


中国传媒大学“211工程”项目资助
互动艺术系列丛书

互动传播的思维

赵莉 钱维多 崔敬 著

 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

互动传播的思维/赵莉,钱维多,崔敬著.—北京:中国轻工业出版社,2007.1

中国传媒大学“211工程”项目资助
(互动艺术系列丛书)

ISBN 978-7-5019-5765-1

.互... .赵... .传播媒介 - 研究 .G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第143682号

责任编辑:沈强

策划编辑:沈强 责任终审:孟寿萱 封面设计:李颜妮

版式设计:李颜妮 责任校对:李靖 责任监印:胡兵 张可

出版发行:中国轻工业出版社(北京东长安街6号,邮编:100740)

印刷:印刷厂

经销:各地新华书店

版次:2007年1月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:10.25

字数:236千字

书号:ISBN 978-7-5019-5765-1/J·265 定价:22.00元

读者服务部邮购热线电话:010-65241695 85111729 传真:85111730

发行电话:010-85119817 65128898 传真:85113293

网址:<http://www.chlip.com.cn>

Email:club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

60486J4X101ZBW

序

“数字艺术”的诞生和飞速发展是一件令世人瞩目的新鲜事。就其影响来说，随着数字艺术产品越来越多地出现在我们的日常生活中，它那特有的品质给我们的生活方式、思维方式、价值观念和审美趣味等带来了深远的影响。就其性质而言，因为它“新鲜”，是新生事物，所以，它充满了朝气和活力，有着光明的发展前景；也正因为它“新鲜”，是新生事物，所以，它的发展又充满了困难和挑战。这就需要我们共同关心和努力，以便为我国数字艺术的健康发展营造一个良好的生存空间。在这种意义上，作为教育工作者和科研工作者，我们就应该敏锐地观察和把握数字艺术的现状和走向，并立足于丰富多样的实践，及时地总结其艺术生产的经验，归纳其艺术发展的规律，为进一步的生产实践提供人才上的支持和理论上的指导。

作为文化产业中的“朝阳”部分，数字艺术产业越来越受到人们的高度重视。近些年来，在国家文化产业政策的大力扶持和相关业界人士的共同努力下，我国的数字艺术产业获得了长足的进展，并呈现出良好的发展势头。然而，发展与困难同在，机遇与挑战并存。尤其是与欧美、日韩等国家相比，我国的数字艺术产业还相对落后。比如，2004年，全球数字内容产业的总产值达2228亿美元，其衍生产品的总产值高达5000亿美元，而我国数字内容产业的主体——动漫产业的总产值却仅有117亿元人民币。再比如，在中国青少年最喜爱的动漫作品中，日本生产的作品占60%、欧美占29%，而中国原创动画（包括港台地区）只占11%。至于作为数字艺术的集约形态——“数字大片”，则更是北美影业独占鳌头，我国至今还处在生产发展的初级阶段……这种情形显然与一个数字艺术的消费大国是不相称的。


在当今的全球化语境中，面对数字艺术产业的方兴未艾和它广阔的市场前景，产业发展的需要使建设完善的数字艺术教育体系和理论体系成了一项紧迫而极富意义的工作，在我国数字艺术生产的实践中，一方面，数字艺术深入文化市场，并取得了有目共睹的业绩；另一方面，数字艺术产业的可持续发展又急需人才和智力、理论指导和实际运用上的快速跟进。于是，为推动我国数字艺术产业的健康发展和良性循环，2002年，经教育部批准，中国传媒大学正式开办了国内第一个“数字媒体艺术”高等教育专业，并逐步形成了本、硕、博多层次的培养体系。迄今为止，全国开办与数字艺术相关专业的高等院校已有近二百所。

其次,各种性质的艺术节和评奖也纷纷将数字艺术的展示和探讨纳入其活动项目和议程。尤其是,随着文化创意产业的持续升温,我国政府在全国确定了北京、上海、广州和成都四个文化创意产业基地,并把文化创意产业推向了社会经济发展的前沿。在这种意义上,“数字艺术研究系列”和“互动艺术设计研究系列”两套全书的出版可谓恰逢其时。

