

全媒体时代跨文化传播的信息安全

黎泽潮

内容提要 在媒介网络的空前开放性和共享化特征下,跨文化传播作为信息交流沟通的分享活动,其也存在安全隐患,主要为信息的失窃、信息的失真、虚假的信息和信息的失衡等。为消除跨文化传播的安全隐患,保证跨文化传播活动的顺利开展,建立高效的预防和整治机制势在必行。

跨文化传播是各种文化信息在时间和空间中的流动、共享和互动的过程,主要指涉人类社会文化中文化要素的扩散、渗透和迁移的现象,以及身处不同文化背景的人们之间发生的信息传播与人际交往活动。^[1]随着全球化进程的加快,现代传媒技术不断革新,全球文化在复杂庞大的传媒网络中日益走向融合,其间不乏有文化冲突、文化边缘化现象的出现。在“三网合一”局势下,跨文化传播的内容核心是文化信息的强势,跨文化传播技术的核心应是全媒体时代的传播技术交融。

整合·分解

现代传媒技术实现着文化传播的附加增值,全球化的技术革新使得传播步入了全媒体整合信息的时代,社会公众也享受着多媒体传播带来的信息分解便捷。同时,现代传播技术的并举应用,其所形成的复杂庞大的传播网在当今社会中发挥着独特作用,加快着跨文化传播的速度、扩大着跨文化传播的范围、强化着跨文化传播的渗透、深化着跨文化传播的影响。

1. 全媒体:信息整合

“全媒体是指综合运用文、图、声、光、电等各种表现形式,全方位、立体地展示传播内容,同时通过文字、声像、网络、通信等传播手段来传输信息的一种新的传播形态”,具有

“即时、滚动、互动、聚合等”^[2]传播特性。随着传媒技术的发展,跨文化传播在人际传播、大众传播间逐渐走向人际传播大众化、大众传播人际化,尤其是在全媒体时代,跨文化传播追求着时空的统一,即“最初的跨文化传播,要以较长的时间为代价来实现空间的一致;随着技术发展,又逐渐演化为在不同的空间,追求时间的同一;到了网络时代,人们被集结在一个虚拟空间,实现了时空的统一。”^[3]

吴予敏认为跨文化传播包括“日常生活层面的跨文化传播”、“文化心理结构层面的跨文化传播”、跨文化传播过程形成的融合与变异三个层面^[4],由此可见,跨文化传播是一个涉及全方位文化信息在人际间、差别文化间传播的过程。在“三网合一”的庞大复杂网络中,因信息传输手段的开放、技术的开放、形式的开放、内容的开放,从而使传播辐射范围广、适应性强、作用力大。^[5]传播网络中的任何支点都是一个传播源点,媒体传播者和社会受众都会通过传播源点对同一事件进行讨论和观点的陈述,全媒体网络能够借助其便捷的技术性有效整合对同一信息的态度和看法。

2. 多媒体:信息分解

社会进步和科学技术的发展促进着信息交流程度与能力的提高。信息传播从文本型发展到了超文本的音、像、文、图各种信息之间互相转移的多媒体时代。^[6]跨文化传播最初只适合在时间上进行纵向传播,而不适合在空间上进行横向传播。互联网的出现彻底重新建构和整合了跨文化传播的时空,在由互联网、电视、广播、手机等构成的全媒体世界中,受众可以在任何点,通过多媒体进行交互型、远距离地接收传播。

伴随科技对人类信息社会空间的开拓,多

元的文化信息传播对社会公众的心灵空间形成了挤压和重构。全媒体传播整合和多媒体接收分解中，文化信息所传达的言语和形象的统一、语言描述和艺术造型的统一开始走向瓦解了。在“三网合一”的传播网中，社会受众借用多媒体，根据自身的知识构成和环境情境，对文化信息意义的解读进行的是自我繁衍，编织了自身的精神意义之网。因此，多媒体视角的信息接收分解，文化信息的意义已经不能被直觉所简单解读，形象也不能表明全媒体传播整合之前的信息本身，其形成了社会公众通过多媒体接收分解后自身的看法。

