

略论贵州酒文化及旅游功能 *

王仕佐¹, 邓咏梅¹, 黄 平²

(1. 贵州大学旅游系, 贵州 贵阳 550025; 2. 酿酒科技杂志社, 贵州 贵阳 550002)

摘 要: 中国贵州是山川秀丽、风景如画的多民族居住地, 生活在这块土地上的人们, 创造了灿烂的民族文化, 而且这里还是名酒的故乡, 有着内涵丰富的民族酒文化, 作为民族文化的重要组成部分, 必将在贵州旅游经济发展中显示出它强大的、众多的功能。

关键词: 酒文化; 旅游功能; 国酒; 生态旅游; 名酒之乡

中图分类号: TS971; F590.7

文献标识码: A

文章编号: 1001-9286(2003)05-0084-04

On the Function of Liquor Culture and Tourism of Guizhou Province

WANG Shi-zuo¹, DENG Yong-mei¹ and HUANG Ping²

(1. Tourism Dept. of Guizhou University, Guiyang, Guizhou 550025;

2. Liquor-making Science and Technology Publishing House, Guiyang, Guizhou 550002, China)

Abstract: Guizhou is a picturesque and multinationalities province in China. It is the place of many famous brands of liquor, and is rich in liquor culture as an important part of the nationalities culture, liquor culture will surely exert its powerful multi-functions in the development of the tourist economy in Guizhou Province.

Key words: liquor culture; tourist function; state liquor; ecological tourism; hometown of famous liquor

中国贵州地处云贵高原, 气候温和, 冬无严寒, 夏无酷暑, 无论被广泛赞誉为“公园省”、“春城”, 还是“高原明珠”等都不过份。在这块神奇的土地上, 多采多姿的少数民族风情、超凡脱俗的喀斯特自然景观、特别是色彩斑斓、内涵丰富的酒文化, 展现着中国西南这块土地上的地域特色, 构成了中国贵州旅游一道亮丽的风景。

1 中国的名酒之乡

贵州位于中国西南的高原地带, 地理位置独特, 有着温和的雨水和丰润的气候特征, 有利于各种谷物和水果、药材的生长, 到处有清澈的水泉, 为贵州酿酒业创造了有利条件, 加上贵州各族人民千百年来积累的精湛的酿酒技艺, 酿出的白酒品种繁多、风格各异, 尤以酱香酒最负盛名。以茅台、董酒、贵州醇、青酒、鸭溪等为代表。

贵州各地都产好酒, 黔北地区有茅台、董酒、习酒、鸭溪窖酒、湄窖酒等; 贵阳地区有贵阳大曲、黔春酒、筑春酒、朱昌窖酒、阳关大曲等; 安顺地区有平坝窖酒、贵府酒、安酒、黄果树窖酒等; 黔南地区有匀酒、泉酒和惠水大曲等; 黔西南有贵州醇、南盘江窖酒等; 黔东南有青酒、从江大曲等; 六枝有九龙液。还有以贵州珍贵药材天麻、杜仲泡制的天麻酒、杜仲酒等; 花溪、惠水一带苗族同胞酿制的刺梨糯米酒、黑糯米酒, 清香醇厚, 富有营养, 应是黄酒中的佼佼者。

贵州酒尤以茅台酒为骄傲, “茅台美酒盛名扬, 与众不同韵味长, 风来隔壁三家醉, 雨过开瓶十里芳”。这首诗形象地写出了茅台酒享誉世界和它独特的风韵, 茅台酒的酿造是贵州人民的一大创造。贵州酿酒历史悠久, 早在2000多年前, 贵州一带即产一种枸酱酒, 为人们所称道。茅台酒的酿造不仅与这里的独特的自然条件有

