

巴中市哲学社会科学规划项目

(2024 年度)

项 目 类 别 自筹课题

立 项 编 号 BZ24ZC191

学 科 分 类 社会学

课 题 名 称 巴中历史文化名人的宣传推广研究

项 目 负 责 人 谢俊中

项 目 参 与 人 谭柳秀 余元虎 郎巧玲 邱杰

负责人所在单位 四川省平昌县第二中学

联 系 电 话 0827-6222653

巴中市社会科学界联合会 制

目 录

一、巴中历史文化名人宣传推广策略研究报告.....	- 1 -
二、巴中历史文化名人宣传推广视角下的川陕革命根据地红军烈士陵园 宣传工作亮点探究	- 13 -
三、巴中市历史文化名人刘伯坚烈士宣传推广实施方案.....	- 25 -
四、巴中市历史文化名人宣传推广策略研究问卷调查分析报告.	- 33 -
五、巴中市历史文化名人宣传推广策略研究问卷调查数据统计.	- 45 -
六、研究过程佐证材料.....	- 52 -
(一) 活动照片	- 52 -
(二) 会议记录	- 61 -

巴中历史文化名人宣传推广策略研究报告

摘要：

本报告旨在深入探讨“巴中历史文化名人宣传推广”的课题，通过文献综述、现状分析、策略制定及实施路径等方面，全面阐述巴中历史文化名人的价值、宣传现状、存在问题及未来推广策略。报告结合习近平文化思想和四川省委宣传部相关文件精神，旨在推动巴中历史文化名人的创造性转化与创新性发展，增强巴中文化的软实力和影响力。

一、序言

巴中市，位于四川盆地东北部，地处大巴山系米仓山南麓，“秦岭—淮河”南北分界线南，东邻达州市，南接南充市，西抵广元市，北接陕西省汉中市，地势北高南低，由北向南倾斜，属亚热带季风性湿润气候，四季分明。全市总面积 1.23 万平方千米，辖 2 个区、3 个县。截至 2022 年末，巴中市常住人口 265.80 万人。

民国二年（1913 年），改巴州为巴中县。1993 年 7 月 5 日，经国务院批准设立巴中地区，巴中地区辖原达川地区的巴中市、通江县、南江县、平昌县，巴中地区行政公署驻巴中市。

巴中市是一座历史悠久、文化底蕴深厚的城市，有南龕石窟摩崖造像、米仓古道、“巴中背二哥”“翻山饺子”等非物质文化；有宋代杰出天文学家、浑天仪发明创造者张思训，中国共产党早期领导人之一刘伯坚，

世界平民教育家晏阳初，吴伟仁、韩杰才、魏于全、成会明等“四大院士”；拥有红军烈士陵园、红军石刻标语群等革命遗迹，被称为“中国革命的露天博物馆”，拥有光雾山、米仓山、恩阳古镇等旅游景区。巴中市是全国第二大苏区，红色遗址遗迹数量众多。巴中市曾入围 2018～2020 年创建周期全国文明城市提名城市，获全国社会治理创新示范市。

巴中市山川秀美，人杰地灵，自古以来就孕育了众多杰出的历史文化名人。他们的事迹和精神，不仅是巴中历史文化的瑰宝，也是中华民族优秀传统文化的重要组成部分。

为贯彻落实习近平文化思想和习近平总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话精神，深入挖掘和传承巴中丰富的历史文化资源，本课题组特开展本项研究。本研究旨在通过科学、系统的宣传推广策略，让巴中历史文化名人及其事迹得到更广泛的传播与认可，进一步提升巴中文化的知名度和影响力。

通过本研究，我们期望能够探索出一套有效的宣传推广模式，将巴中历史文化名人的故事和精神传递给更多的人，激发社会各界对巴中历史文化的兴趣和热爱。同时，我们也希望通过这一研究，促进中华优秀传统文化的传承与发展，为巴中市乃至全国的文化建设贡献一份力量。

二、课题研究背景与意义

（一）研究背景

近近年来，随着文化自信的提升和文化产业的快速发展，历史文化

名人的宣传推广成为地方文化建设的重要组成部分。巴中市，作为四川省东北部的一座历史文化名城，拥有丰富的历史文化资源，尤其是历史文化名人资源，这些资源是巴中独特文化身份和地域特色的重要体现。然而，尽管巴中市在历史文化名人方面拥有宝贵的资源，但其在宣传推广方面仍存在不足，导致这些历史文化名人的知名度和影响力有限。

在此背景下，本课题组深刻认识到，通过科学、系统的宣传推广策略，将巴中历史文化名人及其事迹进行更广泛的传播与认可，不仅有助于提升巴中的文化形象，还能进一步促进中华优秀传统文化的传承与发展。因此，本研究旨在深入挖掘巴中历史文化名人的内涵和价值，探索有效的宣传推广路径，以期为推动巴中文化的繁荣与发展贡献智慧与力量。同时，本研究也积极响应了国家关于加强历史文化保护与传承的号召，致力于将巴中丰富的历史文化资源转化为文化软实力，为地方经济社会发展注入新的活力。

（二） 研究意义

1.理论意义：

本研究将丰富历史文化名人宣传推广的理论体系，特别是在地方文化建设和文化传承的框架下，为同类研究提供新的视角和思路。通过深入分析巴中历史文化名人的宣传推广策略，本研究有望为地方历史文化资源的开发与利用提供理论支持和实践指导。

2.现实意义：

通过宣传推广巴中历史文化名人，本研究旨在提升巴中的文化形象，增强其在省内外的影响力。这将有助于吸引更多的文化旅游者，促进巴中文化旅游产业的蓬勃发展；本研究有助于增强巴中市民的文化认同感和自豪感，激发他们对本土文化的热爱和保护意识。通过深入学习和学习巴中历史文化名人的事迹和精神，市民将更加珍视和传承本土的优秀文化传统；本研究将为巴中市的文化产业发展提供新的思路 and 方向。通过挖掘和推广历史文化名人资源，可以开发出具有巴中特色的文化产品和服务，进一步推动文化产业的创新与发展，为地方经济社会的全面发展注入新的活力。

三、巴中历史文化名人概况

根据巴中市相关部门的推选，第一批巴中历史文化名人包括句扶、李贤、严武、张曙、王建、张思训、宗泽、向翀、岳贞、李钟峨、吴镇、廖纶、董修武、晏阳初、刘伯坚等 15 位杰出人物。这些人物在政治、军事、文学、科技等领域均有卓越贡献，是巴中历史文化的重要代表。

句扶：作为巴中历史文化名人之一，句扶以其在古代政治、军事领域的卓越成就被后世铭记。

晏阳初：被誉为“平民教育家”，晏阳初在推动平民教育和乡村建设方面做出了巨大贡献，其理念和实践对后世产生了深远影响。

刘伯坚：作为中国共产党早期优秀党员和中国工农红军早期优秀将领，刘伯坚在革命斗争中表现出坚定的信仰和不屈的精神，是中国革命

史上的重要人物。

四、巴中历史文化名人宣传现状分析

（一）现有推广活动

巴中市历史文化名人的宣传推广活动主要包括以下两个方面：

1.文化节庆活动：通过举办巴人文化艺术节等文化节庆活动，展示巴中历史文化名人的风采，提升其在公众中的认知度。

2.媒体宣传：利用电视台、报纸、网络等多种媒体平台，对巴中历史文化名人进行专题报道和系列宣传，扩大影响力。

（二）宣传成果

近年来，巴中市在历史文化名人宣传方面取得了一定成果。通过召开专题会议、建设纪念馆、开展学术研讨、制作宣传资料等多种形式，提高了历史文化名人的知名度和影响力。例如，川陕革命根据地博物馆通过策划红色主题展览、加强讲解员队伍建设、发展云展览等方式，有效传播了红色文化，提升了巴中红色文化的品牌效应。

（三）存在问题

1.宣传渠道与形式单一，新质宣传不足

目前，巴中历史文化名人的宣传主要依赖传统媒体和官方渠道，而新媒体和社交平台的利用尚显不足。宣传内容多停留在基本事迹介绍的层面，缺乏深度挖掘和创新性表达，难以吸引年轻受众的关注。单一的宣传形式可能无法满足不同受众的多样化需求，从而降低了宣传的吸引

力。

2.资源整合不充分，投入有限

各部门、各区域之间的资源整合尚显不足，未能形成有效的合力，这在一定程度上影响了宣传效果。同时，历史文化名人的宣传需要一定的资金支持，包括纪念馆的建设、宣传资料的制作以及活动的举办等。然而，目前巴中在这方面的资金投入可能相对有限，导致宣传工作的质量和效果受到一定影响。