广度·宽度·深度

“跨文化”是一个视角，“大众传播”是一种当下的媒介化生存状态，“跨文化传播研究”就是从跨文化的宏观视角出发，从多维视点观照大众传播媒介自身、大众传播媒介所创造的媒介化生存社会两个维度的生态，^[7]其研究对象是文化与交流的关系，尤其是文化对交流所产生的影响。在全媒体的信息整合与多媒体的信息分解之中，跨文化传播在广度上呈现出多元文化的交融，宽度上表现为多种信息的冲击，在深度上体现为特定信息的详询。

1. 跨文化传播的广度：多元文化的交融

跨文化交流的繁盛景象与国家的国际化程度强化密不可分，同时也与文化传播过程中传播媒介的基础性和调解性作用紧密相关。跨文化传播的研究对象是以文化和传播为双焦点的文化他者。^[8]文化是人类交流的内容媒体，生活中方方面面的领域都涉及到文化，甚至被文化改变。跨文化传播不仅仅在于清理历史和感情记忆，更应在于互惠的文化建构和共同合作的文化创新过程，使跨文化传播表现为彼此通过文化对话而获得思想的新资源，进而开始某种新文化的生成过程，^[9]达到了多元文化的交融。

跨文化传播是不同文化背景的人或文化群体之间发生的信息传播与文化交往活动。它的意义在于打破文化的封闭状态、保持文化生态的多样性平衡和文化意义的共同分享，从而使得人类文化传播具有无限可循环性。^[10]各文化之间的文化差异会因为大众传播的全球化而更加趋同，影响各地区文化多元性，当然也会加深

各个民族文化心理的拉近。在全球化视野中，国际居民的身份被强化，人们不仅仅觉得自己是一个国家的居民，更觉得是地球村村民。

2. 跨文化传播的宽度：多种信息的冲击

在全媒体的信息整合和多媒体的信息分解之下，由互联网、电视、广播、手机等交叉形成的庞大复杂的传播网，网中的任何媒体都是信息的传播点，尤其是在“三网合一”局势下，信息的来源更敏锐，传播速度也更快。

“不同的文化以不同的方式构造现实，对任何行为者来说，现实是通过世界观和其文化所建构的行为环境传递的。”^[11]在跨文化传播中，信息的时效性很强，传播速度也快，形成了社会公众对特定信息的多方位阐释，同时也积淀了大量冗余信息，即在全媒体时代，传播网中未能得到及时和准确利用的信息都会很快成为过时信息，由于缺乏有效即时的信息管理措施，过时信息长期滞留形成了信息的冗余。全球化的加速冲击着社会公众循环着的文化思维，迫使社会公众必须面对它所带来的文化冲击。“社会公众虽具备获取、分析、传播和运用各种形式的媒介信息能力，但面对海量信息”也会变得“不知所措，无从选择”。^[12]

3. 跨文化传播的深度：特定信息的详询

在“三网合一”的局势下，信息的海量化是全媒体信息整合与多媒体信息分解的必然。无论是在国家层次还是国际层次上，经济和文化信息正变得越来越集中。”^[13]在跨文化传播中，信息更是在全球范围内便捷高效地进行传播。

在庞大复杂的传播网中，海量信息意味着冗余信息的大量存在。现代信息技术大大缩短了信息的时效性，半小时前的信息在半小时后也许就变成昨日黄花，使得过时信息大量沉积在传播网络中，这不仅严重影响着有用信息的有效传递与加工速度，还大大增加了用户获取和利用有效信息的难度。跨文化传播就是超越传播障碍，“在争议冲突中进行理性沟通”^[14]。在跨文化传播中，由于传播干扰和信息的泛滥化，对于特定信息的了解和详询，社会公众不断挖掘文化信息的深度，“要善于对媒体传播的信息分析，选取和比较媒体传播的同一信息，不盲目相信和被媒体左右，以批判的意识接触媒介的信息，最大程度地还原真实的世界，强化信息

社会的能见度。”^[15]