关, 在原料与工艺上也独树一帜。茅台酒以它超乎寻常的风格誉满五洲, 中国政府常以它作国宴酒, 宴请来自世界各地的贵宾。在中美建交和中日建交的日子里, 美国总统尼克松和日本总理大臣田中角荣都曾为茅台酒香冽醇美的风味所倾倒, 所以茅台酒又被誉为代表中国的“国酒”。“来中国不可不饮茅台酒, 来贵州更不可不饮茅台酒”早已成为世界各地人民的共识, 茅台酒是贵州秀丽山川的缩影, 是贵州各族人民智慧的结晶。

贵州各地盛产名酒, 有着浓厚的地域民族文化特色。贵州是一个多民族的省份, 除汉族外, 还居住着苗族、侗族、布依族等17个民族以及其他待识别的民族, 他们主要分布在贵州东南部、南部和西南部。

如果我们把“茅台酒”、“贵州醇”、“青酒”称为贵州酒的代表, 那么, 这几种酒确实也代表了不同的地理方位, 不同的民族文化自然也有其不同的风格特征。茅台酒的产地遵义地区同时也是贵州文化之乡, 在这里, 有平叛入播, 经历了七个王朝, 统治遵义(古称播州)长达近800年历史的杨氏家族而形成的“播州文化”; 有在晚清代表贵州在文坛、政坛等显赫卓著的文豪硕儒郑(郑珍)、莫(莫有芝)、黎(黎庶昌)而形成的“沙滩文化”; 有中国工农红军长征途经黔北时召开遵义会议、突破乌江、四渡赤水、娄山关战役等形成的“长征文化”; 更有赤水河两岸酒厂密布, 四季飘香的美酒河畔而形成的“美酒文化”等等。这些文化各具特色, 又相互交融, 使其更显无穷魅力。今天, 人们到黔北来, 在感受地域文化与巴蜀文化相融的文化氛围时, 似乎从呷一口国酒的荡气回肠中得到了验证。

青酒的产地在黔东南镇远县, 黔东南是贵州苗族、侗族的主要居住地, 这里民族风情浓郁, 人民好客, 酒作为他们日常生活的重要组成部分, 形成了他们独特丰富的少数民族酒文化, 在艺术上、

收稿日期: 2003-04-28

* 为“第五届国际酒文化学术研讨会”交流论文。

作者简介: 王仕佐(1955-), 男, 贵州人, 大学本科, 副教授, 《酿酒科技》编委, 发表论文数十篇。

在礼仪上、在劳作上都有众多的体现。在黔东南,几乎每个县都有展示其地域文化的民族节日,如“台江姊妹节”、“苗山鼓藏节”、“凯里芦笙节”、“榕江西瓜节”、“从江碰柑节”等,这些节日无不以酒为待,以酒为歌,整个节日始终飘溢着酒的芳香,这些少数民族世代以自己酿造的低度糯米酒(或称“Biang dang”酒),自酿自饮,接物待客,吸引着人们,也赢得了人们。这使我们不由想到“青酒”正是以它那低度、甘甜、浓浓的乡情,广泛得到人们的接受与赞誉而香飘四海,“喝杯青酒,交个朋友”的著名的广告语,它绝不是表面上的人际交往的套词,而应该是或正体现的是黔东南苗族、侗族同胞坦诚、朴实、热情的处世原则与价值观。难怪来这里的国际友人,特别是日本客人,他们在领略当地的习俗民风时,喝牛角酒、唱酒歌,常常使他们心旷神怡,流连忘返。

