纷的色彩，因了与朋友的交谈，得以了解许多书本上所没有报导的异国风情与社会面貌。

她的聪明智慧与冒险精神，更使她的作品随处闪烁着绮丽的光彩。她夫妇旅游一向不愿参加那些走马观花、点到为止的旅行团，他们都是自拟行程，偏爱去人迹罕到的地方寻幽探胜。于惊险万状中领略大自然的壮美，生命的意义。宇宙的广阔无垠，与蛮荒森林的诡秘，开拓了她的胸襟，也显示出她游记的独特风格。“亚马孙丛林之旅”一篇就是一个例子，因为没有一个旅行团敢负责带旅客作如此危险的旅游，也没有一个旅客敢冒险进入森林。

尤今曾欣慰地说：“亚马孙丛林之旅，充实了我的人生。”我也要欣慰地说：她的游记，也丰富了我的人生。

描写人物的鲜活突出，是本书基本特色之一。写风景难，写人物亦复不易，二者都必须经由客观的观察、主观的体认。正如周荣先生所说的，糅合了理性与感性，才是真正的艺术创作。以今日旅游业之发达，一张彩色照片，往往胜过白纸黑字的冗长描述，如何使风景跃然纸上，使人物与你直接交谈，是需要智慧与匠心的。

尤今毕业于南洋大学中文系，有深厚的华文文学根基。她自幼就爱读书习作，在“童年回忆”里，她说自己由一个顽皮倔强的刺猬，变成一条啃书页的蚕儿，更成长为一只快乐踏实的喜鹊。喜欢交朋友，自己快乐，也希望通过文字，把快乐带给别人，这是她勤读勤写的原因。如今她已是位杰出的散文家、小说家。她又曾从专记者采访

工作，敏锐的观察力，细腻的体认情怀，加上她圆熟的小说笔法，写人物自是丝丝入扣。幽默处令人莞尔，沉重处令人叹息。她对导游朱略西撒着墨最多，尤其是描写他对自己出生长大的丛林与部族之怀念，她写道：

他坚决而冷静地说：“我到城里来工作，主要是想体验多样化的生活。我总觉得，城市里的一切，都不属于我，而荣华富贵，也都是过眼云烟。只有回返丛林，我才有一种真正的归属感。所以，一旦我觉得已看够了，我便会回到丛林去，一定回去。”

尤今多次强调她的归属感，值得我们深思。她还特地翻译了朱略西撒的自述，这是不易多得、非常宝贵的对秘鲁土著的知识。

其他如写秘鲁的擦鞋童，写那个走出唐人街街角就会迷路的厨师——一个寄居异国、却对异国一无所知的寂寞华人。写阿根廷一名餐厅老板，她的感触是：

月亮果真是外国的圆吗？我想只有那些在海外历尽沧桑而又难以重归故国的移民，才能深入地回答这个问题。

她写阿根廷那位久客他乡重归故土，体认祖国风光的老妇脸上喜悦的神情，写飞机上邻座一位望去十二分雍

客，却把一顿兼人的大餐一扫而光，又把餐具全部收进手提包的贵妇，我仿佛在看毛姆的小说呢。至于《老人与鸽子》、《成功里的寂寞》与《幸福》诸篇，人物之鲜活，结尾之意外，更有着小说高明的技巧。其深长意味，永留心坎。

写景原是最不容易的，尤今每每融情于景，写来朴实而感人。例如：

暮色来得很快，只一忽儿，原来七彩缤纷的天幕，便像错放了染料一样，幽幽地黑了下来，像我那颗出其不意地黯淡下来的心……

写一帧乌拉圭的照片：

通过这一片绿色的角落，我似乎闻到了幽幽的花香，感受到微风的轻拂，还有那一股不沾人间烟尘的恬然气息。

本书随处散发着作者年轻而深沉的智慧之光，和她对所接触的风光人物所流露的温厚情意。在在值得读者细细品味。

《迷失的雨季》不仅是一本可读性极高的文学作品，也为有意旅行中南美者，提供可贵的参考知识。

尽管尤今那么爱旅行，当记者先生问她旅游了那么多

国家，究竟哪儿最好呢？她毫不犹豫地回答：“我还是最爱新加坡，这是我的真心话。”

