

“Sagte mag” in Afrika: China se soeke na invloed op mediaterrrein

Herman Wasserman

Herman Wasserman, Sentrum vir Film- en Mediastudies,
Universiteit van Kaapstad

Opsomming

Die afgelope aantal jaar het China sy invloed op die mediaterrrein merkbaar uitgebrei. Verskeie Chinese media-instellings in staatsbesit het hulle op die Afrika-vasteland gevestig, veral in Kenia en in Suid-Afrika. Die vestiging van hierdie media in Afrika – wat die nuusagentskap Xinhua, die koerant *China Daily* asook Chinese televisiekanale insluit – kan gesien word as deel van China se pogings om sy isolasie te verbreek en ’n positiewe beeld internasionaal uit te dra. Sommige kommentators sien hierdie poging egter ook as die uitoefening van sogenaamde sagte mag, wat nie alleen daarop gemik is om China se beeld in die buiteland te poets nie, maar ook om sy magsbereik uit te brei. ’n Vraag wat hieruit voortspruit, is watter invloed hierdie mags- en invloedsuitbreiding van China in Afrika op meer tradisionele media-ontwikkelingspogings deur Westerse lande het, hoe hierdie pogings deur plaaslike media-instellings ervaar word, en wat die implikasies van hierdie teenwoordigheid van ’n staatsbeheerde media vir diskoerse oor persvryheid in Afrika is. Hierdie artikel verskaf ’n oorsig oor hierdie verwickelinge ten einde vrae vir toekomstige navorsing oor hierdie nuwe faset van mediaglobalisering te ontwikkel.

Trefwoorde: BRICS; CCTV; China; Independent-koerantgroep; Iqbal Survé; media; sagte mag; Sekunjalo-konsortium; Xinhua

Abstract

In recent years China has considerably extended its influence in the media field in Africa. Several state-owned Chinese media institutions have established offices on the continent, especially in Kenya and South Africa. The establishment of these media platforms in Africa – which include the news agency Xinhua, the newspaper *China Daily* as well as China Central Television (CCTV) – can be seen as part of China’s attempt to break out of its relative isolation and transmit a positive image to international audiences. Some commentators have seen these attempts as the exercise of “soft power”, which is aimed not only at polishing China’s image abroad, but also at extending the reach of its power. A question emerging from these

developments is what influence this extension of China's power and influence in Africa may have on more traditional media development activities by Western powers, how these attempts will be experienced by local media institutions and what the implications of this presence of Chinese state-owned media will be for discourses of press freedom in Africa.

The recent purchase of the Independent newspaper group by the Sekunjalo group, in which a Chinese consortium invested a ten percent stake, illustrated these fears around Chinese influence on press freedom in Africa. These fears originated in the first place from the closeness of the head of Sekunjalo, Iqbal Survé, to the ANC government, which has been seen as having a potentially detrimental influence on editorial independence in the group. This fear was then exacerbated by the involvement of Chinese capital in the purchase, which tapped into underlying assumptions about China's soft power. Local debates about media and society are in this way linked with international geopolitical and economic shifts. This relationship between the local and the global – sometimes referred to as “glocalisation” – is therefore evident not only in the flow of media content (programmes and formats), but also in the distribution of capital among global media companies.

Although the purchase of the Independent group raised some controversy, it was not the first example of flow and contraflow of media capital in South Africa. The previous owner of the same group was the Irish media mogul Tony O'Reilly, who bought the company in 1994 as the Argus group, thanks to former President Nelson Mandela's brokering. Since the 1990s The South African company Naspers has also been expanding its operations outside the country, extending its presence to other African countries as well as India, Brazil and China, among others. Its investment in the Chinese social media platform Tencent has raked in big profits for Naspers in recent years.

This article presents an overview of these developments with a view to developing questions for future research about this new facet of media globalisation. It explores the possibility of understanding Chinese media activities on the continent as an exercise in “soft power”. China's media activities in Africa are linked with the history of “media development” on the continent, before I explore how these developments are related to Chinese foreign policy. The article does not ask a specific empirical question, but rather provides the outlines of discourses currently developing in response to the global geopolitical shifts of which China's increased presence in Africa forms a part.