3.专业人才短缺，品牌塑造待加强

历史文化名人的宣传需要专业的策划、设计、宣传等人才的支持。然而，巴中可能在这方面存在人才短缺的问题，导致宣传工作的创新性和专业性不足。此外，历史文化名人作为巴中的文化品牌，需要进行系统的品牌塑造与推广。但目前可能对此重视不足，导致历史文化名人的品牌形象不够鲜明，难以在受众心中形成深刻的印象。

4.受众定位不准确，互动机制缺失

在宣传过程中，准确的受众定位是达到预期宣传效果的关键。然而，目前巴中历史文化名人的宣传可能还存在受众定位不准确的问题，导致宣传内容无法有效吸引目标受众的注意。同时，有效的宣传不仅仅是单向的信息传递，更需要与受众进行互动和反馈。但目前巴中历史文化名人的宣传可能缺乏与受众的互动环节，无法及时了解受众的需求和反馈，从而难以调整和优化宣传策略。

5.长期规划缺失，持续性不足

历史文化名人的宣传是一个长期的过程，需要持续的投入和规划。然而，目前巴中可能缺乏这方面的长期规划，导致宣传工作缺乏系统性和持续性。同时，历史文化名人的宣传需要有一定的时效性和持续性，以保持受众的关注度和记忆度。但目前巴中的宣传可能缺乏长期的规划和持续的推广，导致宣传效果难以持久。

6.地域限制明显，传播难度较大

巴中作为一个地域相对较为偏远的地区，其历史文化名人的宣传可能受到地域限制和传播难度的影响。因此，如何将巴中的历史文化名人故事传播到更广泛的受众中，打破地域限制，是一个亟待解决的问题。

7.社区与民间力量参与不足

历史文化名人的宣传不仅仅需要政府和官方机构的推动，更需要社区与民间力量的广泛参与。然而，目前巴中可能在这方面缺乏有效的动员和组织，导致宣传工作的覆盖面和影响力有限。因此，如何动员和组织社区与民间力量参与历史文化名人的宣传，也是巴中需要关注的一个重要问题。

五、宣传推广策略研究

（一）宣传渠道与形式单一缺乏创新的解决策略

1. 新媒体平台拓展与应用

利用微博、微信公众号、抖音、快手等新媒体平台，制作短视频、图

文故事、直播等形式多样的内容，增加宣传的趣味性和互动性。开发历史文化名人相关的移动应用或小程序，提供线上展览、VR 体验等功能，增强受众的参与感和体验感。

2. 宣传内容创新与优化

深入挖掘历史文化名人的生平事迹、思想精髓和时代价值，创作具有深度和广度的宣传内容。结合现代审美和受众需求，设计新颖的宣传海报、插画、动画等视觉元素，提升宣传的吸引力和感染力。如创作有关勾扶、晏阳初、刘伯坚等历史文化名人的情景剧、舞台剧。

3. 文化节庆活动策划与推广

通过举办巴人文化艺术节等文化节庆活动，展示巴中历史文化名人的风采，提升其在公众中的认知度。创作类似“巴山背二哥”“下里巴人”这样的主题节目来推广巴中的历史文化名人。

4. 教育体系中的文化普及与宣传：

在教育体系中融入巴中历史文化名人的相关内容，通过课堂教学、校园文化活动、校本教材等方式，培养学生对本土文化的认识和兴趣。

5. 文旅融合发展与名人文化传播

结合巴中市的旅游资源，开发以历史文化名人为主题的旅游线路和产品，通过旅游活动带动名人文化的传播。结合巴中市的自然风光和历史文化名人遗迹，设计多条主题旅游线路，如“巴中历史文化名人寻踪之旅”、“红色记忆与绿色生态旅游线”等，为游客提供丰富的旅游选择。

以历史文化名人为主线，串联巴中的历史文化景点和自然景观，如将晏阳初的乡村教育实践地与周边的自然景观相结合，开发研学旅游产品。

（二）资源整合与投入不足的解决策略

1.加强跨部门、跨区域合作

建立由政府主导、多部门参与的协调机制，明确职责分工，加强资源共享和优势互补。推动与周边地区、高等院校、文化机构的合作，共同开展历史文化名人的研究和宣传工作。

2.增加资金投入

争取上级部门的政策支持和资金补助，设立专项基金用于历史文化名人的宣传推广。鼓励社会资本参与，通过赞助、捐赠等方式增加宣传工作的资金来源。

（三）专业人才匮乏与品牌塑造不足的解决策略

1.引进和培养专业人才

引进具有历史文化、宣传推广等专业知识的人才，提升宣传工作的专业性和创新性。加强与高校、职业学校的合作，培养一批熟悉巴中历史文化、擅长宣传推广的复合型人才。

2.加强品牌塑造与推广

制定系统的品牌塑造计划，明确品牌形象、定位和传播策略。通过举办文化节庆、主题活动、展览等形式，提高历史文化名人的知名度和美誉度。

（四）受众定位不准确与缺乏互动机制的解决策略

1.精准定位受众

通过市场调研、数据分析等手段，了解不同受众群体的需求和偏好，制定针对性的宣传策略。针对青少年、中老年等不同群体，设计符合其兴趣和接受能力的宣传内容。

2.建立互动机制

开设线上互动平台，如微博话题、微信公众号留言、短视频评论区等，鼓励受众参与讨论和反馈。举办线下互动活动，如讲座、研讨会、座谈会等，邀请受众与专家学者面对面交流。

（五）长期规划缺失与持续性不足的解决策略

1.制定长期规划

根据巴中历史文化名人的特点和受众需求，制定长期、系统的宣传推广规划。明确阶段性目标和任务，确保宣传推广工作的连续性和稳定性。

2.持续投入与推广

保持对宣传推广工作的持续投入，确保各项活动和项目的顺利推进。加强对宣传效果的监测和评估，及时调整和优化宣传策略，确保宣传效果的持久性。

（六）地域限制与传播难度大的解决策略

1.打破地域限制

利用互联网和新媒体的跨地域传播优势，将巴中历史文化名人的故事传播到更广泛的受众中。加强与国内外媒体的合作，扩大宣传的覆盖面和影响力。

2.创新传播方式

探索“文化+旅游”、“文化+科技”等新型传播方式，通过旅游体验、科技展示等手段增强传播的吸引力和感染力。举办区域文化交流活动，吸引本地区以外游客和学者来巴中考察和交流，提升巴中文化的区域影响力。

（七）社区与民间力量参与不足的解决策略

1.动员社区力量

加强与社区的合作，动员社区居民参与历史文化名人的宣传和推广工作。举办社区文化活动，如文艺演出、讲座、展览等，增强社区居民对本土文化的认同感和自豪感。

2.鼓励民间力量参与

设立专项基金或奖励机制，鼓励民间组织、文化企业和个人参与历史文化名人的宣传和推广工作。加强与民间艺人、文化爱好者的联系和合作，共同挖掘和传承巴中历史文化资源。

六、结论与展望

通过本项研究，我们深刻认识到巴中历史文化名人宣传推广的重要性和紧迫性。未来，巴中市应继续深化对历史文化名人的挖掘与研究，

创新宣传推广策略，拓宽宣传渠道，强化资源整合，努力打造具有巴中特色的历史文化品牌。同时，我们也期待更多的学者和专家关注和支持巴中历史文化名人的宣传推广工作，共同为传承和弘扬中华优秀传统文化贡献智慧和力量。

巴中历史文化名人宣传推广视角下的川陕革命根据地红军烈士陵园宣传工作亮点探究

川陕革命根据地红军烈士陵园原名王坪红军烈士墓，坐落于四川省巴中市通江县沙溪镇王坪村，是国家AAAA级旅游景区、全国烈士纪念性建筑物重点文物保护单位、全国爱国主义教育基地、全国100个红色旅游经典景区、全国30条红色旅游精品线路之一，现为中华人民共和国最大、最早的大型红军烈士陵园，全国唯一红军为战友修建的陵园。

川陕革命根据地红军烈士陵园始建于1934年，2011年对陵园进行改建和扩建，将原来的35亩陵园核心区扩展到350亩。陵园由铁血丹心广场、千秋大道、陵园核心区、散葬墓区、纪念馆等部分组成，分布着铁血丹心主题雕塑、英勇烈士纪念碑、红军烈士集墓区、无名烈士纪念园、英烈纪念墙、总医院旧址群、“赤化全川”石刻标语等景点。在这个全国安葬红军烈士最多、规模最大的红军烈士陵园里，长眠着25048名红军烈士。