这两套丛书是“十五”期间“211工程”科研项目“数字艺术研究”和“互动艺术设计研究”的最终成果。其中,“数字艺术研究系列”分为“数字艺术基础理论”、“数字艺术创意理论”、“数字艺术与技术应用理论”、“数字艺术设计理论”四个单元;“互动艺术设计研究系列”分为“互动艺术设计基础”、“互动艺术创作”两个单元。在研究的整体框架和理论线条上,丛书力图体现艺术与技术相融通、理论与实践相结合的原则;在研究的范畴和具体方法上,丛书力图符合数字艺术跨媒介发展、多媒体融合的实质和趋向;在研究的视野和具体内容上,丛书力图全方位地包含在数字技术平台上所发生的媒体艺术变革和媒体艺术新构,以及相关的新经验、新知识、新观念和新形式。此外,在科研队伍上,丛书的撰写人员有着跨学科、跨专业的学术背景,其学科和专业涵盖了数字技术、艺术设计、广告艺术设计、影视艺术创作、计算机技术等诸多领域。唯其如此,科研人员才可以从不同的角度切入课题,并使各个子项目之间和相关命题之间相互支撑、相互联系,进而形成一个有机统一的整体。现在看来,丛书两个大项目中的18个子项目基本上实现了总体系统搭建的全面性、有机性和科学性。在为数字艺术学科及相关专业提供应有的理论基础和为数字艺术的生产实践提供适用的操作方法方面,丛书有其开拓和创新的品质,也能给予读者以理论和应用上的助益。当然,任何科研成果的分量和质量,最终还得交由读者来判定,交由生产实践来检验。由于主观或客观的诸多限制,丛书难免会有诸多存疑之处。对此,我们期望和有志于数字艺术教育、创作及运营的专家、学者、同仁、读者一道,相互切磋、相互探讨,以便共同促进我国数字艺术的发展和繁荣。

中国是一个有着悠久艺术传统和丰厚艺术土壤的大国,把握新技术、攀登新的艺术发展制高点,使中国艺术在全球视野中展现时代的风貌、民族的气派,不仅是艺术实践领域应有的奋斗目标,也是艺术人才培养领域的责任,更是大学的使命。在这里,我校数字艺术教育工作者谨以此系列丛书的出版,一则以明心迹,一则以为求索。

是为序。



2006年2月

(注:为本书作序者系中国传媒大学校长、教授)

前 言

传播和互动有如形和影，相伴相随。

传播是人类社会生活劳动中相互沟通的桥梁，是人们生活中相互交往的基本方式。随着人类社会生产力和生产关系的进步和发展，传播的内容、形式也由简单向复合、低级向高级、自然向自由演变。

互动是传播最根本和最普遍的形式，由于受到自然、社会、政治、科技等若干因素的影响而表现的或强烈、或淡漠、或深刻、或浅薄；今天，科学技术的最新成果使它更加完美生动地出现在我们的一切传播活动中。

传播像空气一样存在于人类社会生活的方方面面，互动像阳光一样促进着社会的发展，互动和传播伴随着我们人类社会，走过自然—必然—自由的漫长岁月；今天，生活在地球上的人类可以同时地共享无限的信息资源。

本书以四章为结构：第一章——传播，第二章——互动，第三章——互动传播的思维及现象，第四章——传播的互动理念，观察、思辨、传播和互动这一系列人类最基本的社会生活行为，解读阐述传播和互动的各种现象、形式、特征以及关联、本质和行为意识。

有关传播的叙述，介绍了原始人类穴居时期的传播，中国古代四大发明中的造纸术、印刷术对传播的影响，世界上最早的报纸（不论是手抄本还是印刷本，都诞生于中国，这些都创造了当时居于世界领先地位的文字传播技术，直接推动了丰富、灿烂的古代文化在国内乃至向世界的传播）等等。以现代科学技术成果应用为基础的现代媒体体系，将以纸为媒介的报刊定为第一媒体，以电波为媒介的广播为第二媒体，以动态图像为媒介的电视为第三媒体，而以位元（字节）为媒介的电子媒体如网络媒体则被称为第四媒体；而以移动技术为基础的手机作为一种新兴媒体，具有移动话音、数据传输、IP电话和多媒体业务、视频呼叫、视频流、互联网浏览和Webcams接入等被称为第五媒体；传播活动中的心理特征；确认传播是人类最基本的社会行为，是人类社会活动的基础，是人类和人类社会赖以生存与发展的一种基本方式。

