

千年文脉,诗韵流长。今日起,《文化艺术报·唐诗长安》专栏正式与读者见面。
陕西是唐诗的“精神原乡”。打造“唐诗之都”既是西安城市品牌的重要举措,又是文化强省建设的有力抓手。
专栏由本报与西安唐诗文化研究院联合开设,依托李浩教授团队学术成果,以“唐诗现场”“名家解读”“诗话地理”等板块,让唐诗从学术殿堂走向大众视野,让读者在纸上完成一场穿越千年的文化行走。

寻迹盛唐诗意 共筑诗都长安

——西安唐诗文化研究院与文化艺术报社战略合作签约仪式暨唐诗文化项目研讨会发言摘登

7月16日,陕西新华出版传媒集团A座5层第一会议室内诗意盎然、气氛热烈,西安唐诗文化研究院与文化艺术报社战略合作签约仪式暨唐诗文化项目研讨会在此举行。此次签约,标志着双方将携手开设《唐诗长安》专栏,为西安打造“唐诗之都”建设贡献媒体与学术界的合力。

在当天的唐诗文化项目研讨会上,来自省内高校、科研机构、出版界及文旅产业的专家学者齐聚一堂,围绕“唐诗之都”的全域建设展开了深度对话与思想碰撞。从依托本土资源打造全域唐诗研学体系,到用数字技术搭建唐诗地理空间框架;从构建可计算的唐诗文化传播数据库,到策划“唐诗说长安”丛书填补大众读物空白,与会嘉宾分别就各自领域的项目规划与进展进行了精彩分享。随后,多位专家评委从学术严谨性、技术先进性、媒介传播创新等维度进行了深度点评与前瞻性指导。这些真知灼见,既展现了各界深耕唐诗文化内核的创新探索,也为“唐诗之都”的文化转化与产业化落地明晰了实施路径、绘就了发展蓝图。现将研讨会与会嘉宾的发言要点整理如下,以飨读者。



西安唐诗文化研究院与文化艺术报社战略合作签约仪式暨唐诗文化项目研讨会参会嘉宾合影 张磊嘉/摄

立足文化强省战略 彰显「唐诗陕西」的时代价值

陕西新华出版传媒集团
党委委员、副总经理 支旭仲

习近平总书记强调,要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。陕西是中华文明的重要发祥地,西安作为十三朝古都,更是唐诗的精神原乡——据不完全统计,《全唐诗》中与长安相关的诗作数以千计,从“春风得意马蹄疾,一日看尽长安花”到“长安一片月,万户捣衣声”,唐诗赋予了这座城市独一无二的文化辨识度。去年,省文旅厅将“跟着唐诗游陕西”作为年度宣传主题,取得了良好的社会反响。今年1月,西安唐诗文化研究院在西北大学揭牌成立,标志着西安市打造“唐诗之都”文化品牌进入了系统化推进的新阶段。

此次文化艺术报社与西安唐诗文化研究院携手开设《唐诗长安》专栏,正是在这一背景下应时而动、顺势而为的重要举措。我们要通过这一平台,让唐诗从学术殿堂走向大众视野,从历史深处融入当代生活,让千年诗韵在新闻传播中焕发新的生机。

陕西省研学实践学会会长
张晓宁

2025年,西安市发布打造唐诗文化品牌实施方案,提出建设“唐诗之都”的战略目标,唐诗研学正是让唐诗文化从书本走向地面、从观赏转向体验的关键举措。

从教育维度看,弘扬唐诗是培育青少年文化自信的重要路径。当前,中小学教材古诗文占比超三分之一,义务教育阶段需学习近200首诗词,传统文化教育已成刚需,研学能够打通课本知识与实景场景,搭建理论与现实的连接桥梁。

从文旅维度来看,国内研学市场逐步转向深度体验模式。西安作为唐诗的重要诞生地,拥有全国最集中、最优质的唐诗文化资源,发展高质量唐诗研学是推动西安从“网红城市”向“深度文化体验城市”转型、固化“唐诗之都”城市品牌的战略选择。