一、川陕革命根据地红军烈士陵园独特的价值与意义

（一）深厚的历史意义

川陕革命根据地红军烈士陵园，作为全国最大、最早的大型红军烈士陵园，其深厚的历史意义不仅体现在其宏大的规模和建立的时间上，更在于它所承载的革命历史和革命精神。

1. 革命圣地标志：这座陵园见证了红军长征和川陕革命根据地斗争的辉煌历史，是革命精神的圣地。它如同一座历史的丰碑，矗立在巴中市通江县沙溪镇王坪村，向世人昭示着那段波澜壮阔的革命岁月。

2. 事迹的永恒见证：陵园内长眠着 25048 名红军烈士，他们中既有英勇善战的将领，也有默默无闻的无名英雄。他们的故事和牺牲精神，如同璀璨的星辰，照亮了后人前行的道路。这些烈士的英勇事迹和革命精神，将永远被铭记在这座陵园里，成为激励后人的宝贵财富。

3. 革命传统的生动教材：这座陵园不仅是一座历史的见证，更是一部生动的革命传统教材。它通过实物、图片、文字等多种形式，向世人展示着红军战士们的英勇事迹和革命精神，让人们在缅怀先烈的同时，也能深刻感受到革命传统的伟大力量。

（二）独特的文化价值

川陕革命根据地红军烈士陵园，不仅承载着深厚的历史意义，更蕴含着独特的文化价值。这座陵园不仅是一座历史的见证，更是一座文化的殿堂，它在传承红色文化、弘扬革命精神方面发挥着不可替代的作用。

1. 红色文化教育的重要基地：作为全国爱国主义教育基地和红色旅游经典景区，陵园在红色文化教育方面具有举足轻重的地位。它通过各种形式的教育活动，如展览、讲座、演出等，向广大游客传递着红色文化的精髓和革命精神的力量。在这里，人们可以深刻感受到红军战士们的英勇事迹和牺牲精神，从而更加珍惜今天的幸福生活。

2. 丰富多样的艺术表现形式：陵园内不仅有庄严肃穆的纪念碑、烈士墓，还有雕塑、标语、纪念馆等丰富的艺术表现形式。这些艺术元素不仅增强了陵园的文化氛围，也让游客在参观过程中能够更加深入地感受到红色文化的博大精深。这些艺术表现形式如同一部部生动的历史教科书，让人们在欣赏艺术的同时，也能够深刻领悟到红色文化的独特魅力。

3. 革命精神的传承与弘扬：陵园作为革命精神的圣地，不仅承载着历史的记忆，更肩负着传承与弘扬革命精神的重任。它通过各种形式的宣传和教育活动，将革命精神传递给一代又一代的人。这种革命精神如同一种无形的力量，激励着人们在新的历史时期继续前行、不断奋斗。

（三）广泛的社会价值

川陕革命根据地红军烈士陵园，其深远的社会价值不仅仅局限于历史文化的传承与教育，更在多个层面产生了广泛而深远的影响。

1. 爱国主义教育的核心平台：陵园作为开展爱国主义教育和革命传统教育的重要场所，对于培养青少年的爱国情怀和民族精神具有不可替代的作用。通过组织学校、社会团体等各界人士前来参观学习，陵园成为了弘扬爱国主义精神、传承红色基因的重要平台。在这里，人们可以深刻感受到先烈们的英勇事迹和无私奉献，从而更加坚定地为祖国的繁荣富强而努力奋斗。

2. 社会凝聚力的强大纽带：陵园通过缅怀先烈、传承红色基因的方

式，增强了社会各界对革命历史的认同感和民族自豪感。这种共同的历史记忆和情感体验成为了社会凝聚力的重要来源，促进了不同阶层、不同群体之间的团结与和谐。在陵园的宣传推广过程中，这种社会凝聚力得到了进一步的提升和巩固。

3. 社会文化生态的丰富元素：陵园作为历史文化类景点，不仅丰富了当地的文化生态，还为文化创作提供了丰富的素材和灵感。许多文艺作品、影视作品都以陵园为背景或题材，进一步传播了红色文化和革命精神。同时，陵园也成为了学术研究、文化交流的重要场所，推动了社会文化生态的多样性和繁荣。

二、川陕革命根据地红军烈士陵园宣传推广策略的亮点

川陕革命根据地红军烈士陵园的宣传推广策略紧密结合了当地的实际情况，具体体现在以下几个方面：

（一）丰富的宣传内容与形式

1. 内容详实：深挖红色内涵创编文艺精品。依托革命文物，深研川陕苏区军事斗争、政权建设、群众工作等史实，编撰出版《川陕革命根据地斗争史》《川陕忠魂》等 30 余部革命书籍，创编《活着》《石破惊天》等大型舞台剧和大型音乐剧《我的两万个兄弟》。

2. 形式多样：采用文字、图片、实物、多媒体等多种展示形式，结合讲解员现场解说、互动体验等方式，使参观者能够更加直观地感受到红色文化的魅力。例如园方开发了“红军的一天”体验项目，通过模拟

红军行军、野外生存技能训练等活动，让游客亲身体验红军战士的艰苦生活，增强红色教育的感染力和互动性。创作的微视频《铁血丰碑》并被中纪委评为廉政教育优秀作品。

（二）创新的宣传理念与策略

1. 深化交流合作，打造跨区交流平台

通江县组织邀请川陕革命根据地王坪烈士陵园、红四方面军总指挥部旧址纪念馆、空山战役纪念馆、甘肃省高台县中国工农红军西路军纪念馆、甘肃省张掖市高金城烈士纪念馆、沈阳“九·一八”历史博物馆联合开展“红旗漫卷大巴山——川陕革命根据地斗争史图片展”“理想高于天 热血铸祁连——中国工农红军西路军征战史展览”“《二战序幕抗战起点》—— 九一八事变史实图片展”“我和我的祖国——《百岁红军·王定国》专题展览”等主题展览。

2. 创新传承方式，扩大红色文化影响。

通江县通过培养小小讲解员来宣教党史。面向全国招募 8—13 岁品学兼优的在校学生为小小讲解员，聘请专业培训团队，围绕语言表达、讲解技巧、川陕革命根据地历史文化等开展讲解培训。

（三）精准定位与目标受众明确

1. **精准定位：**陵园在宣传推广过程中，能够精准定位目标受众，包括党员干部、青少年学生、社会各界人士等，针对不同受众制定不同的宣传策略和内容，提高宣传的针对性和有效性。例如通江县整合宣传部、

党史办、文物保护研究中心等学术研究力量，邀请熟悉川陕苏区历史的党史专家，深挖红色资源和红军文物背后的故事，分别为卫生、银行、妇联、党政、新闻宣传系统打造了“张琴秋在总医院”“红军管家郑义斋”“妇女独立营”“两张党证”“巴山丰碑一石头上的史诗”等宣教课程。

2. 分层宣传：通过分层宣传，确保各类受众都能接受到适合自身特点和需求的红色文化信息，从而达到更好的宣传教育效果。例如通江县利用互联网技术，打造党史云课堂，将红军革命遗址遗迹、微党课、红军故事等以网络直播的形式“送出去”以满足不同受众的需求。

（四）深度挖掘与活化红色文化资源

1. 学术研究支持：2006 年以来，通江县联合市县党史相关部门成立专班，先后采访仍然健在的 40 余名在蓉、在巴老红军和 12 名在京工作生活的红四方面军将帅，整理完善 200 余位流落红军、红军西路军、返乡红军口述史料，编撰出版《川陕革命根据地简史》《川陕忠魂》《通江苏维埃志》等专著 200 余套（本）。定期举办“川陕革命根据地与红军长征研讨会”等全国性研讨会，形成《中国工农红军石刻标语的时代特点和语言风格研究文集》等研究成果 20 余部。

2. 活化利用：通过举办红色文化讲座、研讨会、文艺演出等活动，将红色文化资源以更加生动、形象的方式呈现给公众，增强了红色文化的感染力和传播力。例如通江县精心谋划宣传形式，创编《我的两万个兄弟》《活着》《巴山红军魂》《望红台》等大型舞台剧。承办中央电视台

《中国影像方志·四川卷通江篇》、大型红色纪录片《镌刻在石碑上的历史记忆》现场拍摄开机仪式及座谈会，四川省“重走长征路，奋进新征程”红色旅游年启动仪式活化利用红色资源。

（五）红色旅游精品线路的融入与带动

1. 精品线路纳入：陵园作为全国 30 条红色旅游精品线路之一，被有效地融入了更广泛的红色旅游网络中。这不仅提升了陵园自身的知名度，还通过与其他红色景点的联动，共同吸引了更多游客前来参观学习。

