



【短史记】

## 回归『回鹘式蒙古文』，蒙古国要找回自己

□九雨农

近日，一则有关蒙古国将从2025年起全面恢复使用回鹘式蒙古文的新闻颇受关注，据新华社3月18日报道，蒙古国政府18日正式通过《蒙古文字国家大纲》，决定从2025年起全面恢复使用回鹘式蒙古文，即俗称的传统蒙古文或老蒙文。

这个政策的出台并不令人意外。前不久，蒙古总统访华，其给中国的“赠羊国书”中使用的就是回鹘式蒙古文。

改变文字，在哪个国家都不是小事，特别是对蒙古国来说，意义尤为重大，可谓“拨乱反正”。它表明蒙古国正在和过去告别，重新找回自己。毕竟，回鹘式蒙古文，才是最“蒙古”的文字，才是真正属于蒙古民族的文字。

根据现有的史料记载，回鹘式蒙古文的创建，与一个名叫塔塔统阿的回鹘人有关。在成吉思汗讨伐乃蛮部塔阳汗的战争中，身为乃蛮部掌印官的塔塔统阿，被对手俘获。

回鹘，也叫回纥，是我国古代的少数民族。相对于蒙古人，回鹘人登上历史舞台的时间比较早。在北魏时期，回鹘的名字就出现在了史料中。不过，当时他们的力量比较小，只是突厥汗国中一个小部落。

到了唐代，回鹘人开始向中原政权靠拢。在唐太宗统治时期，回鹘人配合唐军，攻灭了薛延陀国，从此实力逐渐增强。到了唐玄宗天宝三年，回鹘首领骨力裴罗自称可汗，建立起回鹘政权。

回鹘人立国之后，迅速取代突厥汗国成为北方草原的霸主。不过与突厥汗国不同，回鹘人对唐朝采取了友好的态度，在唐玄宗时期，甚至协助唐军平定了安史之乱。

回鹘和中原王朝的友好关系，促进了回鹘文化的发展。虽然此后回鹘分成了高昌回鹘、西州回鹘等四部。但是它的文化并没有因部落分裂而断绝，回鹘文就是高昌回鹘人创立的。到了成吉思汗生活的年代，回鹘文已经有了非常成熟的文字系统。

再说说蒙古族，虽然成吉思汗以非凡的政治军事才干统一了蒙古各部，但是“一代天骄”也有郁闷的事情，那就是蒙古语有音无字，导致各部落之间的通信手段非常落后。这种情况显然不利于蒙古帝国的发展。

因此，成吉思汗俘虏了塔塔统阿后，便命令他教授自己四个儿子用回鹘文字书写蒙古语。此举被视为回鹘式蒙古文创制的开端。

回鹘式蒙古文成为蒙古帝国正式文字是在1206年。这年，刚完成蒙古统一的成吉思汗，任命其第五子失吉忽鲁忽为最高断事官，开始用回鹘体蒙古文编辑青册文书，记录蒙古社会习惯法和成吉思汗本人关于国家、军队和社会治理和管理等方面的言论。与此同时，成吉思汗还建立了“文书处”，从此，回鹘体蒙古文开始广泛应用于书写公文、信件、玺书、碑刻和牌札。

在此后将近七十年的时间里，回鹘式蒙古文一直是蒙古帝国的通行文字。不过忽必烈继位之后，情况发生了变化。

1260年，忽必烈自立为蒙古大汗，随即就把曾给他授佛戒的八思巴召了回来，任命他为“国师”。随后，忽必烈交给了他一项艰巨的任务——创制蒙古新字。到1269年，由八思巴创制的蒙古新字颁行，与此同时，回鹘式蒙古文的使用受到限制。

不过，由于回鹘式蒙古文文字符号简单，便于学习，具有超方言的特点，拥有广泛的民间基础，因此政府的禁令并没有起到什么作用，到了元代后期，回鹘式蒙古文又开始通行。

元明易代后，蒙古高原的蒙古族群分裂为瓦剌、鞑靼以及兀良哈三部。1578年，三部中最强大的鞑靼部首领俺答汗为了树立在蒙古世界的权威，着手重建蒙藏之间的政治和宗教关系，此后藏文开始对蒙古文产生影

响，逐渐形成了今日回鹘式蒙古文的雏形。17世纪时，回鹘式蒙古文发展成为两支，一支是通行于蒙古族大部分地区的现行蒙古文，一支是只在卫拉特方言区使用的托忒文。在蒙古国独立之前，该国使用的正是回鹘式蒙古文。我国蒙古族人民一直使用的也是回鹘式蒙古文。

那目前蒙古国所使用的的西里尔蒙古文又是怎么回事呢？

在解释这个问题之前，先说说什么是“西里尔”。西里尔，即西里尔字母，现在学界普遍认为是由基督教传教士西里尔在公元九世纪，为方便斯拉夫民族传播东正教所创立的，有时也被称为斯拉夫字母。我们所熟知的俄语便是采用的西里尔字母。