分享·隐患

跨文化传播研究需要两条腿走路,即文化与传播。^[16]跨文化传播中“只有让不同文化背景下的目标受众超越文化的差异,实现与目标受众的相互沟通和理解,使宣传内容得到目标受众的接受和认可,才能达到宣传目的”。^[17]

1. 跨文化传播: 信息交流沟通

在跨文化传播中,信息传播的内容通过媒介渠道传达后,文化接收者会根据自己的利益,从被动到主动对本土文化进行重新解读阐释。跨文化传播具有双向性,而非单向性的输出和输入,在全球化语境下的跨文化传播实际上包含了同质化和异质化的对峙与互动。^[18]

文化间的共性往往很容易引起共鸣,同质化的文化信息更易引发相互认同。“最孤立的细小行为,彼此之间也有某些系统性的联系。”^[19]

文化间的个性常常很容易产生好奇,异质化的文化信息也能引发消费热潮。传播的根本动力在于人们渴望对自身和外部世界的认识和求异、求新的心理状态,跨文化传播尤其如此。^[20]西方的影视文化信息主要渠道是依靠网络在国内有限受众进行隐秘化的流行传播,因而形成小众化流行的独特景观,这是西方影视文化对中国本土社会文化心理改造形成的主要传播现象。在“三网合一”局势下,西方影视文化信息由于与国内主流媒体的传播价值观念冲突,引入国内后进行了播放方式和传播内容的大幅改造,造成与消费受众收视习惯的严重背离。有限的受众为收看原味西方影视,主要通过互联网、在线影院、多媒体光碟等渠道来进行,即“三网合一”下的传播媒体网实现了前所未有的开放性和共享性,为中国观众提供了按需索取的可能。互联网“作为一种控制性较弱的传播方式,它通过吸引特定受众细分市场(如“美剧迷”)来对受众进行分流,从而实现异质文化产品的植入与影响。”^[21]从跨文化传播效果来看,异质化文化信息小众网络社会群体的兴起是通过满足相同兴趣和个性好奇,通过新媒体技术提供的更多便捷的信息选择通路进行异质文化产品攫取,来实现文化价值的认同归属。

文化的力量,体现在先进文化、优秀文

化、健康文化对落后文化、腐朽文化、低俗文化不断宣战、不断新陈代谢的过程。^[22]文明之间的冲突绝非长久的现象,沟通交流走向融合才是文明发展的归宿。跨文化传播从简单的文化“跨骑”,到关注不同文化内部的深层结构,到尝试打破不同文化所构筑的意识边界,以“天下”的视野观天下的事业,以贯通的思路来看待、思考和指导跨文化传播的实践和理论。^[23]跨文化传播作为文化信息传递的主要形式,不论是同质化文化信息还是异质化文化信息,关键还是立足于分享交流的基点上来实现文明的沟通融合。

2. 跨文化传播: 信息盗窃失真

全媒体信息整合与多媒体信息分解下社会是“风险社会”^[24]。媒介上共通的画面、图片与音响,突破跨文化传播的某些障碍,将感性难以把握的风险内容转化为社会经验所及的东西。^[25]跨文化传播在促进多元文化相互适应与融合、推动文化整合的同时,也给民族文化带来了不利影响,造成人的异化、文化的同质化,导致民族文化的消解。^[26]

信息的失窃。在“三网合一”局势下,跨文化传播中对互联网的依赖度增强。在互联网上,数据信息的存储、添加修改、删除等主要是通过数据库来实现。^[27]信息泄密或者扩大化一般都有媒体推波助澜,即便没有,媒体也提供了平台。在“三网合一”局势下,信息安全成为更大隐患,特别是科技的发展会使人们有能力探究别人的隐私信息、窃取企业的商业秘密、打探政府部门和军队的机密,而在跨文化传播中,会使信息安全现象升级为国际问题,影响力大大超过热传媒阶段。如现在社会有很多信息机构通过搞有偿服务来谋取利益,通过不合理或非法手段,私自兜售个人或公司的联系方式,完全置隐私权不顾,严重危害了社会的信息安全。