此外,该项目落地条件充足。政策层面,国家将研学纳入中小学教学计划,数据显示,38.21%的消费者希望孩子参与文化历史研学,市场需求旺盛。资源层面,大雁塔、大唐芙蓉园等诸多唐代遗存是唐诗原生场景,留存大量文人行迹与诗作,具备独一无二的沉浸式研学硬件基础。

让千年唐诗真正走进大众 热度常在

西北大学中国文化研究中心
主任、西安唐诗文化研究院
院长 李浩

文化研究不能只停留在学术层面,必须落地转化,变成大众能消费的文化产品,这项工作需要我们省内专家和学者与行业同仁协同发力、共同推进。此次西安唐诗文化研究院同文化艺术报社、业界各位的合作,其实也是一种再出发。各位在各自的领域里深耕多年,诚邀大家和我们一起,为西安市政府打造“唐诗之都”的文化品牌持续作出贡献。希望明后两年可以阶段性地作出一些有亮点的成果,从中长期目标来说,我想大家的想法都是一样的,希望唐诗能够成为西安市新的文化地标。

眼下的AI时代,孩子们的唐诗学习应摒弃死记硬背,我们倡导开放性、研究性的学习,引导孩子们通过研学等方式在学习中发现争议点、主动探究。如何让唐诗这样的东方文化经典火起来?就要通过项目课题,让这些优秀的传统文化年轻化、娱乐化、市场化,要有一定的粉丝和流量,因此,从这个角度来说,这些项目课题必须能够立得住、传得开、留得下。

用青春脚步丈量诗意长安 以专业视角写就千年诗韵

西北大学团委副书记 曹智

“诗行长安·青春筑梦”——全国大学生“唐诗之都”主题社会实践专项依托西北大学唐代文学研究学术优势与西安唐诗文化研究院的平台资源,面向全国高校征集唐诗主题社会实践团队,引导广大青年学子深入参与西安唐诗之都建设,实现学术研究、社会实践与城市发展的深度融合。

项目设置四大选题方向:诗迹寻踪,唐诗地理空间活化;数字诗韵,唐诗文化科技赋能;诗意文创,唐诗IP创意转化;诗教传承,深入社区、学校开展唐诗文化宣讲与体验活动。

目前已有50支团队,覆盖西北大学、西北工业大学、西安电子科技大学、长安大学等省内14所高校,550余人报名参加。项目配套经费、资源、学术、行业导师、媒体宣传推广等多重措施支持。预计形成30至50篇高质量调研报告,其中10篇以上具有政策参考价值,孵化5—10个唐诗主题文创产品设计,推动落地转化;产出5—10个数字产品原型,丰富唐诗之数字产品体验;形成100家以上媒体报道,构成“诗行长安”品牌影响力;培养一批热爱唐诗文化、具备实践能力的青年骨干,建立“青年研究员”人才库。

讲好陕西故事 赋能唐诗之都

陕西人民出版社副社长、
文化艺术报社社长 刘龙

文化艺术报社与西安唐诗文化研究院正式签署战略合作协议,这不仅是一纸约定,还是双方在“讲好陕西故事,赋能唐诗之都”这一愿景下的深度携手。

陕西是唐诗的“精神原乡”,西安作为“唐诗之都”有着不可复制的文化资源优势。《唐诗长安》专栏的开设正当其时——它既是对《西安市打造唐诗文化品牌实施方案》的有力落实,也是学术研究普惠大众、文化传播赋能城市、媒介平台传承经典的务实探索。

我们将以本次签约和研讨会达成的共识为行动蓝图,合力打造高品质、有广泛影响力的《唐诗长安》专栏。针对后续工作,我提出四点期许:严守专业学术标准,不负专家期许;深耕大众传播赛道,贴合读者需求;坚持融合创新发展,抢抓时代机遇;强化多方协同联动,凝聚各方合力。