她于倦游归来，坐在温馨的家中，振笔疾书，回味旅行中的点点滴滴，却愈益体味到对自己国家乡土的依恋与热爱，这一份真挚的情操，尤为感人。

尤今在一本小说集《缘》的序中说：

人与人的交往，纯然是缘分。有些人，虽然交往一辈子，却未能相知相悦。然而有的人只结交了短短的时日，却永世难以忘怀。

这一段话，倒可引以为我与她由相识而订交的印证。

1983年，我随外子调职来美，因他业务考察经新加坡，使我才得与通信神交十年之久的新加坡名指挥家李豪大姐晤面。热情的豪姐，为我介绍与新闻界、作家会面。次日应《联合早报》张道昉先生的邀请，于丰盛午餐后与青年作家及记者先生们座谈。进餐时，尤今就坐在我旁边，她仪容端庄，沉静寡言，我只和她礼貌地交谈几句。座谈时，她坐在我正对面。另外就是周燦、周望桦、张道昉三位先生。青年作家们再围成一圈，气氛十分热烈，尤今第一个对我发问，问得也最多，因她当过记者，喜欢穷根究底。其他三位先生则与我侃侃而谈。四位所问的问题，都非常剴切深入，态度之诚恳谦和，令我如与阔别老友异地重逢，班荆道古般的亲切。那一次三小时诚恳的讨

论，实在使我获益甚多。到美国后，与周槃、尤今一直不断通信，这一份丰厚友情的收获，不能不感谢是由于李豪大姐的介绍。

三年来与尤今书信交往中，深深感到她心灵的纯洁深厚，写作方向的坚定正确，文章风格之清新。乃由文字之交，渐成性情之友。于是我就建议她向台湾报刊投寄稿件，她欣然寄去后，“华刊”、“联副”都先后刊出多篇。美国的“世界日报”副刊，也常见她的作品，我读文如晤其人，内心十二分喜悦。现在欣闻她这本新书出版，她来信索我写序，为了纪念我们这一段不寻常的缘分，这一份可贵的友情，我就欣然答应了。

注：琦君为台湾著名的散文女作家，本文刊用时，编者略作删节

• The first step in the process of creating a new product is to identify a market need. This can be done through market research, which involves gathering information about the target market and its needs.

• Once a market need has been identified, the next step is to develop a product concept. This involves creating a detailed description of the product, including its features, benefits, and target market.

• The third step is to create a prototype. This is a physical model of the product that can be used to test the concept and gather feedback from potential customers.

• The fourth step is to conduct a market test. This involves selling the product to a small group of customers and gathering feedback on their experience.

• The final step is to launch the product. This involves creating a marketing plan and promoting the product to the target market.

• The process of creating a new product is a complex one that requires a lot of time and resources. However, it is also a very rewarding process that can lead to the creation of a successful business.

• The first step in the process of creating a new product is to identify a market need. This can be done through market research, which involves gathering information about the target market and its needs.

• Once a market need has been identified, the next step is to develop a product concept. This involves creating a detailed description of the product, including its features, benefits, and target market.

• The third step is to create a prototype. This is a physical model of the product that can be used to test the concept and gather feedback from potential customers.

• The fourth step is to conduct a market test. This involves selling the product to a small group of customers and gathering feedback on their experience.

• The final step is to launch the product. This involves creating a marketing plan and promoting the product to the target market.

• The process of creating a new product is a complex one that requires a lot of time and resources. However, it is also a very rewarding process that can lead to the creation of a successful business.

• The first step in the process of creating a new product is to identify a market need. This can be done through market research, which involves gathering information about the target market and its needs.

• Once a market need has been identified, the next step is to develop a product concept. This involves creating a detailed description of the product, including its features, benefits, and target market.

• The third step is to create a prototype. This is a physical model of the product that can be used to test the concept and gather feedback from potential customers.

• The fourth step is to conduct a market test. This involves selling the product to a small group of customers and gathering feedback on their experience.

• The final step is to launch the product. This involves creating a marketing plan and promoting the product to the target market.

• The process of creating a new product is a complex one that requires a lot of time and resources. However, it is also a very rewarding process that can lead to the creation of a successful business.

• The first step in the process of creating a new product is to identify a market need. This can be done through market research, which involves gathering information about the target market and its needs.

• Once a market need has been identified, the next step is to develop a product concept. This involves creating a detailed description of the product, including its features, benefits, and target market.

• The third step is to create a prototype. This is a physical model of the product that can be used to test the concept and gather feedback from potential customers.

• The fourth step is to conduct a market test. This involves selling the product to a small group of customers and gathering feedback on their experience.

• The final step is to launch the product. This involves creating a marketing plan and promoting the product to the target market.

• The process of creating a new product is a complex one that requires a lot of time and resources. However, it is also a very rewarding process that can lead to the creation of a successful business.

• The first step in the process of creating a new product is to identify a market need. This can be done through market research, which involves gathering information about the target market and its needs.

• Once a market need has been identified, the next step is to develop a product concept. This involves creating a detailed description of the product, including its features, benefits, and target market.

• The third step is to create a prototype. This is a physical model of the product that can be used to test the concept and gather feedback from potential customers.

• The fourth step is to conduct a market test. This involves selling the product to a small group of customers and gathering feedback on their experience.

南 美 洲