“贵州醇”的产地在黔东南兴义市,与黔东南不同的是这里居住的主要是苗族、布依族,尤以布依族为多。布依族村寨多依山傍水,靠近河谷平坝,值得一提的是,布依族喜欢喝自酿自烤的米酒和包谷酒,酒同样是他们日常生活的重要内容之一,可以说他们是好酒的民族,任何情况下都离不开酒,如他们的节日“三月三”、“六月六”、“查白歌节”等节日,表现的是布依族人民不畏强暴、追求爱情、热爱生活的民族气质,酒在其中担当了重要角色。在此文化地理环境下酿出的“贵州醇”当然有着厚重的文化底蕴,“贵州醇”以及那盘江水的清澈,丰富的五谷特产,典型的地域口味,使它享誉神州、扬名海外,在一些地区,据说还出现了“非贵州醇不喝”的现象。布依族是智慧的民族,他们创造的蜡染服饰,风格奇异,在某种意义上已成为布依族的标志和贵州旅游的代名词,同样,“贵州醇”酒也从未停步,充分发挥其民族智慧,坚持创新、不断提高产品质量和创立特色,他们近年推出的“奇香贵州醇”酒,就是中国优雅型白酒的开山之作,它以葡萄和高粱为主要原料,小麦天然制曲,采用传统工艺混合发酵,精心酿制,长期贮存而得。真谓口味“奇香”,不仅如此,“贵州醇”独特的创造、先进的工艺无论对文化酒或酒文化都具有划时代的意义。

中国的贵州盛产名酒,名酒的产地不仅如前所述的民族风情浓郁,文化积淀厚重,而且这些地区都是绿水青山,有着雄浑秀丽的自然景观和风景名胜。作为喀斯特之最的贵州,喀斯特面积占全省国土面积的73.6%,面积达13万平方公里之多,比以此喀斯特地貌著称的前南斯拉夫多出近一倍。经过大自然亿万年的自然演变,贵州被雕琢得奇幻瑰丽,超凡脱俗。这里空气清新,水质优良,真谓“好山好水出好酒”,“举目出酒处,一派好风光”。如国酒之乡的赤水河,两岸青山相对,河中渔舟唱晚,岸边灯火闪烁。河水伴流酒香,“美酒河”犹如一条飘香的彩带,镶嵌在贵州的北部。沿着赤水河,仁怀市的“国酒门”、“国酒城”、“国酒文化博物馆”、美酒河的景观、赤水市的独特景观如丹霞地貌奇观、竹子海洋奇观、珍稀植物桫欏奇观、众多的瀑布奇观及人文景观都会浮现在你的眼帘,自然会使你拍案称奇,倘你此时正呷上一口国酒,完全会令你感到人与大自然融合的完美与统一。在青酒的故乡黔东南也是如此,凡稍知道青酒的人们,都把它与“湄阳河风景区相提并论。青酒的产地镇远县是一著名的历史重镇,古代一直是西南进入中原地区的咽喉,时至今天,县城仍保留了众多的历史古迹,著名的“三教合一”的青龙洞古代宗教建筑群依山而建,雄奇壮丽,早已引起海内外人们的关注。我们不知道“青酒”的“青”与青龙洞有何直接联系,但是它们在文化上的联系应是必然的。今天,随着青酒的走向世界和湄阳河的旅游开发,它们相得益彰。黔东南的旅游发展扩大了青酒的知名度,青酒的飘香也促进了地方的旅游业发展。再有就是“贵州

醇”,它的故乡黔西南兴义也是著名漂流胜地马岭河所在地,兴义地理位置独特,处在与广西、云南交界处(或称滇、黔、桂地区),此地不仅产美酒,也产黄金,电力丰富,煤炭藏量大,真谓“金三角”,随着天星桥梯级电站开发而形成万峰林湖区,更把兴义点缀得奇光异彩。一年一度的“马岭河国际漂流节”和“贵州醇”的奇香,来这里“既玩山、也玩水、更喝酒”的人群不断涌现,在游览山水、体验文化、品尝美酒的同时,从内心里感受到这里的确是一块美丽、神奇的土地。

如诗如画的山水,辉煌灿烂的文化,随地飘香的土地,这就是名酒之乡,中国的名酒之乡。

2 名酒之乡的民族酒文化

如上所述,贵州是块神奇的土地,在这块土地上,生活着17个少数民族,是民族文化的百花园,在这块土地上生活的,由这里的奇山异水滋养的贵州人民,具有独特的心理性格与民族气质,他们世代生栖繁衍在这块土地上,依山傍水而居,披金戴银而饰,能歌善舞而娱,热情好客而为,热爱生活,热爱自然,与环境和谐共处,形成了内涵丰富的民族文化,如苗族文化、布依族文化、侗族文化、土家族文化、水族文化、瑶族文化等,这些文化现象中,以酒形成的文化是其民族文化的重要组成部分,它以其内涵丰富、多姿多采展现其民族风貌,越来越引起人们关注。