除了泄密,在“三网合一”的局势下,利用病毒程序来进行非法侵入或潜伏在信息存储介质也是威胁跨文化传播信息安全的重要隐患。在网络传播的世界中,传播网络的庞大复杂决定了传播线路通道分支的庞大和输送信息的区域范围的广阔,盗窃者可以通过由载波线路和微波线路构成的传输线路中的任何一条分支、节点、终端上进行网络中传输信息的截取,实

现非法侵入窃取的可能。“三网合一”在帮助人类实现全球化文化信息资源的共享之时，也造成了无人管理、恶意企图的程序病毒侵入到庞大复杂的传播网络的支点媒体之中，通过非法复制、修改、丢失和破坏来威胁信息的正确性、有效性、一致性，使得信息失去完整性，其不仅盗窃信息，甚至散布恶意消极性的思想来危害社会的安定。

信息的失真。“任何文化形态在相互接触的过程中，必然出现内在文化因素与外来文化因素的矛盾冲突，这是文化差异存在的一种外在表现。”^[28]跨文化传播中，信息的失真一般是由文化差异和社会价值体系不同造成的。

人们通常把文化看作是影响跨文化传播的核心问题，其实是不准确的，因为跨文化传播之所以为跨文化传播，不是文化影响了传播过程，而是文化差异影响了传播过程。^[29]跨文化传播中，信息失真也很易造成心理恐慌，甚至把风险人为扩大到那些根本不存在风险的领域。大多数人信息的获取不是通过直接经验，而是通过媒体获得，且受媒体信息发布的方式左右，因此，媒体如果忽视文化差异，使用的传播方法不得当，在文化信息编辑加工环节造成信息失真，“可能导致文化冲突、人际冲突乃至国际危机。”^[30]

在跨文化传播中，文化信息失真现象还出现在文化维度差异上，由于文化信息本身能够展现特定抽象的文化情境，在知识构成、文化习俗等差异情况和独特的地理背景和社会价值体系符码的环绕下，文化信息的意义解读变得具有社会独特性，很容易造成失真。

虚假的信息。虚假信息都是其生产者出于某种损人利己的目的而故意制造出来的。^[31]互联网是一个对全世界所有国家开放的网络，任何团体和个人都可以在网上方便地传送和获取各种各样的信息。^[32]在“三网合一”的复杂庞大传播网中，在跨文化传播中，道听途说，以讹传讹的虚假信息充斥着信息网络，尤其，为了迎合某些低级趣味读者寻求刺激的心理，一些唯利是图的传播者为了充实信息源，将未做真实性研究分析的信息进行东拼西凑，更有甚者利用各种信息载体的便捷性，大肆渲染色情，捏造虚假信息，以大肆牟取暴利，这些行为严

重危害着文化信息的安全。

信息的失衡。跨文化传播对那些处于传播弱势的国家来说，只能是一个经历了文化逆差和文化渗透之后走向文化殖民的过程。^[33]在跨文化传播过程中，西方发达国家强势文化的施压渗透，造成了贫弱国家不仅不能使自身文化精粹彰显出来，甚至有被强势文化征服的危险。由于国际传播格局并不公平，发达国家掌握了绝大多数话语权，依靠传媒巨头的跨国经营来渗透其影响力，对发展中国家造成了文化强制与文化霸权并举的局面。

通常来说，跨文化传播之所以难以达成，是因为传播主体常常不自觉地违背理性交往原则，固守自我文化价值，排斥他者或对他者进行合目的性的呈现，使传播主体之间存在难以逾越的认知矛盾和文化冲突。^[34]在传播自然和社会现实、环境灾难与社会危机等方面，西方国家对全媒体网充分利用，丑化性地宣传，实行政策、文化和心理侵略，造成了“世界在看”的跨文化传播效果。西方国家“这种不对称性的传播，现在已经构成对社会文化的多样性的威胁，加剧了价值体系的混乱与价值观的冲突，加快了文化同化或文化殖民的进程，加深了文化生态危机。”^[35]在西方异质文化产品的传播上，贫弱国家对于“三网合一”局势下开放共享化的输入渠道难以控制，使官方对异质文化产品的垄断控制趋于边缘化，小众化的传播盛行，极大地影响和弱化了本土文化。在贫弱的发展中国家，由于长期被文化霸权或文化强制控制，该地区的民众由于失去了自己熟悉的成长交往符号系统，对对方的成长符号也不熟悉或认同，造成心理上的深度焦虑，使得贫弱国家从“文化休克”中难以自拔。