A key question is whether “hard power”, for instance in the form of influence in the area of trade and industry, might not be more noticeable and have more direct consequences on attitudes towards China than “softer” processes like media representation and discourses. Although the media are certainly important channels for the exercise of soft power, more substantial conclusions can be drawn only after a clearer sense of audience responses to

Chinese media content is arrived at. This would require an audience reception study that falls beyond the scope of this article, although the importance of such work is acknowledged and could hopefully be conducted in future. Related questions would be how audiences in Africa access Chinese media, to what extent and with what frequency they choose Chinese media over and above other media to which they have access, how they interpret Chinese media content and how they evaluate such content. The effectiveness and success of soft power initiatives via media can therefore not be accepted on face value, but would require further empirical research. From a previous exploratory study among South African journalists (Wasserman 2013) it seemed that the increased accessibility of Chinese media is already contributing to greater awareness among South African journalists of the official Chinese viewpoints as expressed on the news agency Xinhua especially. Even if these sources are used circumspectly due to suspicions raised by the close association between Chinese media and the Chinese state, the mere use of such sources might give Chinese soft power a foothold in the South African media.

The article concludes that the media can be seen as a key player in the changing power relations between countries and regions in a reconfigured global geopolitical landscape. The emergence of the BRICS formation and the rising influence of emerging economies are manifestations of this reconfiguration. Media companies themselves form part of the flow and contraflow of capital between these countries and regions, but media representations are also important for supporting or undermining political and economic relations. The media itself – its relationship with society, government and the professional and normative frameworks within which it operates – is increasingly a subject of debate within this fast-changing global environment. The potential influence of an increased Chinese media presence on African media norms and practices has already prompted debates about freedom of speech in South Africa and elsewhere on the continent. It is in this context that it becomes clear that debates about the media are often actually debates about the key values of democracy. Unfortunately the complexities of these issues often get lost in popular discourses that present the relationships between China and Africa in terms of simplistic stereotypes and ignore the finer nuances.

The article further concludes that the exercise of Chinese soft power by means of the media might lead to the establishment of alternative journalistic practices and normative values in South Africa to the currently dominant liberal-democratic “watchdog” model inherited from the West. Exactly what the outcome of these developments will be, cannot be predicted merely on the basis of political-economic analyses of the changing media terrain, but will require long-term audience reception studies of African audiences. The effectiveness of Chinese soft power by means of media will eventually be

determined by the interpretations and evaluations that African audiences will attach to these media messages.

Keywords: BRICS; CCTV; China; Independent newspaper group; Iqbal Survé; media; soft power; Sekunjalo consortium; Xinhua

1. Inleiding

Toe die Independent-koerantgroep in 2013 gekoop is deur die Sekunjalo-konsortium, gelei deur die omstrede sakeman Iqbal Survé, was een van die eerste reaksies op die transaksie dié van die akademikus en voormalige koerantredakteur Anton Harber. Hy het sy voorbehoud oor twee aspekte uitgespreek: dat die noue bande tussen Survé en die regerende ANC probleme kan oplewer vir die mate van persvryheid wat publikasies in die Independent-stal geniet, en die invloed wat 'n Chinese beleggingsgroep op die joernalistieke etos in dié groep kan hê (Harber 2013):

The other major surprise is funding from “a Chinese consortium”, which may also acquire a further 20% to fund a growth strategy. It is odd – to say the least – to be so cryptic, telling us only that they are Chinese, with no further details. We can assume that this is tied to the Chinese authorities, and their push for a greater media presence in Africa as part of their “soft diplomacy” drive for influence on the continent. The Chinese government, let us say, is not a friend of a free, open and critical media. They are very clear about their national interests, and their firm hand on ensuring their media interests serve them. One has to wonder what will happen when their national interest does not align with ours. This is relevant when Dr Survé has been so vocal about bringing ownership back home. One can safely say now that Independent Newspapers, the country’s second biggest newspaper group, is in hands which are closely tied to our ruling party, the ANC. This in itself is neither here nor there, depending on how Dr Survé plays that out and interprets his and his newspapers’ roles.

