



8月1日晚,由西安广播电视台(集团)、中华文化促进会、中央数字电视书画频道等六家单位联合摄制出品的五集纪录片《颜真卿》在西安广播电视台完成全国首播。该片以细腻的笔触和生动的画面,向观众展现了颜真卿的传奇一生及其卓越的书法成就,引起社会各界的广泛关注和热烈反响。

陕西纪录片精品频出——五集纪录片《颜真卿》全国首播引热议

《颜真卿》再现英雄主义人生样态

纪录片《颜真卿》播出后,观众们反响热烈,纷纷表示该片让他们对颜真卿有了全新的认识和理解。青年观众苏先生说,“在如今喧闹的短视频时代,每天都准时坐在沙发上等待开播,看的时候居然好几次感动落泪,一个好的作品就是可以有如此的感染力和震撼力。”

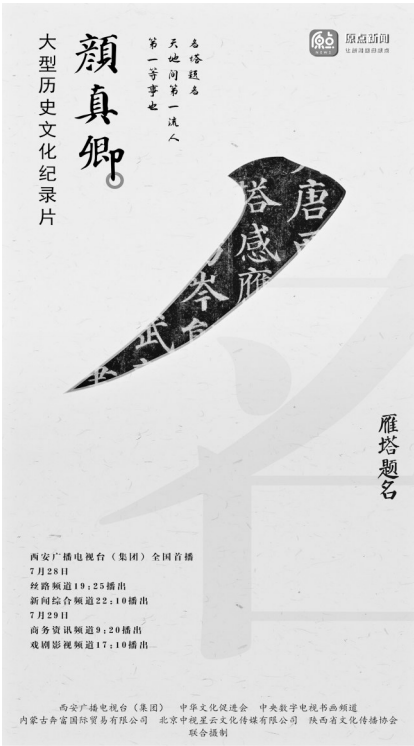
有的则感慨于传统文化的博大精深,对该片传递的人文情怀深受触动。“该片立意深远、主题鲜明、制作精良,是近年来难得一见的精品纪录片,对于中华优秀传统文化的创造性传播有着示范性价值。”影视创作者艾先生表示。

7月30日,总编导夏骏和著名学者肖云儒做客西安广播电视台,分享了创作背后的故事。夏骏表示,颜真卿不仅是一位伟大的书法家,还在政治、军事、文化等方面具有标杆意义,是儒家精神为人处世最完美的模

范。编导组查阅了大量的古籍资料,走访了历史古迹,采访了专家学者,从颜真卿的人生故事和碑刻、书卷中,寻找那些打动人的细节,将最精彩的历史瞬间再现给观众。为了给观众呈现一部兼具历史深度和艺术价值的作品,团队在创作过程中付出了大量的辛勤劳动。夏骏认为,最难的是“把一个作品提升到一个新的高度,赋予它新的创造性和新的发现,用现代的思想观点来照亮这样一个人物,最后让受众从这个人物身上得到的启示更加立体、更加深刻、更加丰富”。

著名学者肖云儒说,纪录片《颜真卿》宣叙了一种正大庄严的书法美学,也再现了一种高蹈天下的英雄主义人生样态。它高屋建瓴地梳理、重塑了颜鲁公的血性精神、政治抱负、书法质地,以这位历史人物的人生境界激励当下。

纪录片《颜真卿》不仅仅是在展现一个



卓越的书法家、政治家的人生故事,更在于解读这个人物曾经达到的道德境界与文化高度,以及对当代人们的激励和启迪价值。夏骏总结道:“如果你要让你的生命有力量,让你面对这个世界的时候有更多的勇气,你应该来看这部作品。”