预防·整治

“三网合一”的全媒体信息整合和多媒体信息分解时代是伴随着知识经济社会来临的。

知识经济社会，是以信息资源的海量化、传播网络的便捷化、文化知识的经济化为主要特征的，在文化信息的传播上，数字化和网络化成为知识经济社会的主要趋势。在“三网合一”局势下，由互联网、电视、广播、手机等组成的庞大复杂的传播网成为信息获得、信息

传播、信息交换的重要虚拟场所，成为社会信息获得的重要渠道。正由于这个庞大复杂的虚拟传播网与社会公众息息相关，跨文化传播中，网络病毒、黑客入侵、虚假信息等问题泛滥，信息安全亟待解决，预防和整治已不容忽视，主要举措是传播观念上要保密与谨慎并重，传播内容要官方与民间并举，传播技术上把关与控制并重。

1. 传播观念：保密与谨慎

文化价值的渗透已经越来越隐蔽和难于察觉，这就需要建立起本民族的“文化自觉”。^[36]在跨文化传播中，要正视中国文化价值被侵蚀的危险事实，且情况将随着文化传播中不平等状况扩大而加剧。在知识经济社会，文化的全球化传播让人类在得以大量接触外部世界文化的同时也磨灭着自我民族的特性。“文化自觉”应该包含两个重要的方面，一个是如何重新认识我们的传统，认识我们的历史文化，以确立我们民族的主体意识，增强我们民族文化的认同感；另一个方面就是如何更新我们的文化，从传统向现代转化，将自己的民族文化融入到世界文化体系中，并在这里找到自己文化的位置与坐标。^[37]

在“三网合一”局势下，信息传播并不对等，西方世界更是凭借资金、技术优势，掌握着世界舆论的主导权，对发展中国家信息生活空间形成合围。在跨文化传播中，传播者“文化自觉”的塑造，就必须正视“传统与现代的对立”，打破“民族性与世界性的对立”观念，摒弃“文化价值的失落感”，在传播观念上要做到保密与谨慎并举。

保密原则。信息安全建构指将社会信息流中存在着的危害人类信息环境予以净化建构，方便人们对有效信息正常利用的社会现象。在“三网合一”局势下，面对的信息系统，是一个高度互联、高速、多媒体、智能化、人机交互的非线形的复杂大系统。在这个系统中，人和人打交道，人和机打交道，机和机打交道。^[38]要保证信息安全，就必须树立传播者的文化信息安全管理观念，强化信息保密原则，实施主动性的信息安全管理措施，从根源上杜绝信息泄露、信息盗窃和信息造假等危害信息安全现象的发生。

谨慎态度。作为社会公民，信息的传播者

或消费者，在文化传播中“坚持文化的本体性，彰显‘民族本位’；坚持文化的多样性，倡导‘和而不同’；坚持文化的交融性，寻求‘共通价值’”^[39]，信息的传播和接受不能一味寻求刺激和新鲜。从信息传播方面来讲，文化是维系民族融合和种族延续的主要支撑力，树立本土文化的保护意识，秉持博纳创新的心态谨慎态度传播。从信息接收方面来讲，国内的开放水平还有限，国外的信息从逻辑力量和绝对数量都显现出绝对优势和冷漠气质，可能对长期处于信息封闭状态的国人来说比较新鲜，未进行西化文化信息的鉴定就去盲目性接收。在跨文化传播中，秉持谨慎态度，强化信息道德建设，能够自觉去抵制虚假失效、淫秽盗版的信息蔓延，能够防止信息污染，净化文化市场环境，保证文化信息的高质量。

2. 传播内容：官方与民间

跨文化传播的内容主要来源于官方和民间。“只有获得对本土文化深度和高度的了解，才有可能对异质文化作深度和高度的对话和交融。”^[40]在跨文化传播过程中，官方和民间所传达的文化内容和利用的传播方式都存在较大差异。