Harber se kommentaar toon hoedat die groeiende invloed van China op mediagebied in Afrika verweef is met kwessies rondom persvryheid: plaaslike debatte oor die media en samelewing word dus met internasionale geopolitieke en ekonomiese verskuiwings geskakel. Hierdie verweefdheid van die lokale en die globale – soms “glokalisering” genoem (Robertson 1995) – is dus nie net in die internasionale vloei en kontravloei (Thussu 2007) van media-inhoud (programme en programformate) merkbaar nie, maar ook in die verspreiding van kapitaal in mediamaatkappye wêreldwyd.

Die jongste aankoop van die Independent-groep is ook nie die eerste voorbeeld van hierdie vloei en kontravloei van mediakapitaal nie. Die vorige eienaar was 'n Ierse magnaat, Tony O'Reilly, wat die maatskappy in 1994 as

die Argus-groep gekoop het, danksy voormalige president Nelson Mandela se bemiddeling, terwyl die Suid-Afrikaanse maatskappy Naspers ook sedert die 1990's al meer uitwaarts beweeg het. Naspers het via sy filiale (hoofsaaklik deur sy satellietseiner Multichoice) 'n teenwoordigheid nie alleen in verskeie ander Afrika-lande nie, maar ook onder meer in Indië, Brasilië – en China. Laasgenoemde mark het die afgelope jare groot inkomste vir die maatskappy ingebring as gevolg van sy belegging in die Chinese aanlyn platform Tencent (Steyn 2012).

Hierdie globalisering van mediakapitaal wat sedert demokratisering in Suid-Afrika merkbaar is, word deur Tomaselli (2000) die interpenetrasie van mediakapitaal genoem. Die jongste verwikkelinge rondom die koop en verkoop van die Independent-groep is dus nie nuut in terme van die globale bewegings van kapitaal deur Suid-Afrika nie. Wat wel nuut is, is die fokus op China as 'n sleutelspeler in hierdie kapitaalvloei, en die invloed daarvan op persvryheid in Afrika. Die omstredeheid rondom China se toetrede tot die Suid-Afrikaanse mediamark moet teen die agtergrond van 'n merkbare toename in China se teenwoordigheid in die mediasfeer op die vasteland gesien word. Kommer in dié verband (en teenreaksies daarop) is ook reeds ten opsigte van China se betrokkenheid in ander Afrika-lande uitgespreek (Keita 2012).

Terselfdertyd kan die onsekerheid en kommer ten opsigte van wat hierdie groeiende teenwoordigheid van China op die Afrika-vasteland vir die media in Suid-Afrika beteken, in verband gebring word met meer wydlopende verskuiwings in die geopolitieke landskap. Zakaria (2011:2) verwys daarna as die “Rise of the Rest” – die toenemende invloed van lande wat nie tot die histories magtige geïndustrialiseerde Noorde behoort nie. Die BRICS-groep lande, waarvan Suid-Afrika 'n lid is naas Brasilië, Rusland, Indië en China, kan as die vergestaltung van hierdie geopolitieke verskuiwing gesien word.

Hoewel die BRICS-groepering nie onomwonde aanvaar moet word as die mees geskikte ontledingsraamwerk om hierdie verskuiwings te verstaan nie, en dit in die eerste plek ook 'n ekonomiese eerder as 'n sosiale of politieke raamwerk is, is Suid-Afrika se lidmaatskap van hierdie groep nietemin betekenisvol. Die groepering verskaf aan Suid-Afrika 'n platform om kragte saam te snoer met ander, sterker ontwikkelende ekonomieë en verskaf aan die land 'n sterker internasionale bedingingsposisie. Suid-Afrika se gretigheid om deel te wees van hierdie groep kan gesien word in die kommentaar van die minister van internasionale betrekkinge en samewerking, Maite Nkoana-Mashabane (2012), etlike maande voor Suid-Afrika die gasheer vir die jaarlikse BRICS-beraad was. Sy was van mening dat Suid-Afrika se lidmaatskap van hierdie groep nie alleen tot werkskepping en ekonomiese groei hier te lande kan bydra nie, maar ook voordele vir die hele Afrika inhou.

