

守正创新谋新篇——国家图书馆古籍宣教工作新发展

□ 陈红彦 赵大莹 胡 泊 国家图书馆古籍馆

国家图书馆古籍宣教工作，近年有了长足发展，特别在专题讲座方面深耕细作，在古籍文创研发方面锐意拓展，受到了读者的认可和好评。

一、专题讲座成为古籍宣教的重要园地

“文津讲坛”自2001年元旦创立，至今已举办1066期，来馆读者逾24万人次。在国图官网“在线讲座”栏目发布讲座视频近500期。近年来，讲座以文史哲方向的选题为主，结合当下的学界研究重点与热点，侧重专题系列策划，邀请名家开讲，如“唐诗宋词赏析”“古代中外文化交流”“传统音乐文化”“琅嬛书话——古籍版本与收藏”等不同系列，深受读者喜爱，在推动全民阅读、构建学习型社会、弘扬中华优秀传统文化、增强文化自信等方面发挥了积极有益的作用。

2021年，文化和旅游部办公厅印发《文化和旅游部贯彻落实全国语言文字会议精神分工方案》的通知。文津讲坛策划了中国语言文字主题系列讲座，先后邀请了19位文字学、音韵学专家，对古今字书、韵书脉络的发展、演变、统一的历史过程与深刻影响等方面进行学术演讲，切实贯彻落实了全国语言文字会议精神。



图1 文津讲坛第1000期讲座活动现场

“中国典籍与文化”系列讲座，由国家图书馆古籍馆与全国高等院校古籍整理研究工作委员会合作主办，2001年以来共举行学术讲座391期。讲座依托国家图书馆丰富的馆藏资源和与学界的广泛联系，围绕中国典籍与中华文化，追踪学术前沿、关注研究热点，邀请专家学者为广大听众提供学术性与通俗性兼备的传统文化知识讲座，搭建古籍整理研究学术成果普及与交流的平台。其中“童蒙文化系列讲座”举办七讲，从汉代的童蒙文化谈起，阐述不同时代的童蒙文化特征，并专题探讨中国传统的蒙养教材、中国传统蒙书在汉字文化圈的传播、童蒙教育中的家教等问题。讲座从古代儿童的教育问题入手，对国学教育、蒙学经典进行深度解读，呼应目前方兴未艾的国学教育热，传播了正确的国学教育观念，助力新时代

“家教”“家风”建设。系列讲座录音整理成书，迄今已出版《中国典籍与文化系列讲座丛书》14辑。

二、古籍文创的锐意发展

2016年，国家图书馆被列为首批文创产品试点单位之一。古籍馆内部成立了文创小组，努力研发有温度、有内涵的文创，“让古籍触手可及”；以有专业、有创意产品，打造“耳朵里的古籍馆”。在古籍实体文创与数字文创两个方面都取得了新的突破。

（一）找准定位、打造团队、鼓励创新，为古籍实体文创打造品牌。

首先，构建多元化文创团队。以文史哲为专业“智囊团”，挖掘文献内容，再进行设计、监制，形成方案，经部门领导审定后，按管理流程申请授权，再完成产品、投放市场。三级管理团队的责任分工，专业内容、创意创作与监制统筹的平行沟通，提高了工作效率。2016至2018年，仅古籍馆以“文津街七号”为品牌的文创产品就达400余种。品类覆盖高仿古籍、文房文具、生活用品与服饰等，价格体系日益丰富（图2）。

其次，通过调研、参加展览展销等不同活动，直接接触市场，以不断完善产品。2017年初，通过网络平台与现场调研，文创小组完成了古籍文创购买者的用户画像。通过分析用户年龄、收入、古籍认知、最喜欢的品类与购买的价格区间等信息，继而对现有产品与未来规划进行了有效调整。不仅如此，文创小组实地调研后完成的《我国古籍文创产品开发现状调研报告》，被评为全国文化系统2017年度“十佳调研报告”。此后，文创产品从用户“需要”走向用户“喜欢”，结合微信公众号的“讲古籍与文创”的宣传推介，打造用户的情感共鸣与情绪链接，快速形成了一批有效的粘性用户。