关于互动的各种表现形式，本书从当代各种媒体和人类社会活动中一一列举和分析，尤其是把网络传播作为一种新兴特定的媒体，具有媒体传播的新特性，如信息流量大、形态多样、迅速及时、全球传播、易于复制、便于检索、超文本链接、自由、交互、易逝

性、易改性等。

在互动传播的思维及现象中，本书系统地剖析了互联网的文化现象，它意味着人类社会活动规则的创新、社会生活观念和交往方式的重大变革，信息的传播高效、广泛、成本极低；讨论了“数字化虚拟社区”中存在的BBS讨论组、新闻组、网友现象、互联网电视、播客、网络电子游戏、虚拟企业、电子商务、电子货币、电子银行等形式；世界性的信息以数字化高速流动，供人们高度共享，表现出“全球脑”、“全球意识”；超文本链接以多重性的路径向人们提供了一个非线性的语义网络，突出了非线性、无等级、无疆界和客体指向的阅读与思维方式；互联网空间自身的非中心化，使得互联网文化的多元性得以保证，多媒体技术和超文本技术的沉浸性、交互性赋予了互联网文化消费者巨大的主动性，使之能够以前所未有的自由度搜索高度个人化的信息，并直接介入数字文化的生产过程；互联网空间改变了人们以往接收、处理和发送信息的方式，也改变了信息本身的产生和存在方式，拓展了人们交往的空间，重新调整了人与人、人与社会乃至人与自然之间的关系。

最后，本书以传播的互动理念阐述了自20世纪90年代以来，广播电视节目中的互动意识对编导的创作思维模式和节目形式以及内容创新提出的新的要求，对播出节目收视率的直接影响，关于传播者和受传者的关系的重新思考和定义；数字和网络技术的发展改变了广播电视的节目制作、播出、传输和接收的方式，打破了电信、广电、IT等行业的传统界限，进行着体制和体系的变革，即广播电视、通信、IT等曾经相互分离的技术逐渐融为一体，实现业内体制和体系的相互渗透、融合，使广播电视网络从单向传送节目走向能够提供各种形式及不同层次的交互性服务的整合，如视频点播、远程教学、电视会议、商务电视、信息资讯、数据服务、家庭办公、家庭影视、邮件发送、播客、游戏、博彩、车载导航、网上购物、股市行情、视频聊天等各类移动宽带服务，使广播电视终端成为集公共传播、信息服务与文化娱乐为一体的个性化信息平台，从而满足人民群众日益增长的精神文化需求和消费需求。如今我们生活在互联网的信息数字化环境中，体验信息数字化传播神奇诱人的效果，看见互联网融合了媒体传播和通信（包括即时通信），也融合了大众传播、分众传播、组织传播、个众传播等几乎所有的介质传播形态。

本书针对当代媒体中特定的传播互动现象，进行客观的考察、思辨，认为互动的理念是我们从事媒体传播工作者应当重视的问题，在节目的创作构思、编辑制作、安排播出、推广宣传中具有重要的指导意义。

本书相关研究得以成稿在于囡囡研究会的朋友们进行的长期合作。

钱维多，1984年毕业于北京广播学院文编系，现任杭州西湖之声广播电台节目总策划；策划编辑了该台开播时期的几乎所有节目；他主创的广播剧《桥魂》获第七届全国五个一工程奖；另有数个作品获中国广播剧奖、中国广播电视新闻奖等国家级奖项。