搭建唐诗地理空间框架 复原唐诗实景空间脉络

咸阳师范学院地理与环境学院副教授 杨波

当前唐诗解读存在一个“硬伤”——缺乏空间概念,忽略了地理维度,导致对唐诗的理解“有文无地、有情无境”。我们团队利用地理信息、无人机、720云全景等数字技术,重建长安唐诗地理空间。

团队目前已建成唐宋诗词数据库,涵盖380位著名诗人、词人,并完成了多项具体成果:一是汉唐帝陵历史地理信息平台,以无人机影像结合VR呈现1400多年前的诗人们游览汉唐帝陵的感想;二是长安唐诗文化遗址影像图,站在诗人的视角去欣赏唐诗;三是唐诗路线传播地图,还原唐代交通路线与诗人行踪;四是绘制王维辋川20景地图,基于多时相遥感影像结合四次实地调研,成果被蓝田县张效东老师认为是迄今最详实的现代王维辋川图。此外,还开发了720系统的唐诗的VR平台,已经对外支持在线访问。

团队研究得到2025年陕西省艺术基金支持,文旅融合视角下长安唐诗文化品牌建设与提升研究(SYH2025009)。希望能通过现代数字技术手段,让1400年后的我们仍能“看到诗人看到的景”,为唐诗之都建设贡献技术力量。

发挥「唐诗之都」建设中的媒介力量

文化艺术报社总编辑 杨婧

去年以来,西安市明确提出打造“唐诗之都”文化品牌,并出台了《西安市打造唐诗文化品牌实施方案》。这不仅是西安城市品牌建设的重要举措,而且是陕西建设文化强省的题中之义和有力抓手——唐诗作为陕西最具辨识度的文化IP之一,其品牌化、系统化传播将成为文化强省战略注入深厚的历史底蕴和鲜明的时代活力。作为扎根陕西、面向全国的文化艺术类专业媒体,《文化艺术报》有责任、有义务,也有信心,在“唐诗之都”建设中发挥应有的媒介力量。

正是在这一背景下,文化艺术报社与西安唐诗文化研究院达成战略合作开办《唐诗长安》专栏,专栏定语凝练为一句话——“寻迹盛唐诗意,共筑诗都长安”。

我们愿与西安唐诗文化研究院携手,与业内各位专家一道,以笔墨为舟,以诗意为帆,共赴一场盛唐的文化之约。

让千年诗意成为可计算的文化资源

西北大学新闻学院教授
党明辉

唐诗的当代传播已超越文学阅读本身,成为新闻叙事、社交表达、城市传播乃至国际传播的重要载体。唐诗如何参与国家形象、城市品牌、文化旅游的传播?要回答这一系列问题,我们需要一套可持续采集、智能识别、关系分析的专题数据库。

我们项目的核心能力在于实时监测,并持续识别媒体中的唐诗相关内容,追溯不同阶段的传播热点与语境变化,从零散案例转向连续、规模化传播观察。数据库不仅能检出使用,还能识别引用方式、情感倾向、地理标签及传播语境。基于知识图谱,围绕诗人、诗句、地理位置、媒体四类主体,连接传播事件、主题、情感、场景,揭示关系网络。

项目预计产出以下几方面成果:一是唐诗国内传播指数,发布年度媒体影响力排行;二是唐诗地理传播与空间热度指数,呈现不同省份城市的应用分布;三是唐诗文化国际传播指数,追踪国际媒体中的使用态势。四是数据库不只是一个横向的产业报告,还可支撑多种前沿研究。

西安地图出版社编辑部主任 白江涛

2016年以来,依托陕西省文化产业专项资金支持,陕西历史文化数字地图的建设工作逐步完成了三个阶段的全链条建设推进。

第一阶段搭建基础体系,我们联合陕师大西北历史研究所专家团队构建整体框架,确立两大核心标准:一是整套体系要求具备扎实严谨的理论支撑;二是全部历史文化资源要素实现空间落图,对文化空间考证提出了较高要求。