图2 古籍文创展示

第三，鼓励设计人才以优秀文创作品申报各类专利证书。2020年，古籍馆文创小组根据多年积累，设计了古籍医生的“急救包”。本着守正创新的理念，在外观设计上，经过多番讨论，最终选取古代典籍书衣配色和文津楼传统建筑藻井上的“石渠千秋”为主要元素，寓意“保护古籍、功在千秋”；并以颜真卿书法集字做“古籍修复”主题字。2021年此项设计成功申请外观设计专利证书（图3）。古籍修复工具套装产品外观清雅，说明细致（图4），工具精巧，便于携带，因而甫一推出，即圈粉无数，古籍修复和保护的意识在修复师和公众中更加广泛地传播开来。



图3 古籍修复包外观设计专利证书



图4 古籍修复工具包与说明页

（二）以新技术应用打造数字文创，通过社会力量助力古籍保护事业。

借助多终端推送古籍内容的音视频，是近年来古籍数字文创的新尝试。2019年，在财通证券有限公司、中华古籍保护协会的支持下，国家图书馆古籍馆联手蜻蜓FM，推出了针对K12年龄段的亲子互动音频节目“伴随一生的古诗词”（图5）。该节目以教育部编、人民教育出版社出版的中小学课本为基础，以互动模式讲述古诗词的发展脉络与赏析要点。2020年11月27日节目在蜻蜓FM平台上线。一周播放量为4.8万次，在蜻蜓新品节目排行榜前五名。三周播放量达9.8万次。至2021年2月23日，总播放量18.2万次，单期最高播放量4.2万次。作为只有10集的节目，能达得较高的播放量，说明得到了听众的认可，合作方对节目的效果满意。



图5 蜻蜓FM合作“伴随一生的古诗词”节目海报与平台首页截图

(三) 以新技术带来阅读新体验，宣传古籍内容与古籍保护知识。

2021年4月23日，以世界读书日为契机，国家图书馆、华为MateX2、华为阅读跨界联动，共同打造直播节目“智慧，穿越千年”（图6）。国家图书馆副馆长张志清、古籍馆副馆长陈红彦和“童话大王”郑渊洁作为特邀嘉宾出席活动。活动在国家图书馆官方微博、国家图书馆微信视频号、华为终端官方微博、华为终端抖音号、腾讯视频、斗鱼等多个平台进行直播，其中微博直播播放量达346万余人次，腾讯视频在线观看量近121万人次，全平台直播观看量累计突破1000万人次。

这是国家图书馆微信公众号的首次直播活动。在长达一小时的直播里，除了听到国家图书馆百年来的历史沿革，还能置身于“古籍医生”的工作台旁，多角度观看修复师们数年来如修复师们数年来如一日的工作场景（图7），近距离欣赏敦煌遗书《辩亡论》、宋刻本《荀子》等古籍珍本，同嘉宾共读《荀子》（图8）。