回柳青故里》荣获第九届温哥华华语电影节优秀纪录片奖,成为跨文化传播的典范。

陕西省电视艺术家协会秘书长李林表示,陕西纪录片创作地域特色鲜明,充分利用陕西丰富的文化遗产和自然风光,讲述具有地方特色的故事;在技术层面,运用高清摄影、无人机航拍等现代技术手段,提升了影像质量;在艺术层面,则注重叙事艺术,追求故事的深度与感染力。“这些本土纪录片不仅丰富了人们的精神文化生活,更为陕西乃至中国的文化传承与发展作出了重要贡献。它们以真实、生动的影像语言,向世界展示了陕西的独特魅力和深厚内涵,成为连接过去与未来的文化桥梁。”

本报记者 夏明勤

陕西纪录片创作蓬勃发展

近年来,依托丰厚的历史文化资源,陕西省纪录片创作蓬勃发展,不仅关注历史与文化,还涵盖了生态保护、社会变迁、人文关怀等多个领域,一系列高品质的纪录片作品不仅在国内获得了广泛的认可,也在国际舞台上绽放光彩,成为对外宣传、推介陕西的重要文化载体。

《我们,从延安走来》《大唐帝陵》《千年陕菜》《瓜熟蒂落》《守望秦岭》等17部纪录片在央视播出,引起良好反响;《守望秦岭》《向往》等纪录片连续被广电总局评选为2021、2022年度全国优秀国产电视纪录片,《大秦岭》《过河》《大鲁艺》分别荣获第25届、26届、27届中国电视金鹰奖,切实用纪实影像记录时代、书写历史,打响“影视陕军”品牌。

其中,《千年陕菜》系列以其独特的视

角,全面系统地向全国观众讲述深厚的陕西美食文化,不仅在央视首播期间受到热烈欢迎,其第二季在春节期间的播出更是引发广泛关注,微博话题量破亿。《守望秦岭》团队历经12年时间穿梭于秦岭原始森林,记录下了秦岭的真实自然故事,展示了秦岭野生动植物多样性的自然世界。而《瓜熟蒂落》则通过介入式蹲守拍摄手法,与瓜农同吃同住,历时16个月,真实而又艺术地呈现了在乡村振兴战略指引下农民致富的新气象。

陕西纪录片不仅在国内获得认可,也在国际舞台上发光发热。《从长安到罗马》意大利语改编版在意大利国家广播电视公司历史频道和新媒体平台播出,并荣获2021年中国对外传播优秀纪录片奖。《望故乡——梦

穿汉服 对唐诗 四川女孩在西安体验传统文化

四川女孩米晴有双重身份。线上,她是一位仿妆博主,有不少粉丝;线下,她是传统文化的推广者。8月2日晚上,米晴像往常一样,穿上了她钟爱的汉服,款款步入了大唐不夜城。

大唐不夜城的花灯璀璨夺目,将夜色装点得如梦如幻。不时有身着古装的演员扮演的NPC穿行其间,与游客们互动,营造出一种时空交错的奇妙感觉。这时,一位扮演“李白”的演员吸引了她的注意。

米晴对李白的诗歌情有独钟,她常常感叹于李白那豪放不羁、才情横溢的诗篇。于是,一场别开生面的赛诗活动便在这位“李白”与米晴之间拉开了帷幕。

事实上,这已经不是米晴第一次参与对诗的互动了。“我在全国其他城市也呆过,像大唐不夜城这样的互动方式并不常见,就像‘穿越’了一样,能感受到独特的历史韵味。”

从小,米晴就对古典文学充满了浓厚的兴趣。她喜欢李白的豪放不羁,喜欢杜甫的深沉忧国,也喜欢王维的清新脱俗。她觉得,这些诗人的诗篇不仅仅是文学的瑰宝,更是中华民族精神的体现。因此,她选择来到西安生活、工作,就是希望有更多机会深入体验中国的传统文化。



在社交媒体上,米晴通过化妆技巧还原影视作品中的经典人物形象,并分享给广大网友,为观众带来了视觉享受。而线下,她则通过穿汉服、参与赛诗等活动,亲身实践着对传统文化的推广。