酒,在贵州各民族的生产、生活、社交等方面,都是一种不可或缺的饮食文化。对于他们,酒绝不是一种单纯的饮料,它是贵州少数民族悠久的历史 and 灿烂的文化相掺和,并经漫长岁月“发酵”、“蒸馏提纯”出来的玉液琼浆,酒,又是贵州少数民族丰富多采的文化载体。各民族绚丽多姿的酒礼酒俗,构成了令人陶醉的贵州酒文化。

贵州少数民族,当孩子初降人世始,就与酒结下了不解之缘,诸如三朝酒、百日酒不胜枚举,成年之后,酒更是无时不在生活中涌流。

2.1 姑娘酒 侗族和苗族都有酿制姑娘酒的习俗,即姑娘出生时,马上为她煮一坛甜酒,将其窖在地下或埋藏在池塘底,待姑娘长大成人,婚嫁之日才开窖启用。与江南地区酿造的“女儿红”异曲同工。

侗族是作为姑娘陪嫁,谓之姑娘酒。

苗族又叫女酒,是在女儿出生时酿的甜米酒,经过滤后密封于小口大腹的土罐中,至冬腊月之际,池塘水干涸时,埋于池塘底部,直至女儿出嫁后回到娘家,才取出用以招待亲友宾客。

姑娘酒由于长期窖藏之故,酒液高度浓缩,色泽绿中透红,酒香浓郁持久,酒味甘醇和,是可遇而不可求的佳酿美酒。

2.2 讨八字酒 黔东南布依族婚俗中,盛行着一种有趣的讨八字酒习俗。男女青年经过恋爱、说媒之后,双方父母已无异议,就需择出婚期,在定婚期前,男方家的媒人要到姑娘家来讨八字,女方家要在堂屋中的神案前摆上八碗便当酒(音“Biang dang”即家酿米酒),并将姑娘的年庚生辰八字写在一张纸上,再压在其中一碗酒的底下,这时,主持人就请媒人去揭姑娘八字,媒人只能凭直觉去找,当揭起一碗若没有姑娘的八字时,媒人就将该碗酒一饮而尽,然后再揭,直至揭出八字为止,才能带回与男方八字合在一起,由阴阳先生推算出良辰吉日,作为选定的婚期。

2.3 栽花竹酒 苗族家庭中,或婚后无子、或小孩体弱多病、久治不愈的,为求子或为小孩消灾祛病,都要用栽花竹酒这一形式以求达到自己的愿望。

栽花竹酒要请巫师主持。家人从山上竹林中挖取两株连根竹,栽在自家房屋中柱的旁边。还要请12位上有父母、下有儿女的有福之人参祭,并由主人家以酒肉盛情款待,此为喝栽花酒。另外,还要在所栽花竹根下,埋一坛密封好的米酒,使其终年不干,以示吉利。

2.4 滴酒祭祖 水族待客请酒,无论什么场合,都有一个滴酒祭祖的习俗。

主客入席坐定后,一般由主人提议,请在座中一位辈份年岁最大的人先执筷。于是这位被推出来的老人就用筷子蘸一滴酒洒在桌面上,以示先向祖先敬酒。接着,主人才双手捧杯将酒敬给客人,客人则要接过酒杯放在桌上,亦用筷头蘸酒祭奠,以示对祖先的敬仰和怀念。滴酒祭祖的习俗,在苗族中也普遍盛行。