镜头前后的人们一同感受到珍本古籍和当代科技之间穿越千年的相遇，体验到绵延不绝的中

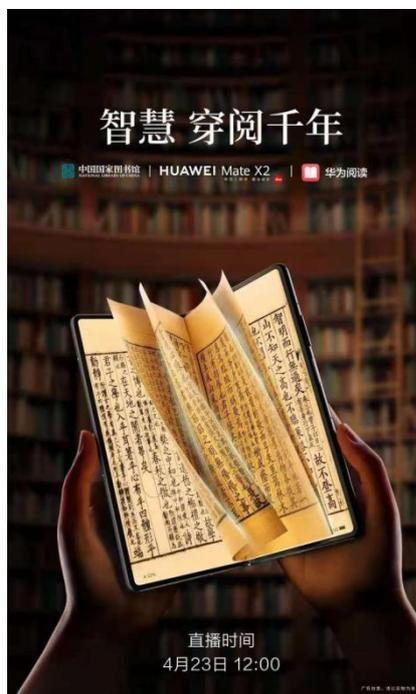


图6 活动海报

华文字所承载的国家与民族的文化基因。



图7 探访古籍修复室



图8 嘉宾对谈与共读《荀子》现场

三、走出高冷：活化古籍的新方式

(一) 以专业促成“甲骨文渊”创意开发

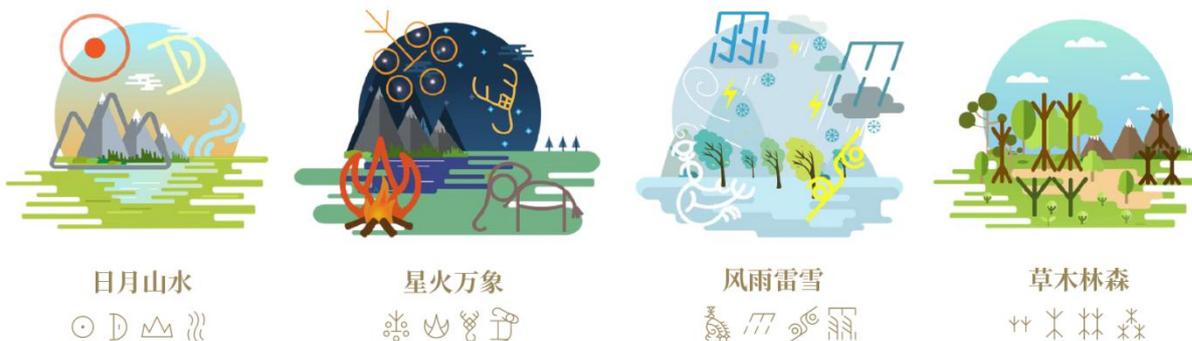


图9 “甲骨文渊”图库部分设计图案

“甲骨文渊”创意开发项目，由国家图书馆国图创新文化服务公司与北京杰外文化传播有限公司合作开展，古籍馆提供素材及专业学术把关（图9）。

2021年7月17日，“甲骨文渊”甲骨文创意展在西安大悦城开幕，共展出10片仿制馆藏甲骨及甲骨文创意产品（图10、图11）。目前“甲骨文渊”图库已经进入商业应用。图案元素为李宁“神秘的文字”系列童装产品设计吸收；2021年12月9日在支付宝平台上线两款甲骨文付款码皮肤。此举是以大众熟悉的方式，来普及将甲骨文知识和文化。



图10 “甲骨文渊”甲骨文创意展海报



图11 2021年7月17日西安大悦城“甲骨文渊”甲骨文创意展现场

（二）借网络文学开展“甲骨文推广公益项目”

2020年8月，国家图书馆与阅文集团达成战略合作协议。2021年春节期间，双方开展了“福”字手机壁纸定制活动，社会反响强烈。截至2月22日，微博平台阅读量达1100万，话题量8306.8万，讨论量3.4万，“福”字壁纸领取量达120余万。

2021 年年底，双方又发起了迎新年“甲骨文推广公益项目”（图 12）。先是在 2022 年元旦前夕，“2022 阅字如愿”网络互动小游戏正式发布（图 13）。在互动过程中，用户学到了“虎”“犬”“贝”“吉”等甲骨文，感受到甲骨文的魅力。

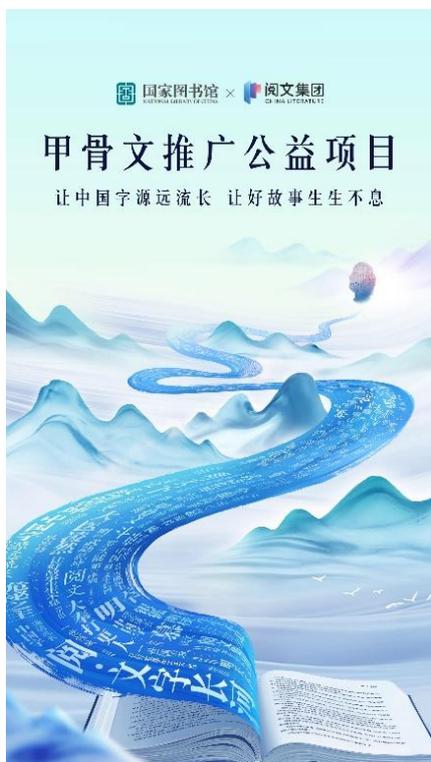


图 12 “甲骨文推广公益项目”海报



图 13 “2022 阅字如愿”互动游戏界面



图 14 微小说征文海报与征文展示页截图

2022年元旦，甲骨文+网文跨千年展在天津“国图·津湾文创空间”开幕。展览除了陈列10片等大复制的国图藏甲骨外，还有超过100米的“祈福之河”“文字飞瀑”和“甲骨文+网文故事银河”。当日，“焕活甲骨文：古字新说”——甲骨文微小说征文作品60篇，在阅文集团旗下起点读书、QQ阅读两大客户端上线（图14）。参与活动的2200多人中，约7成是90后和00后创作者，共提交了2571篇征文。以甲骨文创作网络文学，对传统文化有着很好的宣传和推广作用，随着网文的海外推广，古老的甲骨文也将走向全世界。