官方对文化信息的传播主要是通过政策文件颁布、新闻发言人大会、国际事务谈判等方式进行的，文化信息内容涉及国家利益，因此信息安全问题会被提到战略高度。在“三网合一”的信息化传播时代，视觉传播是文化传播中最直接的手段。当前中国文化的对外传播，在媒介的选择上，必须树立现代意识，视觉形象意识。^[41]中国的对外跨文化传播必须用现代意识去观照，用最具有代表意义和亲和力的形象去包装传统文化经典，寻求文化间的共性，实现对等性的文化传播。

民间对文化信息的传播主要是通过民间组织交流、个人联网发布等方式进行的，文化信息内容多为日常生活对话和对社会热点的看法。民间对文化信息的传播，虽然内容不权威，但是观点很容易在庞大复杂的全媒体网络中诱发大范围煽动和呼应，信息安全问题也不容忽视。

3. 传播技术：控制与把关

在媒介技术尚未成熟的初级阶段，对信息

传播内容可以进行很强的预测和控制，但是步入“三网合一”的传播阶段，在全媒体信息整合和多媒体信息分解中，由于庞大复杂的传播网中任何支点都可以作为独立性的传播源，跨文化传播中的信息安全问题变得更加难以控制，不仅需通过技术来进行控制，还要通过发布者来进行筛选把关。

跨文化传播中信息安全的控制主要是通过法律和技术手段实现的。在法律方面，信息法律具有强制性，是国家管理文化信息传播的重要手段，如《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》、《中华人民共和国计算机信息网络国际联网暂时规定》。信息法律对信息机构的设置、信息传播、信息安全等方面做了明确规定，能够有效治理虚假信息污染、信息的非法传播、信息的非法盗窃，在法律的高度遏制了信息安全的隐患。在技术方面，随着“三网合一”技术的深度化发展，“技术是实现信息安全的有力武器”。^[42]在人工操作下，冗余信息的检索、信息的智能分类、虚假信息的过滤、信息的反病毒等技术水平得到进一步发展，使得在跨文化传播中的信息服务质量得到提高、信息时效更加强化，腐朽信息大为减少。

跨文化传播中信息安全还离不开传媒检索者对信息质量把关。对信息质量在信息传播活动的各个环节进行有效把关，是防止信息出现安全隐患，保证信息正常生产传播的有效手段。在“三网合一”局势下，由于信息传播网络庞大复杂特征，信息内容的真实不仅仅是传媒检索者的责任，更需要全社会共同参与信息传播质量的监督和把关，及时检举泄露机密信息的传播者、查处发布危害社会稳定信息的散布者，取缔危害信息安全的媒体。

在跨文化传播中，虽然国家在技术和法律上都做了极大改进，媒体监管者对文化信息都做了严格把关，但是安全隐患问题还是层出不穷，在应对时也是手忙脚乱，追究其根源，关键还是前期的预防工作做得不到位，安全意识警钟没能长鸣。

结语

“在文化嬗变的过程中，传媒担当着强化本群体文化的信念和价值观的使命；在传递文化

规范的同时，媒介还肩负着传达文化新动向和新趋势的任务。大众媒介跨文化传播的能力，主要在于它所显现给人们的形象能够反映和表明一种文化注重什么、摒弃什么、提倡什么，且能减少处于另一文化的信息接受者对信息的误解，增进生活在不同文化中的人们的相互了解。”^[43]

跨文化传播是文化信息在差异文化间的平等对话，但由于传播的不对等，跨文化传播中难以避免出现民族主义和宗派主义，同时也造成了文化霸权和文化强制等现象。随着“三网合一”技术的深化发展，在全媒体信息整合和多媒体信息分解中，一个新鲜而生疏的传播时代来临，人类的生存方式在跨文化传播中超越了差异文化的屏障进行着不断改变，而庞大复杂、开放共享的传播网使得信息安全问题变得更为棘手。