说到这里大家就明白了，所谓的西里尔蒙古文，就是用西里尔字母拼写的蒙古文。这种文字之所以能够取代回鹘式蒙古文，则是源于蒙古国政治的变化。

1921年，在苏联的支持下，蒙古国独立。从这时起，蒙古国在政治、经济、文化方面深深地打上了苏联的烙印。在文字方面，苏联在十月革命胜利后，曾经掀起了一股文字拉丁化的浪潮，蒙古国也紧跟苏联的步伐，在1930年—1940年间，出现用拉丁字母书写蒙古语的动议和尝试。1941年2月21日，蒙古人民革命党中央委员会和部长会议共同发布17/13号决议《准许拉丁字母编委会用29个拉丁字母书写的蒙文歌词的记录和音韵搭配》，紧接着在一个月后的3月25日又发布了22/28号决议《关于蒙文新字母的确定》，废止关于拉丁字母书写的决议。

当时，蒙古国多数领导人基本上都在苏联接受过培训，并且授课语言为俄语，懂俄语的他们无形中就对俄语产生了较深的亲切感。在文字拉丁化浪潮平息后，蒙古人民革命党中央委员会和部长会议于1941年5月9日发布25/27号决议《关于在俄语字母基础上确立新蒙文》，决议指出：“确立在俄语字母基础上使用35个新蒙文字母……由此，蒙古国的文字书写系统开始根据西里尔字母进行变革，新的蒙古文也被称为‘俄式新蒙文’。”

有论述指出，西里尔蒙古文的推广，改变了蒙古国高文盲率的状况，大量的科技、政治、经济新词汇通过俄文直接吸收到蒙古文中来，丰富了蒙古语的词汇，也促进了蒙古国科学技术和社会文化知识的积累。

但需要注意的是，蒙古国民间对西里尔蒙古文的使用并不积极，许多激进分子，将其视作“俄国侵略的象征”。而且，全盘否定回鹘式蒙古文的做法，也造成蒙古人文化认同上的迷惑。蒙古国文字西里尔化已经在一定程度上造成蒙古人在精神和物质上与传统文化的断裂。根据该国当时的报道，蒙古国国家图书馆馆长、大学校长、报纸主编、著名文学家和教授等近20名知名学者曾著文呼吁，作为蒙古族文明精华的母语及传统文化正在被淡化，面临着失传的危险。回鹘式蒙古文经过数百年的洗礼与考验，具有一种不可替代的凝聚力。作为传承民族文化与民族精神的载体，有必要恢复使用传统的回鹘式蒙古文。

苏联的解体，更加助长了这种声音。俄罗斯国力一落千丈，再也不能像苏联一样重新控制蒙古。在这种情况下，蒙古国政策有所松动。1991年，蒙古国大呼拉尔通过了关于国家公文使用回鹘式蒙古文的决议，1995年又通过了“(回鹘)蒙古文国家计划”。蒙古总统强调指出，必须从小学低年级开始加强回鹘蒙古文的教学。经过多年的教育，回鹘式蒙古文再次成为国家正式文字，就变得水到渠成了。

事实上，极力摆脱“西里尔字母”的国家，不止蒙古一家。原苏联加盟国拉脱维亚、乌克兰、哈萨克斯坦都曾发出命令，大力推行本国原有的文字。各国之所以这样“前赴后继”，目的很明确，就是要在文字上切断与苏联和俄罗斯的联系，保持民族文化的独立性。



## 外卖点书 直播带货 实体书店加速线上布局

□齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 张九龙

1月9日，方所文化发布消息，因租约到期，方所书店重庆店将于6月25日终止营业。作为初代网红书店，该店曾一度引发重庆市民的“打卡”热潮。3月，好不容易摆脱疫情影响复业，该店打出了“闭店出清”活动海报，令人唏嘘不已。盈利不足以支撑运营，是导致该店终止营业的根源。

书店是文化的风向标，然而近年来，受电商和电子书冲击，实体书店日子步履维艰。再加上突如其来的新冠肺炎疫情，许多实体书店正经历生死大考。

受疫情影响，全国多数书店今年停业了一两个月，即便顺利复工后，店内客流量也比往日锐减。很多书店出现了店员比顾客多的窘境。根据中宣部印刷发行局调研组《千家实体书店调研报告》预测，读者到店消费的心理恢复期，至少要两三个月。

实体书店面临着巨大的房租和人力成本，销售收入锐减便意味着亏损。为了活下去，许多实体书店通过开网店、登陆外卖平台、办线上活动、直播“带货”等方式，展开“花式”自救。

2月中旬，新华书店济南泉城路店和山东书城正式复工。为确保安全，读者进店要测量体温、登记、戴口罩，必要时还会限流，影响了顾客体验。为此，新华书店加大了网店、微店等线上渠道的推广力度。效果还算不错，在天猫、京东的网上浏览量和订单量增长了十多倍，订单量最高的一天有1200多单。

尽管如此，经济效益还是不容乐观。开学前夕原本是学生家长集中到门店购买教材的旺季，进店之后，他们还会购买教辅、家庭教育等周边书籍，以及文具、书包等。如今，顾客在线上购买教材，其他附加消费自然大幅度下滑。