2.5 敬客酒 贵州少数民族是好客的民族,他们常用酒来表达自己的好客、无私、友好、热情,但敬客酒的习俗又依民族和地区不同,形式和内容也不相同。

黔东南地区的苗族敬客,先由男主人向客人敬酒,每人必须先喝两杯,寓意“你是用两只脚走来的”,这两杯酒都要一饮而尽,第三杯开始,主人便可随意。待到一定时候,其主人便同姑娘、媳妇们一起上阵,手持酒海(盛酒的土钵)、酒碗站立客人身后以歌敬酒。先从长者开始敬完一轮,再反方向敬一轮。有的好客者,为挽留客人住下,妇女们就会选择一“关键”客人,势图将其灌醉,使得“群龙无首”,只好乖乖留下。苗家真情可谓“酒如其人”,令人陶醉。

2.6 鸡头酒 生活在黔西南地区的布依族,每逢节日庆典、贵宾临门,都要杀鸡备酒款待客人,其中主要客人有几位就要杀几只鸡,此鸡谓之“凤凰头”。入席后,主人就将“凤凰头”对着主要客人双手献上,客人接过“凤凰头”后,要饮酒一杯,再将鸡头对着其他客人,示意大家共同举杯,并一饮而尽。

2.7 转转酒 生活在贵州的各民族都有饮转转酒的习俗,转转酒包含着两种不同的内容和形式。一种是指饮酒时,大家围坐成一个圆圈,席上只有一碗酒,在座的顺一个方向将酒碗依次传饮,以示亲密无间,无所猜忌。这种习俗在彝族、苗族、侗族中尤为盛行。另一种是指同一村寨,以家为单位,轮流邀请外来客人也叫转转酒。贵州的布依族有“一家来客全寨亲”的说法,所以这种转转酒在布依族村寨尤为盛行,谁家来了客人,这家的亲戚、邻居、以及全寨各家都要轮流转到,否则视为不合群。

2.8 交杯酒 在贵州的苗、布依、侗、水等民族地区,普遍盛行着一种颇具特色的酒俗——交杯酒。交杯酒有3种形式:一种是两人各持一杯,相互同时递到对方嘴边,并同时饮下;第二种是主客各自举杯与对方持杯的手臂相勾,再将自己手中的酒同时饮下。这两种多是主人对客人敬酒时所行的酒俗,取交杯即“交情”、“交心”之意。第三种是在集体的酒宴中,众人围坐,各持一碗同时顺同一方向举起至相邻客人嘴边,再同时饮尽,此俗取心心相印,肝胆相照之意。

2.9 打印酒 贵州黔东南一带的苗族盛行一种打酒印的习俗,无论是婚嫁或是节日的酒席上,主人家用萝卜或红苕等做些“大印”,礼节性的酒过三巡,主客群情激动就开始打酒印。客人每饮一杯,就有人用“大印”蘸上蓝靛(染布的青色染料)或墨汁、锅烟等,在客人脸上盖一印记,脸上印多,标志着主人盛情,客人海量。打酒印是饮酒计量的一种方式,但更主要的还是一种娱悦形式,往往这种场合优美动听的酒歌伴着满室飘香的米酒,频频劝饮的嘻闹映着一张张打满酒印的笑脸,使酒宴达到尽欢尽乐的境地。

2.10 拦路酒 这是贵州少数民族迎客的一种酒俗,广泛流行于苗、布依、侗、水等民族中。拦路酒礼俗,不同的民族有不同的形式

和程序。一般都是在进寨的必经之路上,由主方备酒恭候于路中,有的还在路上设置障碍。客至,先以酒歌劝酒,饮后方得进寨,有的主客双方还需对歌,然后才能饮酒“过关”。

苗族的拦路酒通常都有三、五道,多的可设12道,真所谓“过五关斩六将”,若是酒量平平者,早已望而却步了。不过,贵州的民族是文明的,你若不善饮,就记住别用手触摸酒杯,只需将苗家姑娘敬上的酒,示意性的饮过即可过“关”。你若是海量,接下酒来,那一碗或一牛角酒就必须喝完。