Daar kan verskeie parallele tussen Suid-Afrika en Indië getrek word (byvoorbeeld groot ekonomiese ongelykheid binne 'n postkoloniale

demokratiese bestel), maar dit is Suid-Afrika se verhouding met China wat binne die BRICS-opset die meeste aandag trek. Media-ontledings (sien Wasserman 2013) toon dan ook dat China – van al die BRICS-lande – die meeste dekking in Suid-Afrikaanse media ontvang. Sover dit dus die media binne die nuwe globale geopolitieke bestel aangaan, is ’n fokus op China se aktiwiteite in Afrika van groot belang vir Suid-Afrika en die mediadiskoerse wat hulle tans hier afspeel.

Hierdie artikel bied ’n oorsig oor China se aktiwiteite op mediagebied in Afrika, en verken die moontlikheid dat hierdie aktiwiteite gesien kan word as ’n uitoefening van “sagte mag” (*soft power*). China se media-aktiwiteite in Afrika word in verband gebring met die geskiedenis van “media-ontwikkeling” op die vasteland alvorens daar verwys word na hoe hierdie verwickelinge deel van Chinese buitelandse beleid uitmaak. Die artikel stel derhalwe nie ’n spesifieke empiriese vraag aan die orde nie, maar verskaf eerder die buitelyne van diskoerse wat besig is om te ontwikkel in reaksie op die globale geopolitieke verskuiwing waarvan China se uitreiking na Afrika deel uitmaak. Die uiteindelige doel is om vrae te stel vir toekomstige navorsing op hierdie ontlukende gebied in internasionale mediastudies.

2. China se media-aktiwiteite in Afrika

Hoewel uitruilbesoeke tussen Chinese en Afrika-joernaliste reeds in 1950 begin plaasvind het (Gagliardone, Repnikova en Stremlau 2010:6), het die teenwoordigheid van Chinese media in Afrika oor die afgelope agt jaar drasties toegeneem. Dit volg op die Forum vir China-Afrika-Samewerking (FOCAC) se Beijing-konferensie in 2006, waar die media as een van China se prioriteite vir bilaterale samewerking geïdentifiseer is (Banda 2009:343; Gagliardone e.a. 2010:6). Verskeie (staatsbeheerde¹) Chinese mediaplatforms het nou basisse in Afrika. Die rol van media soos die Xinhua-nuusagentskap, China Central Television (CCTV), China Radio International (CRI) en *China Daily* word gewoonlik as ’n teenvoeter vir die negatiewe verslaggewing en stereotipes oor China in die media beskou.

Hierdie stereotipes is moontlik gewortel in die ervaring van kolonialisme op die Afrika-vasteland, wat die media agterdogtig maak oor die moontlikheid dat China sigself as ’n nuwe koloniale moondheid op die vasteland wil vestig (Botma 2013), hoewel dieselfde agterdog nie noodwendig in media-uitbeeldings van Westerse beleggings op die vasteland bemerk kan word nie. Chinese betrokkenheid in Afrika gaan gebuk onder ’n swak beeld: Chinese maatskappye hier word daarvan beskuldig dat hulle hulle werkers uitbuit of Chinese arbeiders invoer om plaaslike werkers uit te sluit, onwettige mynbou beoefen en plaaslike handelaars uitdruk deur die mark met goedkoop goedere te oorspoel (Sautman en Hairong 2007; Whitehead 2014).

Die Chinese styl van belegging in Afrika verskil van dié van die Weste in die sin dat daar gewoonlik nie eksplisiete politieke voorwaardes aan China se beleggings gekoppel is nie, hoewel gerugte dat China byvoorbeeld op die Suid-Afrikaanse regering druk uitgeoefen het om 'n visum aan die Dalai Lama te weier, daarop wil dui dat hierdie voorwaardes eerder agteraf of implisiet gestel word – sien Conway-Smith (2012). Gagliardone e.a. (2010:2) dui ook aan dat Chinese betrokkenheid wel ontwikkeling in bepaalde rigtings stuur, byvoorbeeld deur hulle steun aan staats- eerder as private media, en dus nie as heeltemal neutraal beskou moet word nie.