第二阶段推进资源数字化升级,由宝鸡文理学院学者牵头,完成近三万首古诗词地理空间定位与核心关键词智能提取,标准化数据统一入库,储备充足文史素材。

第三阶段面向大众开发轻量化数字产品,开发“诗词长安”微信小程序,对外开放前期积累的数据成果。但项目偏重技术研发,缺少文化内核与艺术表达设计,辨识度偏低,小程序未能广泛推向大众,现已搁置。

后续我们联动陕文旅集团,将全部文史数据迁移至重点项目“数字长安”持续优化迭代。同时,依托数字地图研发的多款AR/VR交互式地图出版的多款成果入选教育部教具目录,定向投放至中小学、高校使用。

下一步,我们计划以诗歌为核心,深挖诗作中的山川风物、动植物、四时物候等自然景观脉络,依托现有成熟地图基底,邀约文史、地理、数字技术、文旅多领域专家,共同搭建体系完整、图文地理联动的唐诗知识图谱。

活化唐诗文脉 探索文博产业自我造血路径

著名文化学者、产业专家,深圳市韩乔文化体育科技产业运营发展有限公司董事长 焦维明

深耕美术馆、博物馆产品体系研究多年,我始终认为,公共文化场馆有两道绕不开的命题,如何守住公益文脉的初心,如何解决可持续生存的现实。西安作为唐诗原生沃土,坐拥顶级文化IP,但长期以来我们仅停留在展陈、诵读、讲学层面,没能实现产品化、场景

化、年轻化转化,这是行业普遍短板。

结合陕西本地资源,我认为应该跳出单一固定展馆的建设思路,改造现有场馆空白区域,打造主馆搭配潮玩、生态等特色分馆的流动式唐诗博物馆体系。产业层面,我建议举办唐诗产品交易博览会整合上下游供应链,

用3年周期搭建自主文创生产线,以经营性业态反哺公益文化服务。我们不能只封存史料,而要讓唐诗走出展板,融入日常消费,打造可迭代、可循环的文旅产业闭环,真正让千年文脉扎根青年、长效永续,走出一条兼顾文化传承与自我造血的文博突围之路。

官方微博数字化运营 传播西安唐诗文化

陕西省作家协会会员、诗人 付士山

西安唐诗文化研究院官方微博账号目前已完成个人账号向官方微博的转换,进入为期1个月的试运行阶段,现有基础粉丝3000余人,累计互动量9000余次,内容采取不定期更新模式。栏目框架已初步搭建完成,设立“唐诗之都话题报道”“唐诗研究”两大固定专栏,分别归集西安

唐诗之都建设相关资讯、研究院学术成果、专业研究文章,形成基础内容储备。

账号确立清晰核心定位,致力于打造国内唐诗文化研究与传播权威官方微博,塑造兼具专业严谨、底蕴深厚、亲民通俗的唐诗文化传播形象。后续规划线上推出话题共创、有奖转发、

参与全球文明交流。

项目确立“以诗考地、以地证诗、以诗证俗”核心创作逻辑,采用微观细化的历史非虚构写法,补足历史叙事细节。整套丛书初步规划15—20册,初定16个分类,划分为四大板块,会聚文学、历史、考古、建筑、艺术等多领域中青年学者共同撰稿。

现阶段,项目已完成大纲研讨会,计划2027年3月完成全部稿件交付,2028年初推出首批成品,并依托全国书博会、北京图书订货会举办丛书首发仪式,着力打造经得起学术检验、具备广泛传播力、能够长期留存的城市文化精品,系统性填补长安唐诗专题大众读物市场空白。