2.11 送客酒 当你在黔东南一带苗家作客,终朝伴随你的就是苗家的盛情和醇香的米酒。在你准备告别启程时,主人还会为你准备一次情意缠绵,令你终生难忘的送客酒。客人上路时,主人手持酒海、酒碗,边唱边走,三步一道歌,五步一碗酒,其歌绵绵,其酒浓浓,惜别之情会令你热泪盈眶。

若是贵客离别,那送客酒就更为激动人心。主人家会在铜鼓坪上踩铜鼓、吹芦笙,以此召来寨中男女老少加入送客队伍,自有寨老安排铺桌摆酒,人们则自发前来为你唱送客歌、敬送客酒,还有人会为你披红绸,献上五颜六色的花带,然后亦步亦趋将你送出寨门,这其间歌不断曲,酒不停碗,出寨门时,主人会劝你喝最后一口酒,并在客人脸上彬彬有礼地盖上一个红色酒印或写一个酒字,以此留下主人以及全寨苗胞的深情厚谊,然后主客才挥手依依惜别。

2.12 咂酒 咂酒之俗,盛行于贵州苗、彝、仡佬、土家等民族中,其历史悠久,源远流长。

制作咂酒的原料,依地区和民族的不同而异,多以本地所产的主、杂粮酿制,不蒸馏、不除糟。饮咂酒,一般是将经发酵并存放一段时间的原酒连坛端上,当场启封。

每当盛大节日、庆典或贵客临门,主人就捧出一坛原酒,启封后,将数支咂管插入,咂管系用一米多长的细竹制成。酒礼开始,主客便分批围坛捧杆吸饮,未饮者在一旁歌舞助兴,再逐渐轮换。旁边还有人随时向坛内注入清凉的泉水或井水,使坛中玉液永不干涸。有的地区饮咂酒时,饮者还要手捧咂杆围坛边咂边舞,其欢乐豪爽之状令人难忘。

3 民族酒文化的旅游功能

作为一种社会现象,旅游是社会文明发展到一定阶段的产物;作为一种文化现象,旅游随着人们观念的变化,也不断地改变着它的形态。从现代旅游发展规律的趋势来看,随着现代科技的发展,信息社会的到来,交通条件的改善,全球一体化趋势的深入,自然环境的恶化,人际关系的异化等社会因素的影响,传统的、原有的单纯的观光式的旅游逐渐成为过去,代之的是人们追求的文化认知,文化融合价值观,山水地貌景观已不再或不完全是现代旅游的吸引物因素,人们渴望在紧张而繁忙的都市工作中去找寻清静空寂的环境,去寻求或建立新的人际关系,以了解别人的文化,体验别人的文化,以求达到文化观念、精神上的互补,进而寻找新的精神家园。于是,近年来,生态旅游(Ecotourism)的兴起就是其标志。

生态旅游,按照有代表性的日本自然保护协会的定义,它是“旅游业的一种形式,它意味着旅客不再破坏自己所观光地区的生态系统和文化,而是去理解并且欣赏该地区的环境,为了使他们从自己的经历中获得乐趣,要对他们进行环境教育,还要组建与环境有关的机构。最终目的是使游客全力保护该地区的文化、自然以及经济状况”。按照以上的定义,获得乐趣当然包括文化层面上的,而理解与欣赏,同样是文化层面上的,这就展示了生态旅游重要的一面,就是理解文化,而这种“文化”当然是原生态或次生态的文化。

贵州由于众多的社会经济原因,历史上长期被封闭,与外界交流甚少,就使得它的文化生态保持完好。积淀深厚的酒文化正是这一体现。今天,贵州这块土地及这块土地上产生的现象,正引起中外的广泛关注,都把贵州的自然与文化作为生态旅游的最具魅力的吸引物,贵州成了当今中国乃至亚太地区生态旅游的最佳去处之一,如到贵州黔东南苗族、侗族居住地的外国游客每年均以 35 % 的速率在增长,而在这些游客中,又以日本客人为最多,他们对黔东南地区的风土人情,包括民居、服饰、饮食、语言、艺术(当然也包括酒文化)等都产生了极为浓厚的兴趣,同时又对日本的生活习惯与他们的习俗在许多方面有惊人的一致或相似表示困惑不解。这或许将成为一个难解开的谜团,和今后不少日本客人来黔的主要动因,事实上也如此,古朴神秘的贵州文化,特别是酒文化必将以它的神秘与魅力作为旅游的重要吸引物而存在。