Vergelykende studies van Chinese betrokkenheid in Afrika (byvoorbeeld dié van Olorunnisola en Ma 2013) het wel bevind dat die Chinese, Amerikaanse en Afrika-media verskillend oor China se teenwoordigheid op die Afrika-vasteland berig. Die navorsers se studie van koerantberigte in Nigerië, Suid-Afrika, China en Amerika het aan die lig gebring dat media in die VSA gereeld kommer oor kwessies soos vryheid van uitdrukking, die gebrek aan burgerlike deelname en verskeie sosialegeregtigheidskwessies in China uitspreek. Daarteenoor beeld Chinese media hulle teenwoordigheid in Afrika grootliks in terme van samewerking en bondgenootskap uit.

Chinese media se toetrede tot en verhoogde aktiwiteit in Afrika (asook ander vorme van kulturele invloed, wat in die volgende afdeling bespreek word) kan gesien word as 'n poging om hierdie negatiewe uitbeeldings teen te werk. Gagliardone (2013) toon hoe China Central Television (CCTV) se bedrywighede in Afrika gebruik word nie alleen om China en Chinese betrokkenheid op die Afrika-vasteland in 'n positiewe lig te stel nie, maar ook om ander maniere te ontgin om na Afrika te kyk. CCTV vertel 'n positiewe storie oor Afrika en neem deel aan die “Afrika Verrys”-diskoers (na aanleiding van die tydskrif *The Economist* se voorbladartikel in 2011 met die opskrif “Africa Rising”, elf jaar nadat dieselfde tydskrif Afrika as “the hopeless continent” beskryf het). Sodoende, meen Gagliardone (2013), kan CCTV China voorstel as 'n bondgenoot van Afrika-state in hulle stryd om hulleself beter te laat lyk as wat die Westerse media hulle in die verlede uitgebeeld het. Hierdie beleid van “positiewe nuus”, wat gekontrasteer word met wat voorgestel word as die Westerse media se negatiewe ingesteldheid teenoor Afrika, is volgens Gagliardone (2013) ook besig om onder Afrika-journaliste pos te vat.

CCTV moet egter ook hard werk om negatiewe persepsies oor Chinese mediasensuur teen te werk, veral in die lig van China se swak tuisrekord van persvryheid en die onverdraagsaamheid jeens sosiale media soos Twitter en Facebook, wat binne China deur die sogenaamde Groot Vuurmuur (*Great Firewall*) geblokkeer word. Gevolglik kan gesien word hoe CCTV ook al hoe meer liberale joernalistieke standaarde begin toepas en meer aggressiewe verslaggewing begin doen ten einde in 'n toenemend mededingende mediamark met Westerse mediamaatkappye te kan wedywer. Gagliardone (2013) sien 'n moontlikheid vir kruisbestuwing van joernalistieke praktyke

tussen joernaliste van Afrika en China namate Afrika-joernaliste se praktyke deur die Chinese mediakultuur beïnvloed word, en omgekeerd. 'n Voorbeeld hiervan is CCTV se professionalisering van sy internasionale uitsendings ten einde dit meer aanvaarbaar vir Westerse gehore te maak (Kurlantzick 2007:63).

Zhang (2013) meen egter dat hoewel CCTV (spesifiek sy program *Africa Live*) 'n sterk anti-Amerikaanse houding inneem, hierdie sender nog nie daarin slaag om 'n alternatiewe wêreldbeeld daar te stel nie. Sy meen dat die meer selfgeldende rol wat CCTV in politieke debatte op die Afrika-vasteland probeer speel, 'n aanduiding is dat China 'n poging aanwend om deur middel van die media die koms van 'n nuwe wêreldorde aan te kondig. Die feit dat 'n duidelike alternatiewe visie vir die Westers-gedomineerde mediadiskoeers nog nie tot dusver in CCTV se uitsendings gematerialiseer het nie, is 'n aanduiding dat die Chinese visie in hierdie verband nog besig is om vorm aan te neem. Afrika is volgens Zhang (2013) 'n "toetsterrein" vir die ontwikkeling van so 'n alternatiewe globale geopolitieke diskoers.