（三）知音得觅：让古籍可听、古曲可观

古籍中有大量的古曲资源保存下来。然而“一曲起于古，几人听到今”？古籍难读，古曲的传承更难。如何打破“惆怅对遗音”的窘况，活化古籍里的音乐资源，让古籍与古曲不再遥远和高冷？带着这些问题，2022年3月，国家图书馆与煤矿文工团、中国艺术研究院开始了崭新的跨界合作尝试。

经多次讨论，三方最终商定以音乐会为演出形式，目标是立体呈现古籍与古曲之美，以经典沟通古今，让古籍可听、古曲可观。三场音乐会分别以“汇流澄鉴”“望月怀远”“人生况味”三个主题，抓住中华文化“收百世之阙文，采千载之遗韵”的特点，努力把有筋骨、有道德、有温度的东西表现出来。既尊重古谱所载古曲的原貌，又有适当的改编，还有对失传古谱的新创，并辅以古诗吟诵、古曲吟唱、戏曲表演等形式，使音乐会尽量贴近今天观众的审美要求。2022年9月3日，首场音乐会在国图音乐厅圆满举办。



图15 “古籍中的古曲”宣传海报

（四）科技赋能，青年修复师礼赞传统文化，让古籍焕发青春。

修复从冷门绝学走进大众视野，用了不到15年。2008年国家图书馆装裱修复技艺（古籍修复技艺）入选第二批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。2009年，被文化部（现文化和旅游部）评定为国家级古籍修复中心。2013年，挂牌成立“国家级古籍修复技艺传习中心”。2014年荣获由中央组织部、中央宣传部、人力资源和社会保障部、科技部联合评审的“第五届全国专业技术人员先进集体”称号。2019年被中央和国家机关团工委命名为

“2017—2018年度中央和国家机关青年文明号”。国家级非遗技艺传承人1人，“全国技术能手”称号2人，国家级古籍修复技艺传习中心传习导师5人，中国社会科学院大学硕士研究生导师4人。硕士研究生学历占60%。

修复师们用科技赋能，研发出多项发明实用新型专利技术，提升行业的科学水平。制定的标准，服务行业的规范发展。古籍馆把自己的成果与同行分享，促进行业共同发展。古籍修复方面出版了《国家图书馆三件早期雕版印刷佛经修复与保护》《国家图书馆藏法帖修复与保护》，古籍数字化方面出版了操作手册《古籍数字化规范数据采集实践》，为解决修复材料难题还开展库瓷青纸、粉蜡笺纸、仿古真丝画绢、真丝绫子的制作技术攻关取得成效，开展修复用纸自行抄制研究工作已进入实用。

通过开放日、科技周等活动宣传传统文化、修复技艺，还通过电视、网络直播、报纸等媒体形式，宣传古籍保护、古籍修复，《国家宝藏》《典籍里的中国》《春妮的周末时光》等电视节目，《中国新闻周刊》《人民日报》《光明日报》《工人日报》《北京日报》《中国日报》《北京晚报》《藏书报》等平面媒体多次报道，前不久《新闻联播》中展示青年修复师奋斗者“正青春的节目”反响热烈。

可见的成效也吸引了社会资金的注入，从浙江财通证券公司通过中国古保协会的西夏文献修复，到文物保护基金会花呗专项的敦煌遗书修复、古典名著修复，以及文物保护基金会字节跳动专项的70件文献修复等等，一定程度上缓解了经费的不足。

（五）化身千百，让古籍走出深宫。

古籍作为文物，保护是第一位的。但是充分利用，发挥化育民生的作用，才会有更持久的生命力。古籍馆近年与出版机构、文博单位和文化公司携手，每年都会有近3万册件古籍特藏以出版物、数字资源、文创产品等方式公布，相当于每年编纂一部四库全书的体量，很好地发挥服务国家文化战略、服务学术研究、服务大众阅读的作用，也实现着古籍的再生性保护。

古籍作为中华文明最重要的载体，古籍宣教既弘扬中华优秀传统文化，又利于文化普及和技艺传承，也促进了新技术的产生和应用。未来，我们将继续以与时俱进的态度，坚守以人民为中心的立场，深入发掘中华优秀传统文化的思想观念、人文精神、道德规范，守正创新，担负起文化工作者“赓续中华文脉，弘扬民族精神”的重要使命。