崔敬，1992年毕业于浙江广播电视高等专科学校新闻系；2003北京广播学院电视编辑



目 录

第一章 传播	1
第一节 原始社会时期的传播与信息	2
第二节 中国古代文化中对于传播特征的描述	6
第三节 现代媒体论	15
第四节 大众传播的心理观照	18
第二章 互动	27
第一节 互动的意义	28
第二节 网络的互动传播	28
第三节 电视媒体与网络媒体的互动传播	30
第四节 互联网电视 (Internet Protocol Television	30
第五节 广播即时互动传播	32
第六节 互动新传媒“媒体与短信”	34
第七节 Web2.0	35
第八节 网络化教育、人本主义、信息素养、创新	37
第九节 品牌互动：让传播生动化	43
第十节 告别图书馆	47
第十一节 互联网大众传媒	49
第十二节 互动娱乐及其心理分析	49
第十三节 手机——互动传播的新媒体	51
第十四节 网络文学	53
第十五节 网络互动杂志	55
第十六节 “播客”	57
第十七节 互联网上的互动社区	67
第十八节 网络空间的基本心理特征	69

第三章	互动传播的思维及现象	71
第一节	数字化信息社会中的生活方式	72
第二节	计算机空间的思维	74
第三节	数字化的影像特质	83
第四节	后现代社会的网络文化	85
第五节	后现代文化的审美意识	89
第六节	互联网广告的特点与优势	92
第七节	互动性与多媒体的关系	95
第八节	正确使用科技以体现人本意义	97
第九节	中国手机短信热现象	98
第十节	中国的新媒体艺术	103
第四章	传播的互动理念	109
第一节	信息、互联网、传播的联想	110
第二节	互动·开放·传播	118
第三节	21世纪传媒的态势	123
第四节	广播、电视、网络，一体化发展	128
第五节	新闻宣传的互动形式	134
第六节	从“应声虫”向“解读者的角色转换	138
第七节	数字化的信息·媒介·传播学	140
第八节	关于广播与电视的传受互构论	144
第九节	媒介生态观念	145
	参考文献	152



第一章 传播



居着一个不足50人的原始家庭，它同时也是生产单位，每天走向大自然。早期的人类采集数以千百的原始野生草本、木本植物，有毒无毒、可食性如何，必有人先尝，然后向群体通报，使知识与信息共享；狩猎、捕捉大中型野生动物，要求更严密的组织性，更频繁的人际传播，人们要分工了解所猎对象的生活习性、活动规律，出没地域的地形、环境等；汇集信息，交流猎兽的经验、知识，决定狩猎方案；在围攻、威慑与捕杀的战斗中，震天撼地的声浪既是人群联络的信号，又是对动物的“传播”——威慑猎物的手段；人群的喊声、击打声，动物的吼声、蹦跳声，人群的显示紧张、猛烈、恐惧的手势、动作等符号交织一起，视觉、听觉并用，是一曲集体狩猎的传播交响曲。是依赖各种人际传播手段组织、协调的群体战斗。

人类区别于其他动物的主要特征是劳动，而劳动是从制造工具开始的。最初是树枝作的木器。“昔者，昊英之世，以伐木杀兽。”（《商君书·画策》）然后有骨角器、石器，人类穴居史是用石头写出来的。当早期的人类狩猎需要更多的木棍时，摆在他们眼前的现实是：细枝可折而无用，粗枝中意而难断。为了生存，人们学会运用语言这种共识符号进行分析、判断、假设、综合之类的创造性思维，或许当有人看到山洪暴发冲刷的尖利石块将粗枝砸断的情景，或者某个长者告知野藤可在山岩棱边摩擦而断的经验，大家终于想到：试用“石锤”敲击、在“砧石”上碰击以获得工具，获得成功。由于有了较多木棒，狩猎大获丰收。无论是最早的血缘组合体还是相继的母系血缘氏族，都是“食物均分”、“知识共享”的集体，于是第一个“制造者”必将制作的全部信息输入每个成员的脑中，人人都会制作。当后代不断兴旺，分化出新的氏族，此器又得以传播他处。在这纵横交错的传播中，由于使用对象、环境的不同，器物在取材、长度、重量、样式、光洁度、技术范式等方面都会有变化、改进，终于有一天，出现了被穿孔装柄的磨制石斧。这已是距今1万年左右的新石器时代。从最初的砍砸器到石斧，至少经历了69万年！这是人类创造性思维与人际传播的光辉结晶。