米晴告诉记者:“我想让更多的人了解并喜欢上汉服和古典文学。这些美好的事物不仅仅属于历史,它们更应该成为我们现代生活的一部分。”

本报记者 石喻涵 实习生 高心怡 刘怡闲

馆藏文物“玉高足杯”同款冰箱贴、大雁塔造型抱枕……今年西安文旅市场的“暑期档”伴手礼已不再是传统“老三件”,而富含文化韵、科技感且具巧思的旅游文创产品成为游客带走美好回忆的首选。

文创产品受欢迎 “伴手礼”正热销

文物同款冰箱贴 成“伴手礼”显眼包

“真没想到一个小小的冰箱贴背后竟然藏着一个朝代的风云变幻,这么有文化的冰箱贴必须给老爸带一个。”7月31日,在西安大唐不夜城的西安博物院文创生活旗舰店内,来自湖南长沙的游客赵璞紧紧握着一个“玉高足杯”冰箱贴,目光中满是喜爱。“这款‘玉高足杯’冰箱贴是西安博物院的馆藏文物同款,非常独特。”店员张阳向赵璞介绍道。

记者在西安博物院文创生活旗舰店,看到这款名为“玉高足杯”的冰箱贴和“金凤”等馆藏类冰箱贴都摆放在店铺显眼位置。“玉高足杯”冰箱贴高57毫米,用树脂材料完美复刻了文物细节。

同样是馆藏文物同款的“金饭碗”是“陕历博文创店”上新的文创冰箱贴。“我在社交平台上搜到了金饭碗冰箱贴,就专程到这里购买,回家送给朋友‘金饭碗’,多好的寓意。”来自江西的游客陈梁表示,这件伴手礼非常特别,且独一无二。

历史文物、著名景点、地方美食、传统文化……这些显眼包冰箱贴极具创意,宛如一个个活灵活现的西安文化使者,备受游客青睐。

连日来,记者在西安多个景区和文创店走访发现,冰箱贴、明信片、钥匙扣,曾经是景区纪念品里的“老三样”,因形式单调内容不够创新被冷落,而类似“唐妞”“几何兵马俑”“文物同款”冰箱贴借巧妙的设计,成为社交平台上的“爆款”伴手礼。

创意“变现” 陕派“伴手礼”正热销

7月31日,秦始皇帝陵博物院文创店内人头攒动,不少游客正在兴致勃勃地挑选文创产品。记者放眼望去,到处都是精美的文创产品,店内以秦始皇和兵马俑为核心元素,文创产品有生活日用品、旅游纪念品等多个类别。

“几何兵马俑系列很受年轻消费者的喜爱,有冰箱贴、帆布包、文具、徽章等系列产品。”在秦始皇帝陵博物院文创店,店员告诉记者。

在陕西历史博物馆,憨态可掬的唐妞文创产品备受青睐。以唐代仕女为原型的唐妞,高髻蛾眉,面如满月,其文创涵盖书签、丝巾、帆布包、冰箱贴等多种形式。这些独立设计、形态各异的产品,或娇羞掩面,或微笑顾盼,宛如一个个活灵活现的西安文化使者。

近年来,乘着“新国潮”破圈的强劲东风,陕西品牌的文创产品越来越受到广大消费者的喜爱。

在陕西各博物馆推出的众多文创产品中,不乏风靡网络的“爆款”,如刚推出就引发抢购热潮的唐葡萄花鸟纹银香囊挂饰、仿八瓣狩猎纹银镜壳的化妆镜等。花样繁多的精美文创产品充分体现了文物的历史底蕴,让顾客“把文物带回家”。

西安博物院文化创意部副部长王冬华接受采访时介绍:“在西安博物院,比较畅销的是一些百元以内的文创产品。目前,最畅销的是‘长安有故里’镭射烫金明信片。这款文创产品一共6张,每张3元,在线下实体店和线上网店都很畅销。”

本报记者 朱娜娜 实习生 杨阳