多维度拓宽唐诗文化转化路径

陕西省社科院文旅所研究员 张燕

各项目整体推进节奏快、创新力度足,实现西安唐诗文化研究院各业务板块全方位实质性对接。研学项目方面,针对大学生研学板块,我建议增设完整成果反馈环节,充分释放青年群体的创意活力,鼓励大家自主构思新颖的开发思路。此外,唐诗地理空间重建项目意义重大,依托唐诗原生发生地还原诗人心境、唐代市井生活等,能够实现诗词具象化表达,可与行游体验、研学活动深度融合,数字化地理空间体系也能为各类研学项目筑牢基础。

我提议打造“一诗一篇”的唐诗微短剧,形式轻松通俗、受众覆盖面广,能够突破空间限制,依托网络广泛传播,还能同步开发衍生文创产品,拓宽唐诗文化传播与产业转化渠道。

严守三大标准

筑牢唐诗文化项目根基

西安建筑科技大学唐唐长安城研究中心主任、副教授 崔凯

我们团队多年深耕本地唐诗考证,依托地理信息系统标注确认500余处长安唐诗原生点位,这项工作本身就属于多学科交叉研究,而西安唐诗文化研究院恰好搭建起整合各领域资源的优质平台,能够聚合各方力量,释放更大价值。

在此,我重点提出3项核心创作标准,作为所有项目的首要底线。第一,坚守学术严谨性与内容深度,彰显高校、权威出版机构的专业底色。当

下,大众文化爱好者辨别能力显著提升,若作品只追求形式花哨却存在史实、诗词硬伤,会直接损害我们的专业性权威,区别于普通商业文创的核心优势,正是严谨考据与规范的学术表达。第二,突出技术先进性,规避低门槛、同质化内容,打造行业差异化优势。第三,坚持原创性与前瞻性,拒绝重复老旧研究,紧扣当代文化需求,兼顾长期发展价值,打造立得住、走得远、经得起多方检验的精品成果。

数字赋能唐诗文化实现可持续运营

西安交通大学人文学院教授 刘彦彦

西安唐诗文化研究院各细分项目内在关联紧密,能够深度融合协同,最终共同打造可面向市场消费的文化产品,实现唐诗文化产业化落地。

首先,数据库是所有项目运行的核心底座。完善的数据建模,既能支撑中小学、大学生唐诗研学实践,也能为青年群体诗词创作提供素材支撑。同时城市地理空间、唐诗文化地图类项目,实现文科与工科交叉互补、双向赋能。

其次,“唐诗之都”项目具备充足可持续发展潜力,完整产业链条已初步成型。我们坐拥海量的唐诗原生文化内容,可开发VR数字作品、唐诗微短剧、AR诗词书画等多元文创产品。同时,我们可运用官方微博线上宣传渠道、博物馆线下实体展示空间,串联起“产品生产—线下展示—线上宣传—市场推广”完整产业闭环,具备自我造血、长效运营的产业基础。

以媒介新视角 推进“唐诗之都”全域建设

西北大学新闻学院教授 王春泉

我用三个关键词来谈“唐诗之都”建设。

第一是《六人》。“唐诗之都”建设是一项宏大的集体工程,就像本书中所启示的,一件事离不开所有人共同参与付出,而目前相关建设已从基础认知阶段,推进到多方角色深度融合,取得了重要成果。

第二是“凝视”。当下进入分众传播时代,视觉、空间、场景转向成为必然。除传统第一、第二空间外,我们更要重视融合性的第三空间。社会呈现

部落化、圈层分化特征,单一产品模式已无法适配多元需求,必须更新传播与营销思维。

第三是“再出发”。借鉴巨型博物馆理论,打破固有边界,构建无界的整体格局,将整个城市视作整体文化博物馆。同时关注文化传播的巨型化、云端化、隐形化趋势。如今已是媒介化时代,媒介逻辑主导文化建构,我们需要重塑思路、重新建构,持续推进“唐诗之都”建设。

文化艺术报全媒体记者 成艳妮 张惠妹 实习生 赵若琦