穴居群体内的人际传播已经以语言为媒介。语言应穴居人生活、劳动与思维的需要而产生并发展。由于穴居生活“相依为命”的群聚性，劳动中高度协同的一致性，个体之间的信息交流成为必须。于是人类需要共识信息系统，即是语言。先出现表示实体概念的词——专有名词、动词，再是其他词类，最后构词成句；在表达形式上先用体态语言——用手势、身体动作、面部表情进行交流，后出现有声语言。人类产生语言当在距今300万~200万年间，至直立人阶段逐渐形成有声语言。“我国西侯度先民、元谋人已有了体态语，北京人已有了有声语。”（《文明的跃升——社会信息的形成和发展》，作者：蔡俊生，1992）有了语言，“不仅可以各成员的经验普及到其所属集团的全体成员，而且可以成为懂得传承过去经验的方

法。人类依靠语言这种普遍的抽象的机能，其经验就容易进行综合积累，大大提高整个集团的智能水平。（《封增秀俊选集（二）》）

穴居时代的发展过程为氏族—胞族—部落—部落联盟—民族，逐渐形成了作为全民族共识符号系统的语言，而不断完善语言体系又极大地推动了各个阶层的人类群体的交流、融合。

跨群体的传播、交流主要有以下的方式与手段。

1. 迁徙

“远古时期没有领土的分界线，只要哪里有吃的，人们就要往哪迁移。（《古人类学上的难解问题》，作者：贾兰坡，1989）迁徙的原因很多，如资源匮乏、人口增殖、瘟疫流行、猎物引诱等；其时，“人几乎是文化的唯一载体，文化交流基本上是通过移民来实现的。大规模的民族迁徙，往往掀起文化长河的巨浪。（《吴越文化新探》，作者：董楚平，1988）晚期北京人当距今20万年，距周口店数百公里外有辽宁营口金牛山洞穴遗址，其内有与北京人相同的用火遗迹，其石器制作方法是砸击法，较多刮削器、尖状器也与北京人相同，很可能北京人的一支到金牛山洞穴定居。这种集体迁徙在农耕社会的新石器时代屡见不鲜。

2. 婚姻

当人类从类人猿中分出，发展到了旧石器时代中期，就禁止本血缘集团内部通婚，发展为族外婚，即穴居群体成为有血缘关系的氏族，氏族与氏族之间通婚，这是族外群婚。“甲氏族男子以乙氏族一群女子为妻，乙氏族女子以甲氏族一群男子为夫；其结合是走访式。傍晚，丈夫到妻子氏族去过性生活，翌晨返回；也可在野外同居。（《中国原始社会史》，作者：宋兆麟等，1983）当时，没有商业贸易，唯有通婚是联系的纽带。通婚打破了封闭性，相互传播、交流了各自的物质与精神文化成果。邻近、有通婚关系的若干氏族结合，形成一个有共同语言、共同地域文化、一定领土范围的部落，当婚姻制发展为对偶婚、一夫一妻制，通过婚姻产生的传播、交流更为丰富频繁了。

3. 器物

指工具和其他物质成果。器物出自劳动又用于劳动，是人创造性思维的结晶，其形制、结构和功能都渗透着人类群体的创造力，荷载着物质文化与精神文化的信息。因此，在文字发明前，它与语言一样都是重要的传播媒介：有声语言直接传播于人，但受时空限制不能行远储存，器物不会说话却不受时空限制。它可以横向进行传播：由一个群体流入另一个群体，人们可以通过器物结构、功能的分析掌握传者的信息而进行仿制；也可以纵向传