2. 区域旅游合作：陵园积极与周边地区的红色旅游景区合作，共同打造红色旅游线路，通过区域旅游合作的方式，实现资源共享、市场共拓、品牌共建，进一步扩大了宣传效果。例如通江县与陕西、重庆以及省内广安、南充、广元等地红色景区联合打造“红岩精神、伟人故里、川陕苏区”“不忘初心·川陕老区行”“川陕苏区首府红色之旅”跨区域精品旅游线路，推动红色旅游资源相融互促，带动更多红色资源“活起来”

（六）教育功能的深化与拓展

1. 青少年教育：川陕革命根据地红军烈士陵园深刻认识到青少年作为国家的未来和希望，在红色文化传承中的重要作用。陵园积极创新教育模式，不仅通过举办夏令营、冬令营等传统活动，还结合“历史文化名人故事会”和“革命精神传承讲座”，引导青少年深入了解巴中历史文化名人的英勇事迹和革命精神。同时，开展“小小讲解员”项目，让青少年在亲身参与中传承红色基因，增长红色知识，激发爱国情感。

2. 社会教育：陵园在面向社会各界人士开展教育活动时，更加注重将红色文化教育与现代生活相结合。通过组织成人党团日活动、企事业单位团队建设等活动，将红色文化融入日常工作与生活，增强了教育的针对性和实效性。特别是结合“智勇坚定、排难创新、团结奋斗、不胜不休”的红军精神，引导社会各界人士在缅怀先烈的同时，汲取红色养分，发扬红军精神。

（七）红色文化的深度体验与学习

1. 体验式学习：陵园不断创新体验式学习项目，除了传统的模拟红军行军、体验红军生活等活动外，还结合历史文化名人资源，开发“红军精神传承月”、“红军管家郑义斋事迹体验”等特色项目，让参观者通过亲身参与和角色扮演，更加直观地感受红军的英勇与坚韧，深入理解红色文化的内涵。

2. 定制化服务：针对不同参观群体的需求，陵园提供高度定制化的参观和学习服务。例如，为学校量身定制红色文化课程和实践活动，通过“红色研学旅行”项目，让学生在实地探访中感受革命历史；为企业事业单位设计红色团建方案，将红色文化融入团队建设活动，增强团队的凝聚力和向心力。

（八）红色旅游的融合发展

1. 旅游+教育：陵园充分发挥其作为全国爱国主义教育基地的优势，将红色旅游与教育紧密结合。通过推出“红军文化研学旅行”产品，结

合历史文化名人资源，设计了一系列具有教育意义的旅游线路和课程，让学生在旅游过程中不仅能够领略自然风光，更能深入了解红色历史，感受革命精神。

2. 旅游+文化：陵园积极举办各类红色文化活动，如红色文化节、红色音乐会、红色故事巡讲等，将红色旅游与文化活动深度融合。同时，依托“红旗漫卷大巴山——川陕革命根据地斗争史图片展”等主题展览，以及与其他红色纪念馆的联合办展，不断丰富红色旅游的文化内涵，提升红色旅游的吸引力和影响力。此外，还通过线上线下相结合的方式，扩大红色文化的传播范围，让更多人了解并参与到红色旅游中来。

三、川陕革命根据地红军烈士陵园独特的宣传推广策略

川陕革命根据地红军烈士陵园的宣传推广策略除了有几点亮点外，还有一个有别于其他红色景点宣传推广策略那就是以典型人物王建刚三代“守墓人”的典型事迹打造独特宣传 IP 赓续红军精神。

通过对这一独特宣传 IP 的观察，笔者总结出川陕革命根据地红军烈士陵园在宣传推广上的独特之处，现对这一成功案例就行简要剖析以供巴中红色人物宣传推广进行借鉴。

（一）挖掘代表人物：王建刚三代人的坚守与传承

深度挖掘：全面深入地挖掘王建刚及其家族三代人义务守护陵园和讲解的感人故事，展现他们无私奉献、坚守信仰的红军精神风貌。

形象塑造：通过多种媒体形式，如访谈等、新闻报道等，生动塑造

王建刚三代人的鲜活形象，让观众感受到他们的真实情感和坚定信念。

传承展示：展示王建刚家族如何代代相传，坚守在陵园，为游客讲述红军故事，传承红军精神，凸显家族的传承力量 and 责任感。

（二）赓续红军传承：历史与当下的桥梁

精神传承：强调王建刚三代人的守护行动是对红军精神的真挚传承和弘扬，他们的坚守和奉献正是红军精神的生动体现。

历史连接：将王建刚三代人的故事与川陕革命根据地的历史背景和文化特色紧密结合，展现红军精神在历史长河中的传承与发展。

（三）赋予红军精神新内涵：时代价值的创新解读

1. 智勇坚定：以智慧守护，以勇气坚持，以坚定信念传承

智慧守护：王建刚及其家族在守护陵园的过程中，不仅体现了对红军烈士的敬仰之情，更展现了他们的智慧。他们通过日常的维护和管理，确保了陵园的环境整洁和烈士遗体的尊严，这是对红军精神中“智”的生动诠释。

勇气坚持：面对岁月的流逝和身体的衰老，王建刚家族没有放弃守护陵园的使命，而是以无比的勇气坚持下来。这种勇气不仅体现在面对外在困难的挑战上，更体现在对内心信念的坚守上。

坚定信念传承：王建刚家族代代相传的不仅是守护陵园的责任，更是对红军精神的坚定信念。他们用自己的行动证明了，无论时代如何变迁，对革命先烈的敬仰和对红色基因的传承永远不会改变。

2. 排难创新：在困难中寻求创新，以新方式传承红色基因

面对困难，勇于创新：在守护陵园的过程中，王建刚家族遇到了各种困难和挑战，但他们没有退缩，而是勇于创新，寻找新的解决方案。例如，他们可能通过引入现代科技手段来加强陵园的管理和维护，或者通过创新宣传方式来扩大红军精神的影响力。

新方式传承红色基因：王建刚家族不仅通过日常的守护和讲解来传承红色基因，还积极探索新的传承方式。他们可能利用社交媒体、网络平台等现代传播手段，将红军精神的故事传播给更广泛的人群，让更多的人了解和认同红色文化。

3. 团结奋斗：家族团结，社会共助，共同为传承红军精神而奋斗

家族团结：王建刚家族三代人的团结一心是他们能够坚持守护陵园的重要原因之一。他们相互支持、共同努力，形成了一股强大的精神力量。

社会共助：除了家族内部的团结外，王建刚家族还得到了社会各界的广泛支持和帮助。政府、企业、社会组织等各方面的力量汇聚在一起，共同为传承红军精神而奋斗。这种团结奋斗的精神不仅体现在对陵园的守护上，更体现在对红色文化的传承和弘扬上。

4. 不胜不休：永不言败，持续传承，让红军精神永放光芒

永不言败：王建刚家族在守护陵园的过程中遇到了许多困难和挫折，但他们从未放弃过。他们坚信自己的使命和责任，以不屈不挠的精神战

胜了各种挑战。

持续传承：王建刚家族不仅自己坚守在守护陵园的岗位上，还将这份责任传递给了下一代。他们希望通过自己的努力和付出，让更多的人了解和认同红军精神，让这份宝贵的精神财富得以持续传承和发扬光大。

（四）打造独特宣传 IP：品牌形象的构建与推广

1. IP 形象的构建：以王建刚三代人为核心，构建独特的宣传品牌形象，让“王建刚守护红军陵园”成为具有标识性的红色文化符号和宣传 IP。

2. 全媒体的宣传与推广：与各级和类媒体合作，共同推广红军精神和王建刚三代人的事迹，扩大宣传影响力和覆盖范围。

巴中市历史文化名人刘伯坚烈士宣传推广实施方案

一、前言

刘伯坚烈士，作为四川省平昌县的无产阶级革命家，其英勇事迹和坚定信念不仅是巴中历史文化的重要组成部分，更是中华民族宝贵的精神财富。他的革命生涯充满了对党、对人民的无限忠诚和英勇无畏的牺牲精神，是新时代传承红色基因、弘扬社会主义核心价值观的生动教材。

当前，随着社会的快速发展和文化的多元化，红色文化的传承面临着新的挑战 and 机遇。为深入贯彻落实习近平总书记关于文化传承发展的重要指示精神，进一步挖掘和弘扬刘伯坚烈士的革命精神，提升公众对其生平事迹的认知度，特制定本宣传推广实施方案。本方案旨在通过多渠道、多形式的宣传推广活动，广泛传播刘伯坚烈士的英勇事迹和革命精神，让更多的人了解他的历史贡献和崇高精神，从而激发社会公众的爱国热情和革命精神，促进巴中红色文化的传承与发展，为巴中文旅融合发展注入新的活力。