在充分的信息、平等的主体、相互尊重基础上进行的对话与协商才是理想化的跨文化传播，然而，现实中由于经济科技发展水平的差异，跨文化传播往往充满着霸权、曲解、对峙乃至冲突，尤其是信息的失窃、信息的失真、虚假的信息和信息的失衡等安全问题层出不穷。因此，跨文化传播中建立高效的预防和整治机制势在必行，即以能动性的整治为主，主动性的预防为辅，在传播观念上要保密与谨慎并重，传播内容要官方与民间并举，传播技术上把关与控制并重，才能有效保障跨文化传播中的信息安全。

作者：安徽师范大学传媒学院副院长，教授

注释

- [1] 孙英春 《跨文化传播研究面临的“知识整合”》，《浙江学刊》2007年第3期。
- [2] 车永波 《全媒体探索：全新的媒体传播模式》，《新闻战线》2010年第3期。
- [3] 侯微 《试论跨文化传播视角下的媒介技术》，《新闻传播》2008年第9期。
- [4] 吴予敏 《跨文化传播的研究领域与现实关切》，《深圳大学学报（人文社科版）》2000年第1期。
- [5] 贾荣林 《时尚品牌广告的跨文化传播》，《艺术设计研究》2010年第1期。
- [6] 刘晓敏 《网络环境下信息安全的技术保护》，

- 《情报科学》1999年第2期。
- [7] 姜飞 《大众传播媒介介入跨文化传播过程的路径》，《新闻研究导刊》2010年第1期。
- [8] 姜飞 《从学术前沿回到学理基础：跨文化传播研究对象初探》，《新闻与传播研究》2007年第3期。
- [9] 赵汀阳 《理解与接受》，《跨文化对话（九）》，上海文化出版社，2002年版，92页。
- [10] 单波、王金礼 《跨文化传播的文化伦理》，《新闻与传播研究》2008年第1期。
- [11] [美] M. E. 斯皮罗 《文化与人性》，社会科学文献出版社，1999年版，158页。
- [12] 黎泽潮、董保堂 《信息时代公众媒介素养中消费观的培养观照》，《中国传媒大学学报：现代传播》2010年第2期。
- [13] [英] 戴维·赫尔德等，杨雪冬等译 《全球大变革》，社会科学文献出版社，507页。
- [14] 黄月琴 《中日跨文化传播的障碍以及超越：以纪录片〈靖国神社〉为例》，《新闻与传播研究》2009年第3期。
- [15] 黎泽潮、董保堂 《信息时代公众媒介素养中消费观的培养观照》，《中国传媒大学学报：现代传播》2010年第2期。
- [16] 姜飞 《从学术前沿回到学理基础：跨文化传播研究对象初探》，《新闻与传播研究》2007年第3期。
- [17] 赵志刚 《我国军事对外宣传跨文化传播探析》，《今传媒》2010年第10期。
- [18] 秦志希、单波等 《“跨国跨文化传播”笔谈》，《武汉大学学报（人文科学版）》2003年第3期。
- [19] [美] 鲁思·本尼迪克特，吕万和等译 《菊与刀》，商务印书馆，2003年版，8页。
- [20] 但海剑、石义彬 《网络社会理论视角下的跨文化传播思考》，《学习与探索》2008年第4期。
- [21] 江芸涵 《异质文化产品跨文化传播的冲突与发展》，《新闻传播》2009年第9期。
- [22] 刘凡 《中国广告业的科学发展》，《现代广告》2010年第23期。
- [23] 姜飞、黄廓 《对跨文化传播理论两类、四种理论研究分野的廓清尝试》，《新闻与传播研究》2009年第6期。
- [24] “风险社会”是由德国社会学家乌尔里希·贝克（Ulrich Beck）在其《风险社会》书中首次提出的。
- [25] 秦志希、郭小平 《论“风险社会”危机的跨文化传播》，《国际新闻界》2006年第3期。
- [26] 杨芳芳 《试论跨文化传播与民族文化的关系》，《湖北大学学报（哲学社会科学版）》2006年第4期。
- [27] 李书振 《网络环境下的信息安全措施》，《计算机系统应用》2003年第1期。
- [28] 孟威 《网络传播的文化功能及其运作》，《2001年新闻与传播评论》，武汉大学出版社，2002年版，65页。
- [29] 李景强 《论跨文化传播的性质》，《新闻界》2010年第4期。
- [30] 秦志希、郭小平 《论“风险社会”危机的跨文化传播》，《国际新闻界》2006年第3期。
- [31] 宋蓓玲 《当代中国信息安全构建研究探微》，《农业图书情报学刊》2004年第11期。
- [32] 窦淑庆 《信息时代的信息安全初探》，《现代情报》2003年第7期。
- [33] 戴春阳、张小辉 《试论全球化语境下的跨文化传播》，《新闻世界》2010年第7期。
- [34] 黄月琴 《中日跨文化传播的障碍以及超越：以纪录片〈靖国神社〉为例》，《新闻与传播研究》2009年第3期。
- [35] 单波 《现代传媒与社会、文化发展》，《2002年中国媒体发展研究报告》，武汉出版社，2003年版，4页。
- [36] 王文娟 《探讨跨文化传播中的文化自觉》，《东南传播》2009年第6期。
- [37] 方李莉 《文化自觉与“全球化”发展：费孝通“文化自觉”思想的再阐释》，《文化研究》2007年第1期。
- [38] 赵战生 《中国信息安全体系机构基本框架与构想》，《计算机安全》2002年第1期。
- [39] 赵志刚 《我国军事对外宣传跨文化传播探析》，《今传媒》2010年第10期。
- [40] [法] 程抱一：《文化汇通、精神提升与艺术创造》，《跨文化对话（中法文化年专号）第17辑》，上海三联书店，华东师范大学出版社，2005年版。
- [41] 戴文红 《媒介实现跨文化传播的路径选择》，《传媒观察》2008年第2期。
- [42] 郭振民、姜楠、陈琳 《信息安全发展策略的思考》，《微电子学与计算机》2002年第4期。
- [43] 赵志刚 《我国军事对外宣传跨文化传播探析》，《今传媒》2010年第10期。