播：上一代传给下一代，代代继承。唯此，今日的考古学家可以通过器物探知当时的社会文化信息，以器物的不同特征划分不同的文化区域，以及确立传播路线。

4. 传说

由于口头语言信息不能行之久远，在出现文字记录以前，人类就将自己的群体要事编成故事，形成传说，使之流传。故传说也成为一种记录和传播信息的工具。它可以飞越山山水水，传于千里之外；可以超脱生生死死，留于万世之后。“中国云南西盟的佤族，民主改革前尚处原始社会，对祖先迁徙的历史可背诵五六十个居地名称，对本族历史可连续背七八个小时。”（《先秦民族史》，作者：田继周，1988）我国原始社会的传说承载着人类史前时期各个阶段的历史和文化，均不绝于史乘。有巢氏构木为巢的传说，反映了原始人类营建地穴式居室或在平原湖沼地带营建干栏式居舍的史实；燧人氏钻燧或钻木取火的传说，传播了我国穴居人对火的使用与发明取火方法的信息；关于伏羲氏的种种传说记载了采集、渔猎经济形态；神农氏则是渔猎经济发展为农耕经济时期的代表；传说显示了当时一些创造发明广泛传播、推广的景象。五帝至尧舜禹的传说则是原始社会晚期和向阶级社会过渡时代的产物。史前时代的传说是今日研究史前史、文化史不可忽视的重要材料。

5. 岩画

岩画又称崖壁画、洞穴画。“史前洞穴壁画可能是留存至今最早的人类传播事例。”（《人类传播史》，作者：施拉姆，1994）岩画艺术遍布世界的各个角落，几乎只要那里有人生存，有利用价值的岩石表面就会被画、被刻、被雕上许多形象。（《艺术的起源》，作者：朱狄，1993）中国也是岩画极其丰富的国家，早在北魏郦道元《水经注》中已有载录。迄今已发现岩画上千处，画面百万幅，遍布于全国。欧洲、非洲等地史前岩画多在洞穴内，中国除少数洞穴画，大都是摩崖岩画，刻、绘于依江临水、人迹罕至的悬崖陡壁，前临一片开阔地；事实表明，这些粗犷、幽幻的史前“美术品”当时的作用绝非让多数人欣赏，也不为教育后代，而是向天神祷告，其传播的对象不是人群，而是神祇。它是对天神传通的工具，是祭祀后祷告天神的形象语言。

人类的童年在大自然的摇篮中度过。当面对同伴的死亡与各种不可解的自然现象时，便产生了原始宗教的萌芽——巫术。这是穴居人试图按自己的意愿来影响和控制自然界（包括其他人）的一种方式。“经过巫术进行天地人神的沟通是中国古代文明的重要特征。”（《考古学专题六讲》，作者：张光直，1986）能通神行巫术的是巫师，通神的方法是祭祀。一些早期岩画中有巫术祭仪图和巫师的形象，表现天物、动物、人与物，传播原始巫术与原始崇拜观念。岩画是部落群体或两个以上氏族群体的创作，相互传播原

始巫术和自然崇拜，至于作为可传于后世的人类历史和文化载体，则是穴居人所未曾料及的。

穴居时代的传播带着自己的特征，运用自己的方式与手段，在原始氏族、部落各群体内部与群体之间不息运作，使生产工具的制造由低级向高级进化，旧石器—细石器—新石器；经济由采集、狩猎的攫取型发展为农耕和畜牧型；使社会由原始血缘群体发展为氏族、胞族、部落、部落联盟、民族；使饮食由茹毛饮血变为熟食烹饪；使居处由穴居、巢居变为宫室宅舍……传播促使人类群体的大动荡、大融合。

第二节 中国古代文化中对于传播特征的描述

1. 文字的演变与传播

我们中华民族的文化源远流长，在古代文献中，始有“传播”等字样，只是与今日的传播概念不完全相同；而且几乎都是同义连用结构，而非固定的传播词。

“传播”，较早见于唐李延寿《北史·突厥传》：“宣传播天下，咸使知闻。《宋史·贺铸传》：“所为词章，往往传播在人口。”都指言辞的广泛散布，古代偏于言辞，今则指称一切事物的流传、散布，范围大小有异。