二、宣传推广目标

（一）增强公众认知度。通过多渠道、多形式的宣传推广活动，广泛传播刘伯坚烈士的生平事迹和革命精神，使更多社会公众，特别是青少年群体，深入了解并认识到刘伯坚烈士的历史贡献和崇高精神。

（二）传承与弘扬红色文化。以刘伯坚烈士的事迹为载体，传承红色基因，弘扬社会主义核心价值观，激发社会公众的爱国热情和革命精神，形成全社会共同关注和参与红色文化传承的良好氛围。

（三）促进巴中文旅融合发展。结合刘伯坚烈士故里等文化资源，通过开发红色旅游线路、举办红色文化活动等方式，推动巴中文旅融合发展，提升城市文化软实力，打造具有巴中特色的红色文化品牌。

（四）提升社会教育效果。将刘伯坚烈士的事迹纳入中小学德育课程和乡土教材，通过课堂教学、社会实践等形式，加强青少年对红色文化的认知和理解，培养他们的爱国情感和革命精神，提升社会教育的整体效果。

三、宣传推广内容与活动

（一）媒体宣传

1. 主流媒体合作。与央视、四川卫视等主流媒体合作，推出刘伯坚烈士专题报道和纪录片，通过权威媒体的广泛传播，提高刘伯坚烈士的知名度。

2. 新媒体平台推广。在微博、微信、抖音、快手等新媒体平台开设官方账号，定期发布关于刘伯坚烈士的图文、视频内容，包括历史背景、英勇事迹、革命精神等，利用新媒体的互动性和传播力，吸引更多年轻用户关注。

3. 网络专题建设。在中华英烈网、地方政府官网等开设刘伯坚烈士

专题页面，集中展示其生平事迹、历史贡献和纪念活动，提供在线参观、虚拟展览等功能，方便网民随时随地进行线上学习和了解。

（二）文化活动

1. **纪念大会与展览。**在刘伯坚烈士牺牲纪念日等重要时间节点，举办纪念大会，邀请烈士后代、专家学者发表演讲。同时，举办刘伯坚烈士事迹展览，展示其生平照片、手迹、遗物等，让参观者通过实物更加直观地了解其革命生涯。

2. **学术研讨与交流。**定期组织刘伯坚烈士学术研讨会，邀请历史学家、文化研究专家等就刘伯坚烈士的思想内涵和时代价值进行深入探讨，并形成研究成果。同时，举办学术讲座和公开论坛，扩大研究成果的社会影响。

3. **文艺作品创作与演出。**鼓励艺术家创作以刘伯坚烈士为原型的诗歌、话剧、歌剧等文艺作品，并通过舞台演出、电影放映等形式进行展示，让观众在欣赏艺术的同时，感受到刘伯坚烈士的革命精神。

（三）教育普及

1. **课程融入与教材开发。**将刘伯坚烈士的事迹纳入中小学德育课程和乡土教材，通过课堂教学、主题班会等形式加强青少年教育。同时，开发以刘伯坚烈士为主题的乡土教材和教学辅助材料，帮助教师更好地进行红色文化教育。

2. **社会实践活动。**组织学生前往刘伯坚烈士故里、纪念馆等地开展

社会实践活动，如重走红军路、体验红军生活等，让学生亲身体验红色文化，增强对刘伯坚烈士事迹的认知和感受。

3. 红色故事讲解比赛。举办红色故事讲解比赛，鼓励学生讲述刘伯坚烈士或其他革命先烈的英勇事迹，通过比赛形式激发学生的参与热情和讲述能力。

（四）文旅融合

1. 红色旅游线路开发。结合刘伯坚烈士故里、红军石刻标语园等文化资源，开发红色旅游线路，设计不同行程的旅游产品，如一日游、两日游等，吸引游客前来参观学习。

2. 文创产品开发。研发以刘伯坚烈士为主题的文创产品，如纪念书籍、文具套装、文化衫、手机壳等，通过创意设计和实用功能吸引消费者购买，增加红色文化的传播渠道和经济效益。

3. 红色研学旅行。依托刘伯坚烈士纪念馆等爱国主义教育基地，开展红色研学旅行活动，组织党员干部、学生群体等前往参观学习。同时提供研学手册、导览服务等配套设施和服务，确保研学旅行的质量和效果。

四、实施步骤与时间安排

（一）筹备阶段（1—2 个月）

1. 成立组织机构。成立刘伯坚烈士宣传推广领导小组和工作团队，明确各成员职责和分工，确保宣传推广工作的有序进行；

2. **制定详细计划。**根据宣传推广目标，制定详细的活动计划和预算，包括各项活动的时间、地点、内容、参与人员等，确保计划的可行性和实效性；

3. **建立合作关系。**与主流媒体、新媒体平台、学校、旅游机构等建立合作关系，争取他们的支持和参与，共同推动宣传推广工作的开展。

（二）实施阶段（3—6 个月）

1. **媒体宣传实施。**按照计划，在主流媒体和新媒体平台上发布关于刘伯坚烈士的专题报道、纪录片、图文、视频等内容，确保宣传的广度和深度。

2. **文化活动举办。**按照计划，举办纪念大会、事迹展览、学术研讨会等文化活动，邀请相关人士参与，提高活动的知名度和影响力。

3. **教育普及推广。**将刘伯坚烈士的事迹纳入中小学德育课程和乡土教材，组织社会实践活动和红色故事讲解比赛，加强青少年对红色文化的认知和理解。

4. **文旅融合发展。**开发红色旅游线路，研发文创产品，开展红色研学旅行活动，促进文旅融合发展，提升城市文化软实力。

（三）总结评估阶段（1 个月）

1. **活动效果评估。**对宣传推广活动的效果进行评估，包括媒体宣传的覆盖面、文化活动的参与度、教育普及的成效、文旅融合的发展情况等。

2. 总结经验教训。对宣传推广工作的全过程进行总结，提炼成功的经验和做法，分析存在的问题和不足，为今后的宣传推广活动提供参考和借鉴。

3. 撰写活动报告：根据评估和总结的结果，撰写活动报告，详细记录宣传推广工作的实施过程、成效和经验教训，为今后的宣传推广工作提供有益的参考。同时，将报告提交给相关领导和部门，以便他们了解工作的进展和成果。

五、保障措施

（一）组织保障

确保宣传推广领导小组和工作团队的稳定运作，定期召开工作会议，及时沟通工作进展，协调解决工作中遇到的问题。对团队成员进行专业培训，提高他们的专业素养和工作能力，确保他们能够胜任宣传推广工作的各项任务。

（二）资金保障

积极争取上级部门的资金支持，确保宣传推广工作的经费充足。合理规划资金使用，确保各项活动的顺利开展，同时注重资金使用的透明度和效益。

（三）人才保障

加强与高校、研究机构等的合作，引进和培养专业人才，为宣传推广工作提供智力支持。鼓励团队成员进行自主学习和提升，不断提高他

们的专业水平和创新能力。

（四）宣传保障

确保各项活动的广泛宣传和有效传播，提高公众参与度。利用多种宣传渠道和方式，如新闻发布、社交媒体推广、合作伙伴宣传等，扩大宣传推广的覆盖面和影响力。

（五）合作保障

加强与相关部门、机构、企业的合作，共同推动宣传推广工作的开展。明确合作各方的职责和权益，建立长期稳定的合作关系，确保合作项目的顺利实施和预期目标的实现。

（六）监督与评估保障

建立健全监督机制，对宣传推广工作的全过程进行监督，确保工作的规范性和有效性。定期对宣传推广工作的成效进行评估，及时发现问题和不足，提出改进措施和建议，为今后的宣传推广工作提供有益的参考。

六、结语

刘伯坚烈士作为巴中历史文化的杰出代表，其英勇事迹和革命精神是我们宝贵的精神财富。通过本宣传推广实施方案的实施，我们旨在提升公众对刘伯坚烈士的认知度，传承和弘扬红色文化，促进巴中文旅融合发展，提升城市文化软实力。我们相信，在各级领导的关心支持下，在社会各界的积极参与下，刘伯坚烈士的英勇事迹和革命精神将得到更

广泛的传播和弘扬，为新时代的社会发展提供强大的精神动力。

展望未来，我们将继续深入挖掘刘伯坚烈士等革命先烈的历史贡献和崇高精神，不断创新宣传推广的方式和手段，让红色文化在新时代焕发出更加绚丽的光彩。同时，我们也期待更多的人加入到红色文化的传承和弘扬中来，共同为传承红色基因、弘扬社会主义核心价值观贡献自己的力量。让我们携手共进，共同书写红色文化传承的新篇章！