lift up its national image; while its political image is still stereotyped. Culture is an important resource of China's soft power. Technological innovations improve China's national image; Environmental problems become another label demonising China. Religion and ethnic problems still remains the focus of social media.

84 *The Information Security in the Era of Intercultural Omni – media*

Li Zechao

In the background of “there – network amalgamates”, the intercultural communication is carrying on in the area of information – conformity and information – decompose. In the sense of range, there is the mingle of multiculture with the merits of highly opening and sharing media network. In the sense of width, there is the assault by many kinds of information in the intercultural communication. In the sense of depth, there are detailed inquiries for particular information in it as well. Since the intercultural communication is the sharing activity of information communication, there exist hidden troubles, mainly in information stolen, information distortion, information falsehood and information unbalance and the forth. In order to eliminate all the hidden troubles in the intercultural communication, make the intercultural activities smoothly carry on, we should establish effectively mechanism in preventing and managing, which is undoubted imperative. The mechanism keeps focus on the initiative managing, with the assist of initiative defending. It calls for maintain secrecy and careful cautious in the ideas, also calls for the efforts making by both of the authorities and citizens in the communication contents, and the controlling and dominating in the communication technologies, all the methods above can guarantee the information security in the intercultural communication.

91 *The Undermining of the Principle of Freedom in the Western Advertising Laws: A Case of USA*

Wang Fengxiang

Taking the USA as a concrete example and from a view of the advertising criticism, this paper illustrates how the development of the media industry in the West undermines the Principle of Freedom in the Western advertising laws, which are among other things, composed of the Principle of Freedom, the Principle of Authenticity and the Principle of Public Interest. The media, in order to maximize their profits, provide continually to the public the information that caters to leading advertisers, who manipulate the media by monopolizing their ownership and canvass for the legislation to the advantage of their own. Such behavior, not a direct contravention of the legislation on advertising but an implicit undermining of the very spirit of the legislation, jeopardizes the Principle of Freedom in the Western advertising laws and consequently undermines the advertisements' function as a vehicle of accountability, social responsibility and, moreover, the