内涵丰富的贵州酒文化在贵州旅游业上的独特地位,是因为作为一种文化载体,它有着重要的和众多的旅游功能。

3.1 体验功能 文化作为人类创造的物质财富和精神财富的总和,它是一种无形的现象。看不见也摸不着,人们通过田野作业,深入其间,亲自参与去琢磨,去理解,去认知。现代兴起的文化旅游,人们已不满足去观光式的猎奇,或以现代文明式的眼光去观看落后文明的景象,而是谋求去了解对方的作为:他们想些什么?做些什么?为什么要那样做?假若我是他们?假若他们是我?……从而从理性上得到一种升华。为此,现代兴起的民族节日游、民间乡村游、文化生态游等方面都给游客提供了参与,进而感受、体验的机会,使他们能很快与社区居民融为一体。“做一天”或“做一月”地方居民,贵州许多民族地区的旅游产品都在此方面进行打造。

贵州酒文化在“体验”功能上很容易做到,同时,也极具体验功能,如:黔东南地区的敬客人的酒,当你迈入苗家的门坎时,他们朴实的迎接方式,也是豪华的迎接方式,作为远方异乡的你顿时会被这种盛情所打动,你会更加体会到场面的动情与自身的价值,即使你大醉一场,也会发出“醉人之意不在酒”的会心一笑,令你回味无穷。此外,还有交杯酒、打酒印、送客酒,甚至其他带有宗教崇拜的酒文化,都会使你在体验中得到意外的感受。

3.2 娱乐功能 旅游业六大要素,即吃、住、行、游、购、娱,其中:娱乐、愉快是十分重要的,旅游的目的说到底就是享受,心灵的享受,愉快的享受,物质享受、娱乐享受、视觉享受最终都要转变为心情愉快,脱离愉快的旅游是不可想象的。在许多景点地区,旅游业都必须要把娱乐因素考虑进去,才留得住客人,显得充实,不枯燥。

贵州酒文化的内容,许多都有娱乐的成分在里面,喝酒除了生产劳动需要一定的能量提供外,更多的则是精神上的享受。人们常说,酒既可解忧亦可浇愁,庆功贺喜更要喝酒,同时,喝酒的乐趣还在于活跃气氛,如酒舞、酒歌、乐器演奏、劝酒,智慧机智的体现,如行令猜拳,胆略的体现,如猜拳中的技巧等。值得一提的是,这种娱乐还体现在喝酒后,“智者”若无其事的“傲气”而直抒内心的胸臆,而“失意”者,酩酊大醉时的“表演”也使游客在疲劳时得一阵欢笑,一身的疲惫顿时烟消云散。

3.3 审美功能 酒文化之所以内涵丰富,当然是它具有文化属性上的传承性,今天无论从酒歌、酒舞、礼仪、酒品等都是历代历辈传承的结果,自然,文化的封闭性原因,它可能传下来一些落后的、封建的糟粕,但之所以能传承下来,也说明它经历了时间的考验,能够为广大的民众所实用、所利用、所接受,我们想,除了它有着实用的功利目的外,其审美功能也是明显的。