巴中市历史文化名人宣传推广策略研究问卷调查 分析报告

调查报告前言

本次调查旨在了解受访者对巴中历史文化名人的认知程度、宣传渠道偏好、满意度以及对宣传推广工作存在的问题和提升策略等方面的看法和意见。通过问卷调查，我们收集到了来自不同年龄段、职业和学历背景的参与者的观点和建议，为进一步完善巴中历史文化名人的宣传推广工作提供了重要参考。

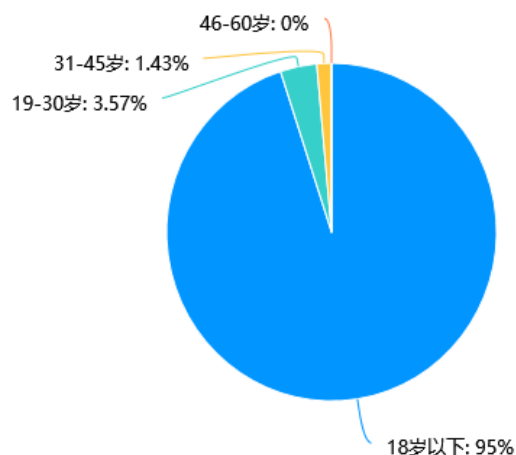
在问卷设计中，我们设置了涵盖受访者基本信息、对巴中历史文化名人的了解程度、宣传渠道偏好、满意度评价、问题反馈、提升策略选择以及具体代表人物评选等多个方面的问题，以全面了解受访者的观点和建议。

通过本次调查，我们将进一步分析和总结受访者的回答，为巴中历史文化名人的宣传推广工作提供有针对性的改进方向和实施建议。感谢各位参与者的热情回应和宝贵意见，期待通过我们的努力，让更多人了解和关注巴中的历史文化名人，促进地方文化的传承和发展。

。

第一部分:基本信息

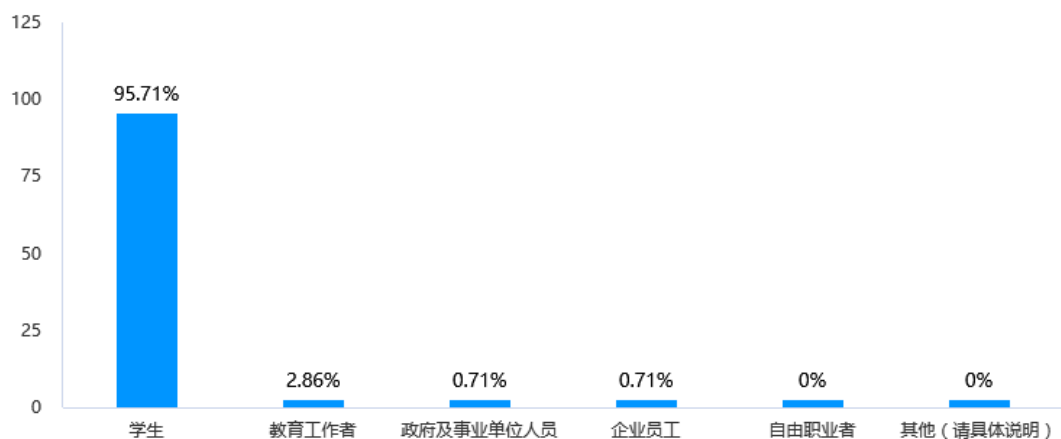
第 1 题 1. 您的年龄段: [单选题]



分析结论：根据数据表格显示，参与调查的人群中，18岁以下的年龄段占比最高，达到90.91%，而19-30岁年龄段仅占9.09%。同时，31岁及以上的年龄段没有人选择。因此，参与调查的人群主要集中在18岁以下年龄段。

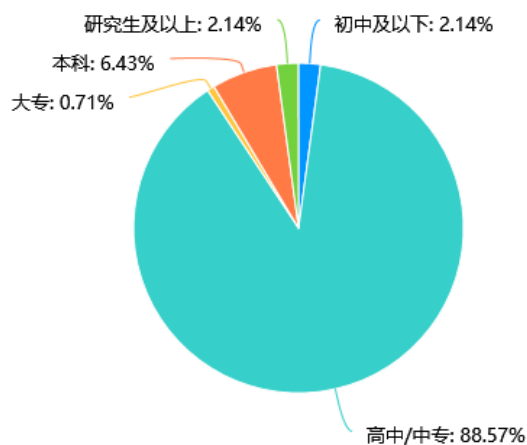
第 2 题 2. 您的职业是: [单选题]

分析结论：根据数据表格显示，参与调查的人群中，学生占比最高，达到90.91%，其次是教育工作者，占比为9.09%。政府及事业单位人员、企业员工、自由职业者以及其他职业的人员在本次调查中均未出现。由此可见，参与调查的人群以学生为主要群体。



第 3 题 3. 您的最高学历是: [单选题]

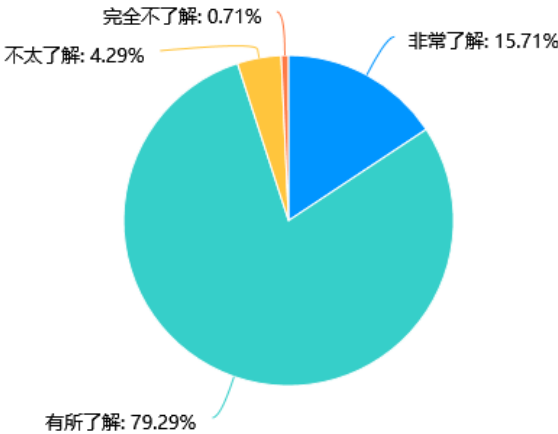
分析结论：根据数据表格显示，参与调查者的最高学历以高中/中专为主，占比为 72.73%。其次是初中及以下、本科、研究生及以上，各自占比为 9.09%。大专学历的调查者比例为 0%。



第二部分:对巴中历史文化名人的认知

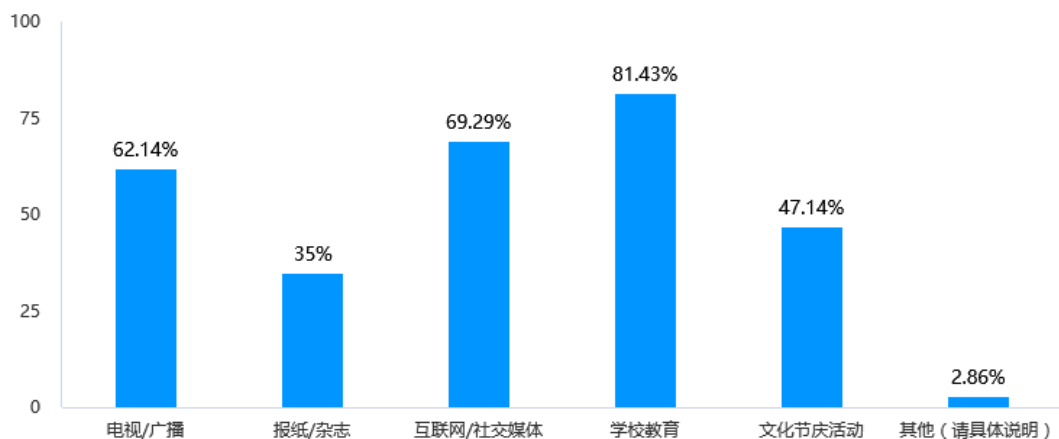
第 4 题 4. 您是否了解巴中的历史文化名人? (如:晏阳初、刘伯坚等) [单选题]

分析结论: 根据数据表格显示, 对巴中的历史文化名人了解程度的分布如下: 非常了解占比 18.18%, 有所了解占比 63.64%, 不太了解占比 18.18%, 完全不了解的人数为 0。可以看出大部分人对巴中的历史文化名人有所了解, 少部分人非常了解或不太了解。



第 5 题 5. 您是通过哪些渠道了解到巴中历史文化名人的? (可多选) [多选题]

分析结论：根据数据表格显示，多选题“您是通过哪些渠道了解到巴中历史文化名人的？”的有效填写人次为 11。在各个渠道中，互联网/社交媒体的比例最高，达到 90.91%，其次是电视/广播和学校教育，分别为 81.82%。报纸/杂志的比例为 27.27%，文化节庆活动的比例为