相比之下，民营独立书店的日子更惨淡。受规模体量影响，不少民营独立书店几乎处在生死一线。

3月9日晚，单向空间书店联合淘宝直播发起“保卫独立书店”直播策划活动。单向空间创始人许知远作为当班主播，连线独立音乐人叶蓓以及南京先锋书店创始人钱小华、杭州晓风书屋创始人朱钰芳、重庆精品书店创始人杨一、广州1200bookshop创始人刘二龔、乌托邦书店创始人童兴家，共同为实体书店业发声。

此前，饿了么、美团等外卖平台也伸出橄榄枝，邀请书店入驻，希望借此机会承包用户的“精神食粮”。

早在2月12日，饿了么就推出图书免接触配送服务。不久，美团外卖也宣布72家实体书店入驻，对于首批上线的书店，美团不仅免除入场费，佣金水平也远低于餐饮店铺，可谓诚意满满。

不过，外卖平台积极拥抱实体书店，却并未及时开辟图书入口引流。除非关注相关新闻，否则普通用户难以发现可以“外卖点书”。

济南冷湖书园的遭遇可以视为一个缩影。2月24日，该店便尝试外卖送书，市区3公里范围内，半小时就可以送达。但一个月下来，书店在外卖平台上的订单少得可怜。

目前来看，外卖书店的竞争对手是已实现“次日达”甚至“当日达”的图书电商。

读者对“精神食粮”的时效性要求并不算强，还没有急迫到必须半小时送达，来拯救灵魂的饥饿。从图书品类、价格、配送范围、兴趣推荐等方面，“外卖点书”都被全方位吊打，难成实体书店的救命稻草。

更多实体书店则是选择用线上营销的方式，培养自己的忠实“粉丝”。

品聚书吧是济南一家知名连锁民营书店，通过微信群，该店已聚集近千人的用户。他们还开了一家微店，微信公众号化身荐书平台，培养用户微店下单的购书习惯。类似的网络社群，正得到广大实体书店的重视。

不过，现实问题是，读者普遍对图书的价格敏感，即便搬到了线上，中小型书店依然没有任何价格优势。

在进货环节，中小型书店的进货价格高于电商，甚至是电商进书成本的两倍。所以在电商平台，许多新书一上市就是五折销售，赶上折扣活动甚至低到三折。这对实体书店来说，是不可想象的。

图书打价格战的现象并非只在中国才有，为了维护市场秩序，一些国家已经出台了图书限价政策。2014年起，韩国实施图书定价制，近来又出台针对网店的新规，要求网店售出不得低于书价的九折。德国则是严格执行图书统一定价制，不允许打折销售。销售价格一碗水端平，让很多书店获得了生存机会。

实体书店上线只是万里长征第一步，没人进店消费等于白折腾。线上并不缺少“僵尸书店”，为了带来销量，许多书店开始尝试直播“带货”。

3月10日，《单读》主编吴琦来到单向空间书店的淘宝直播间，由他翻译的《下一次将是烈火》当晚卖出了50本。这一数字，足以让实体书店经营者心动。

相比之下，功能性强的图书直播效果更惊人。一场由职场博主易仁永澄带来的分享，让成甲的《好好思考》《好好学习》，一天卖出了8000册；另一场由医学漫画作者懒兔子讲自己的《医本正经》，卖出了3000册。

直播“带货”，似乎是个门槛低、收益高的促销手段。然而，在这个新领域，书店面临着与出版社同台竞争的尴尬局面。由于掌握丰富的社会资源、财力雄厚，出版社更占优势。

1月12日晚，中信出版集团邀请经济学家薛兆丰走进“淘宝一姐”薇娅的直播间。经过几次补货后，6.5万册《薛兆丰经济学讲义》瞬间秒光，创造了线上图书销售的奇迹。

6.5万册的销量，仅带来258万的销售额。对薇娅来说，相较曾2小时卖出2.67亿的战绩，只是“毛毛雨”。对出版社而言，这已经是不敢想的天文数字。

只是，“带货”奇迹背后，出版社并没有赚得盆满钵满。在中信出版集团官方旗舰店，这本原价68元的书促销价为39.8元，加上直播间里领的10元优惠券，减下来只要29.8元，并且免邮费，读者相当于3折入手。再算上给薇娅的佣金与广告位，这场直播，出版社只能是赔钱赚吆喝。

能赚到吆喝已是不易。更多时候，无论实体书店还是出版社，一场线上直播，往往只能带动几十册的销量，可能还不够直播设备的成本。

“带货”成功的直播，不仅需要“总能拿到最低价”的直播女王或男神坐镇，需要网红作者的光环，还得有“把腿打折”的折扣。无论哪个环节，实体书店都不占优势，如何低投入、高产出，还得再掂量掂量。

尝试还在进行。无论线上还是线下，实体书店都在用更加开放和多元的心态去适应变局。说到底，书店是一门生意，需要学会经营。能够得到政府和社会资源的支持固然好，但毕竟是权宜之计。书店的困境，终究要靠市场的方式来解决。