古代文化中的传播概念是通过一些表示传播活动的单音节词而体现的。这些有代表性的传播词是：传、播、布、宣、扬、流、通。其中前6个是传播意的同义词。

“播”：本是播种，重在强调广泛之意，其传播之广泛自然包括内容、方式和范围诸方面。《说文·手部》：“播，种也。”《诗·周颂·载芟》：“播厥百谷。”郑玄笺：“播犹种也。”早期农业的播种多是散播，即撒种，施于大田，播种面广，故引申为传播，表示广泛之意。汉贾谊《新书·修正语上》：“故播之于天下而不忘者，其惟道矣。”

“扬”：本指“飞举”，“扬”之传播多具主观、人为的因素，即有意地纵向、横向传播，所“扬”之言论、事物一般见褒意，引申为张大、炽盛、彰明等义。再引申为传播义。《方言》第十二：“污、填，扬也。”郭璞注：“谓播扬也。”“扬”的声符含炽盛意，故表示宏大地传播。《战国策·秦策四》：“楚王扬言与秦遇，魏王闻之，恐。”

“流”：《说文》以“水行”为其本义，“流”常称于德、泽、声誉之类，反映出古人厉己惠人、追求“内美”的美学理想。本指水或各种液体的移动。所谓“水之自行”（《说文句读》王筠）故引申为传播，表示自然地传播，即非主观有意地传播，与“扬”正相对。《文心雕龙·论说》：“独步当时，流声后代。”

“布”：《说文·手部》将“布也”作“播”的又义，传注训诂常以“布”训“播”，或“布、播”同义连用。凡布，都是经纬相织的纺织品，故引申为传播，表示有组织地传播。所谓“有组织”，就不是一般民众所能为，自然多用于中央或地方行政机构布达政令、文告诸下行文书，是自上而下以规范的语言篇章与一定组织形式的传播。《周礼·夏官·训方氏》：“正岁则布而训四方。”郑玄注：“布告以教天下，使知世所善恶。”《史记·吕后本纪》：“皆大臣之议，事已布告诸侯。”都泛称传播。

“宣”：《说文·山部》：“宣，天子宣室也。”（《史记·秦始皇本纪》）“宣室古已有之，殷纣兵败即死于宣室。”（《淮南子·本经训》）汉代宣室在未央宫前，天子用室必大，故引申出广大、周遍等义。天子用物何其庄重，故引申为传播，表示庄重地传播。《诗·大雅·崧高》：“四国于蕃，四方于宣。”唯其庄重，遂与天子、王命有不解之缘，常用于传达、传播帝王之命。帝王召见臣下谓“宣召”，诏拜将相谓“宣麻”，按帝命办理丧葬谓“宣葬”，受帝命安抚军民谓“宣抚”，帝王向臣下发问谓“宣问”。

“通”：通达。引申为传达义，表示言语的沟通，成为一个传播词。《周礼·地官·鼓人》：“以金铎通鼓。”孙诒让正义：“以鼓者非一人，故振铎，令其一人光鼓，众人遍应之。通者，传达周遍之谓。”“通”是通报传达。

“传”：是我国古代传播的总称，我国古代传播概念的集中代表。从这个词可以进一步见知古代传播活动的广泛、丰富，更可以了解古代传播概念的文化内涵。其诸多用义所显示的古代传播活动，大体上有以下五类：

（1）递传

《孟子·公孙丑上》：“严德之流行，速于置邮而传命。”《宋史·选举志二》：“入试日，一切不许传递。”诸句传皆传递意，传递性质的递传，是接力式传播。

（2）教传

《论语·子张》：“君子之道，孰先传焉？”三国魏何晏《论语集解·叙》：“前世传受师说。”邢疏：“上教下曰传，下承上曰受。”“传”皆教授意。董仲舒《春秋繁露·身之养重于义》：“此大治之道也，先圣传授而复也。”教传是通过正式与非正式的师生关系，对思想品德、知识、技能的传授、学习活动。

古人很重视师教，作为治国之本，这是古代中国最广泛、有效的文化传播。包含以下三种：

学校教育。这是士大夫以上知识分子的教育。西周奴隶社会已确立官学。至孔子首创私学。秦汉起，学校分为中央（太学）与地方（乡学）两大类型。隋唐起实行科举制，教育体