63.64%，其他渠道的比例为 9.09%。可以看出，互联网/社交媒体在了解巴中历史文化名人方面起到了最重要的作用，其次是电视/广播和学校教育。

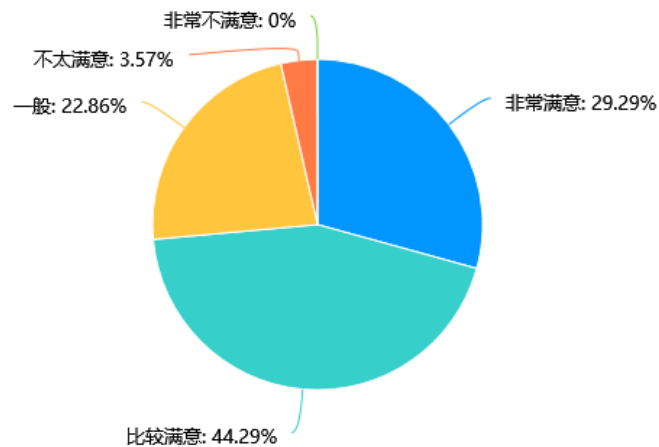
第三部分:宣传推广现状评价

第 6 题 6. 您对当前巴中历史文化名人的宣传推广工作满意度如何？

[单选题]

分析结论：根据对当前巴中历史文化名人的宣传推广工作满意度的调查数据显示，36.36%的受访者表示非常满意，27.27%的受访者表示比

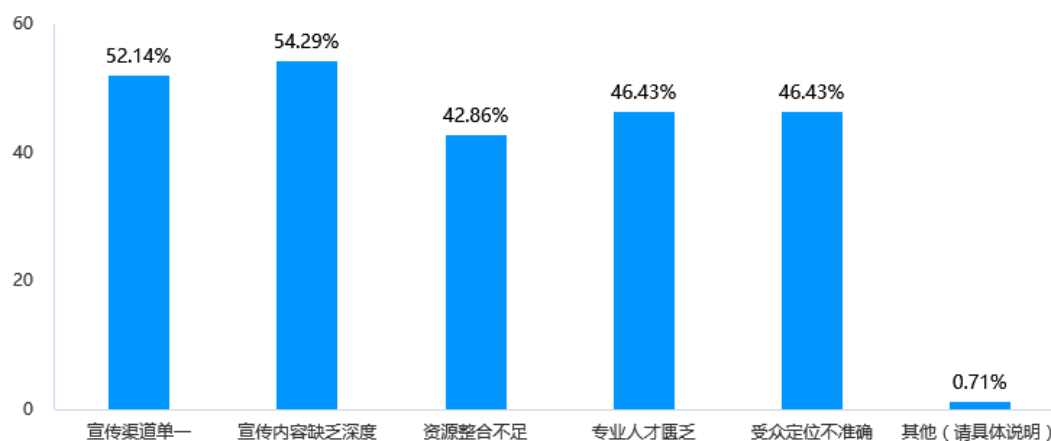
较满意，36.36%的受访者表示一般。没有受访者表示不太满意或非常不满意。整体来看，对当前巴中历史文化名人的宣传推广工作的满意度较高，超过半数的受访者表示满意。



第 7 题 7. 您认为当前宣传推广工作中存在哪些问题？（可多选）

[多选题]

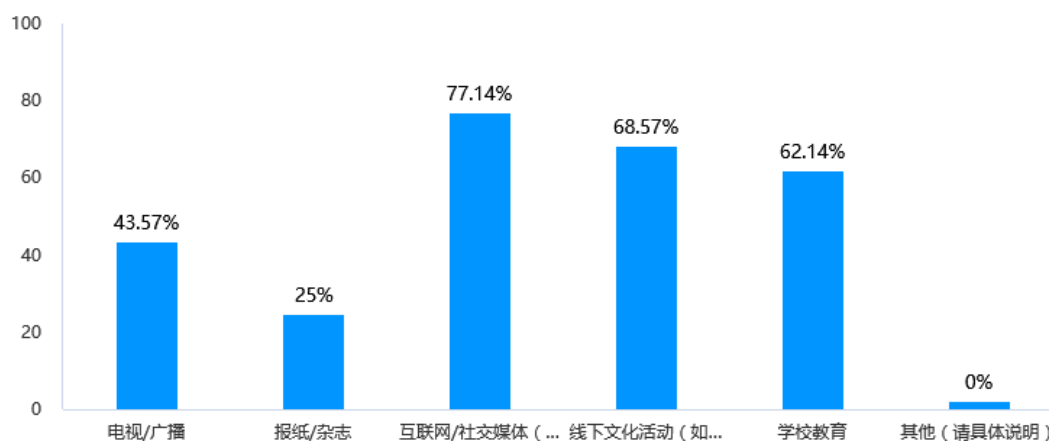
分析结论：根据数据表格显示，针对当前宣传推广工作存在的问题，选项中宣传内容缺乏深度和宣传渠道单一的比例较高，分别为 81.82%和 72.73%。资源整合不足和专业人才匮乏的比例较低，分别为 27.27%。受众定位不准确的比例为 63.64%。从数据来看，宣传内容的深度和宣传渠道的多样性是当前宣传推广工作需要重点关注和改进的方面。



第四部分:宣传推广策略偏好及改进建议

第 8 题 8. 您更倾向于通过哪些渠道了解巴中历史文化名人? (可多选) [多选题]

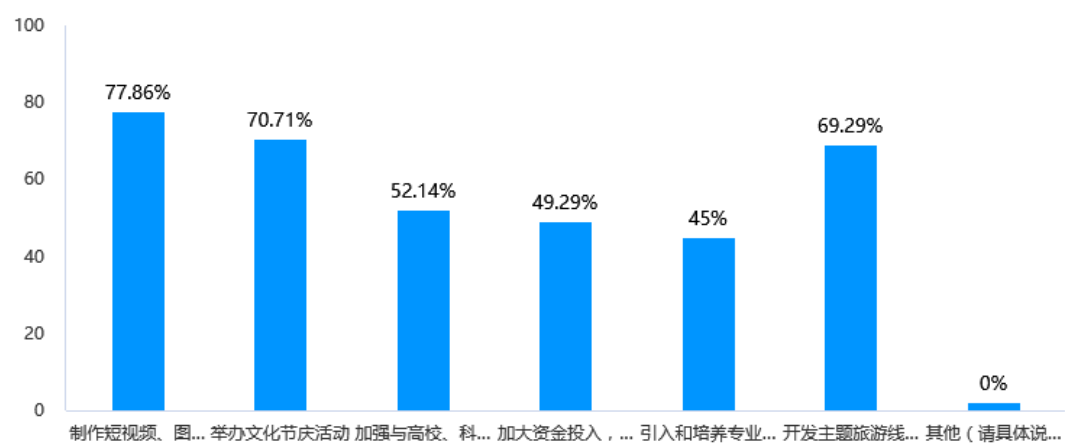
分析结论: 根据数据表格显示, 参与者更倾向于通过互联网/社交媒体 (72.73%)、线下文化活动 (90.91%) 和学校教育 (54.55%) 这三种渠道了解巴中历史文化名人。其中, 线下文化活动是最受欢迎的渠道, 其次是互联网/社交媒体和学校教育。电视/广播和报纸/杂志的使用率较低。



第 9 题 9. 您认为以下哪些策略有助于提升巴中历史文化名人的知名度和影响力？（可多选） [\[多选题\]](#)

分析结论：根据数据表格，可以得出以下结论： 1. 制作短视频、图文故事等新媒体内容和举办文化节庆活动是提升巴中历史文化名人知名度和影响力的最受认可的策略，两者的比例均为 72.73%。 2. 开发主题旅游线路，促进文旅融合的策略也受到了高达 81.82%的认可，是受访者认为重要的提升知名度和影响力的手段。 3. 加强与高校、科研机构的合作被 63.64%的受访者认同，这也是一个有助于提升知名度和影响力的重要策略。 4. 加大资金投入，建设纪念馆等文化设施的比例为 54.55%，在受访者中仍然有一定的支持度。 5. 引入和培养专业人才的比例为 36.36%，相对其他策略略显较低。 综合来看，制作新媒体内容、举办文化节庆活动、开发主题旅游线路以及加强与高校、科研机

构的合作是受访者认为最有助于提升巴中历史文化名人知名度和影响力的主要策略。



第 10 题 10. 您对巴中历史文化名人宣传推广策略有哪些具体的改进建议？ [填空题]

填空题数据请通过下载详细数据获取

第五部分: 开放性问题

第 11 题 11. 您认为巴中历史文化名人中最具代表性的是谁?为什么? [填空题]



第 12 题 12. 您对巴中历史文化名人的宣传推广还有哪些其他的想法
或建议? [填空题]