贵州民族酒文化在审美功能上体现在其艺术性方面较明显,举凡贵州各地,凡遇重大民众节日或家族、亲族重大活动时,或迎

接重要客人时,其隆重的场面都离不开酒,而饮酒的方法、方式或礼仪复杂但有序,极易使人们在参与时常进入一种新的境界,得到一种美的享受。贵州名扬中外的“苗族飞歌”就是苗家在迎接远方的朋友时给予最高的待遇的敬酒歌,那动人的旋律,穿着苗族盛装的姑娘的演唱,给人一种如痴如醉的感觉,贵州著名苗族歌唱家阿旺的演唱,唱遍了全世界,可以说若今天到任何一个苗寨,敬酒歌都是随处可闻之动人心声。此外,布依族的查白歌节上男女相恋后饮酒的场面,侗族送客、迎客,苗族在鼓藏节上唱酒对歌、芦笙伴舞等体现的高超的民族民间艺术,令人倾倒。随着人们追求返璞归真,回归大自然的趋势越加明显,这种文化所显示的审美功能就更容易被强化。

3.4 经济功能 旅游业的发展就是要推动地域经济的发展,作为一种产业,它的目的就是要将资源优势转变为经济优势,今天,旅游业已成为超过石油、汽车的第一大产业,而文化旅游资源的开发凸现的经济潜力正在显示出来,作为民族文化大省的贵州,如云南省一样,民族文化是其高品位的旅游资源。

贵州酒文化所显示的经济功能是显而易见的,茅台国酒系列酒的出现,不仅在国酒上增添许多新品种,而且对于带动地方产业和经济起到巨大作用,其无形的资产,如知名度、品牌效应都在相当的程度上潜移默化地影响着地域产业,当然也极大地影响着旅游业。我们更要指出的是,随着贵州旅游业的进一步发展,酒文化产生的经济效应正在显现。我们前面讲过,贵州的名酒产地都是旅游业发达的地区,如黔东南镇远县、黔西南兴义市、黔北遵义、仁怀、赤水等市,也是经济较发达的地区,酒文化所显示的功能一方面体现在由酒文化导致的一种生态文化。众所周知,贵州的酒之所以为名酒,一是因为有优质的原料、水质和环境,在名酒产地“喝酒喝出健康来”已成为人们的一种“现代意识”。据说在国酒产地仁怀市,至今未发现一例癌症患者,患其他病的几率也低。在美酒河畔的赤水市自然生态良好,全市粮食产量连续 15 年获得丰收,社区居民患病率低于贵州全省平均水平,我们认为这决不是偶然的,美酒的飘香,酒的文化自然是其重要因素,由此来黔旅游的人、“闻酒”而来的人在逐渐大幅度上升,充分体现了贵州酒文化强大的旅游经济功能。另一方面,在贵州旅游的中外客人,他们饱览了贵州黄果树大瀑布等天下奇观外,也饮尝了贵州的名酒后,对酒文化参与后的体验难以忘怀,禁不住将当地的美酒或多或少要带回去,籍此纪念。据笔者所知,苗族的糯米酒、布依族的米酒系列在贵州旅游业发展的今天,他们在酒的包装、产量、质地等方面都发生了巨大变化,在他们看来,“米酒”已不是一种纯粹的饮品,已经成了一种文化,他们生产的是一种文化,输出的也是一种文化,人们来品尝的更是一种文化,这种文化—经济—文化的螺旋上升式的转化在文化相融和文化经济协调发展趋势的今天,将会更加明显,内涵丰富的贵州酒文化也必将在此局面下大放异彩。

贵州是名酒的故乡,是酒文化产生的丰润土地,更是饮者的乐园。今天随着中国经济迅猛高速的发展,西部大开发也给贵州社会经济的发展,特别是旅游产业的发展带来了难得的机遇,近年来贵州旅游业以年增长率 30 % 以上的速度发展,贵州秀丽奇特的山水,灿烂多姿的民族文化正在吸引着人们来体验贵州酒文化,贵州酒文化也将以它特有面貌展示出云贵高原这方古朴神奇的土地,贵州酒文化与旅游业的互动作用必将日益明显地体现出来。

参考文献:

- [1] 杨明,王仕佐,李波. 喀斯特文化与贵州旅游业[J]. 贵州大学学报, 2003, (4) 87.
- [2] 王恒富,等. 美丽神奇的贵州[M]. 贵阳:贵州人民出版社, 2001.