三、报告总结结论

根据统计结果分析，针对巴中历史文化名人的宣传推广工作，得出以下结论：

1. 受众年龄和职业特征：参与调查的受众主要集中在 18 岁以下的学生群体，占比高达 90.91%，其他年龄段和职业群体的参与度较低。因此，在开展宣传推广工作时应重点关注学生群体。

2. 知名度和了解程度：大部分受访者对巴中的历史文化名人有所了解，其中 63.64% 有所了解，18.18% 非常了解。然而，依然有 18.18% 的受访者对巴中历史文化名人不太了解，说明宣传工作还有提升空间。

3. 信息获取渠道：受访者主要通过互联网/社交媒体和学校教育了解到巴中历史文化名人，分别占比 90.91% 和 81.82%。因此，在宣传推广工作中应重点加强互联网和学校渠道的覆盖和深度。

4. 满意度和问题反馈：对当前宣传推广工作的满意度分布较均匀，36.36% 非常满意，27.27% 比较满意，36.36% 一般。受访者普遍认为宣传渠道单一、宣传内容缺乏深度和受众定位不准确是当前工作存在的问题，这些问题需要重点解决。

5. 提升策略建议：受访者认为制作新媒体内容、举办文化节庆活动、开发主题旅游线路等策略有助于提升巴中历史文化名人的知名度和影响力，应该在实际工作中加以落实。

综上所述，针对巴中历史文化名人的宣传推广工作，应该多渠道、多形式地传播信息，加强内容深度和受众定位准确性，同时结合受众特征和需求，制定针对性的策略，以提升知名度和影响力。

巴中市历史文化名人宣传推广策略研究问卷调查

数据统计

第一部分:基本信息

第 1 题 1. 您的年龄段: [单选题]

选项	小计	比例
18 岁以下	133	95%
19-30 岁	5	3.57%
31-45 岁	2	1.43%
46-60 岁	0	0%
60 岁以上	0	0%
本题有效填写人次	140	

第 2 题 2. 您的职业是: [单选题]

选项	小计	比例
学生	134	95.71%
教育工作者	4	2.86%
政府及事业单位人员	1	0.71%
企业员工	1	0.71%

自由职业者	0	0%
其他（请具体说明）	0	0%
本题有效填写人次	140	

第 3 题 3. 您的最高学历是： [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
初中及以下	3	2.14%
高中/中专	124	88.57%
大专	1	0.71%
本科	9	6.43%
研究生及以上	3	2.14%
本题有效填写人次	140	

第二部分:对巴中历史文化名人的认知

第 4 题 4. 您是否了解巴中的历史文化名人?（如:晏阳初、刘伯坚等） [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
----	----	----

非常了解	22	15.71%
有所了解	111	79.29%
不太了解	6	4.29%
完全不了解	1	0.71%
本题有效填写人次	140	

第 5 题 5. 您是通过哪些渠道了解到巴中历史文化名人的? (可多选) [多选题]

选项	小计	比例
电视/广播	87	62.14%
报纸/杂志	49	35%
互联网/社交媒体	97	69.29%
学校教育	114	81.43%
文化节庆活动	66	47.14%
其他 (请具体说明)	4	2.86%
本题有效填写人次	140	

第三部分:宣传推广现状评价

第 6 题 6. 您对当前巴中历史文化名人的宣传推广工作满意度如何?

[单选题]

选项	小计	比例
非常满意	41	29.29%
比较满意	62	44.29%
一般	32	22.86%
不太满意	5	3.57%
非常不满意	0	0%
本题有效填写人次	140	

第 7 题 7. 您认为当前宣传推广工作中存在哪些问题? (可多选)

[多选题]

选项	小计	比例
宣传渠道单一	73	52.14%
宣传内容缺乏深度	76	54.29%
资源整合不足	60	42.86%
专业人才匮乏	65	46.43%
受众定位不准确	65	46.43%
其他 (请具体说明)	1	0.71%

本题有效填写人次	140	
----------	-----	--

第四部分:宣传推广策略偏好及改进建议

第 8 题 8. 您更倾向于通过哪些渠道了解巴中历史文化名人? (可多选) [多选题]

选项	小计	比例
电视/广播	61	43. 57%
报纸/杂志	35	25%
互联网/社交媒体 (如微博、微信 公众号、抖音等)	108	77. 14%
线下文化活动 (如展览、讲座 等)	96	68. 57%
学校教育	87	62. 14%
其他 (请具体说明)	0	0%
本题有效填写人次	140	

第 9 题 9. 您认为以下哪些策略有助于提升巴中历史文化名人的知名度和影响力? (可多选) [多选题]

选项	小计	比例
----	----	----

制作短视频、图文故事等新媒体内容	109	77.86%
举办文化节庆活动	99	70.71%
加强与高校、科研机构的合作	73	52.14%
加大资金投入，建设纪念馆等文化设施	69	49.29%
引入和培养专业人才	63	45%
开发主题旅游线路，促进文旅融合	97	69.29%
其他（请具体说明）	0	0%
本题有效填写人次	140	

第 10 题 10. 您对巴中历史文化名人宣传推广策略有哪些具体的改进建议？ [\[填空题\]](#)

填空题数据请通过下载详细数据获取

第五部分:开放性问题

第 11 题 11. 您认为巴中历史文化名人中最具代表性的是谁?为什么? [\[填空题\]](#)



第 12 题 12. 您对巴中历史文化名人的宣传推广还有哪些其他的想法
或建议? [填空题]



研究过程佐证材料

(一) 活动照片

















(二) 会议记录

课题开题会议记录

会议时间: 2024年2月27日

参会人员: 课题组全体成员

会议主题: 讨论研究方向, 研究任务分解

会议内容:

1. 课题背景介绍:

谢俊中首先对课题《巴中市历史文化名人宣传推广策略研究》的背景和意义进行了简要介绍, 强调了该课题对提升巴中市文化软实力的重要性。

2. 研究方向讨论:

课题组成员共同讨论了研究的主要方向, 包括巴中市历史文化名人的挖掘、整理、宣传推广的策略和途径。

余元虎提出应重点关注名人的历史贡献、文化影响及在当代社会的价值。

3. 研究任务分解:

谢俊中根据讨论成果, 将研究任务分解为四个部分: 历史名人资料搜集(谭柳秀负责)、宣传推广策略制定(余元虎负责)、实施方案设计(郎巧珍负责)、综合协调与报告撰写(谢俊中负责)。

确定了各阶段的时间节点和预期成果。

4. 下一步计划:

课题组成员开始各自负责的工作, 计划于2024年月底前完成初步资料搜集和策略制定。

巴中市历史文化名人宣传推广策略研究 课题中期推进会会议记录

会议时间: 2024年9月8日

参会人员: 课题组全体成员

会议主题: 讨论研究报告撰写事项

会议内容:

1. 工作进展汇报:

谭柳秀汇报了历史名人资料的搜集情况, 表示已初步完成主要名人的资料整理。

余元虎介绍了宣传推广策略的制定过程, 提出了几种可行的推广方式。

郎巧玲展示了实施方案的初步设计, 包括线上线下的活动规则。

2. 研究报告撰写讨论:

课题组成员共同讨论了研究报告的结构和内容, 确定了各章节的撰写人和提交时间。

谢俊中强调了报告的逻辑性和创新性, 要求大家在撰写过程中注重实证分析和理论支撑。

3. 存在问题及解决方案:

针对资料不全、策略创新不足等问题, 课题组成员进行了深入讨论并提出了解决方案。

4. 下一步计划:

课题组成员根据讨论结果, 继续完善各自的工作, 计划于2024年10月底前完成研究报告的初稿。

Ch124.8

第 页

巴中市历史文化名人宣传推介策略研究课题

结题会会议记录

会议时间：2024年10月10日

参会人员：课题组全体成员

会议主题：结题报告撰写事项

会议内容：

1. 工作进展汇报：

课题组成员分别汇报了各自工作的最终完成情况，表示已按照计划完成了研究报告的撰写。

2. 结题报告审议：

课题组成员共同审议了研究报告的初稿，对报告的内容、结构、格式等进行了全面检查。

针对报告存在的问题和不足，课题组成员提出了多改意见和建议。

3. 修改与完善：

谢俊中根据审议结果，对报告进行了修改和完善，确保了报告的准确性和规范性。

4. 结题准备：

课题组成员共同讨论了结题的相关事宜，包括结题报告的提交、成果展示的准备等。

确定了结题报告的最终提交时间和提交方式。

5. 总结与展望：

谢俊中对课题的研究过程进行总结,肯定了课题组成员的辛勤付出和研究成果。

对未来巴中市历史文化名人的宣传推广工作提出展望和建议。

装

订

线