'n Ander Chinese mediaplatform wat sy invloed in Afrika uitgebrei het, is die Chinese staatsnuusagentskap Xinhua (wat letterlik "Nuwe China" beteken), wat reeds meer as twintig buro's in Afrika het. Xinhua se rol is belangrik, aangesien dit as die amptelike mondstuk van die Chinese regering in die buiteland beskou kan word, en dikwels die toon aangee vir ander media om te volg (Xin 2009:364). Xinhua se toeganklikheid op selfone maak dit veral vir Afrika-joernaliste aantreklik, en maak dit makliker vir Afrika-joernaliste om die amptelike Chinese perspektief oor te neem wanneer berigte van hierdie nuusdiens gebruik word. Xinhua is ook 'n aantreklike alternatief vir Westerse nuusagentskappe, aangesien dit mediahuise in Afrika toelaat om sy diens gratis te gebruik indien hulle nie die intekengelde kan bekostig nie (Xin 2009:366). Xinhua bemark sigself dan ook as 'n goedkoper alternatief vir internasionale agentskapsdienste soos Reuters, Agence France-Presse en Associated Press.

Hoewel Xinhua sekere Westerse stylaspekte oorgeneem het ten einde sy berigte minder propagandisties te laat klink as in die verlede, poog dit nietemin om 'n meer positiewe beeld van Afrika (en China) te skep as wat tipies by Westerse agentskappe die geval is (Xin 2009:369). Bevindinge van voorlopige studies onder Suid-Afrikaanse joernaliste (Wasserman 2013) het byvoorbeeld reeds getoon dat politieke joernaliste in dié land Xinhua raadpleeg om vas te stel wat die Chinese siening oor gebeure en politieke verwickelinge in Afrika is. Nietemin hou Xinhua nog nie 'n groot bedreiging vir Westerse agentskappe in nie – sy noue bande met die Chinese regering en plaaslike regerings ondermyn sy geloofwaardigheid en derhalwe sy gewildheid en toepaslikheid in kritiese mediakontekste in Afrika (Xin 2009:374). Daar sal later in hierdie artikel teruggekeer word na die kwessie van geloofwaardigheid (of gebrek daaraan) en die invloed wat dit op die uitoefening van sagte mag het.

Xinhua se betrokkenheid in Afrika strek egter verder as die vestiging van nuusburo's en die ontwikkeling van nuusportefeuiljies wat op gehore in Afrika gemik is. Xinhua verskaf ook toerusting, tegniese ondersteuning en opleiding aan joernaliste in Afrika, wat teen die agtergrond van China se stygende ekonomiese mag vrae oor Chinese "media-imperialisme" laat ontstaan (Xin 2009:363). Hierdie investering deur Xinhua in opleidingsprogramme vir Afrika-joernaliste kan gesien word as 'n poging om eerstens meer inligting oor China aan Afrika-joernaliste beskikbaar te stel, met die hoop dat meer gebalanseerde beriggewing oor Chinese aktiwiteite daaruit sal voortvloei. Die moontlikheid bestaan egter ook dat, soos Gagliardone (2013) suggereer, Afrika-joernaliste blootgestel sal word aan ander normatiewe raamwerke as die Westerse benaderings wat histories die meeste invloed op joernalistiek in Afrika gehad het. Die implikasies van hierdie invloed vir die uitoefening van Chinese sagte mag (sien volgende afdeling) is voor die hand liggend.

Die nuwe stel rolspelers en verhoudinge wat as gevolg van die wedersydse belegging van mediakapitaal, en veral as gevolg van die toenemende invloed van China, op die Afrika-medialandskap ontluik, bied 'n uitdaging aan bestaande media-ontwikkelingsinisiatiewe vanuit die Weste. Hoewel die onderliggende aannames van hierdie model van media-ontwikkeling nie duidelik gedefinieer is nie (Berger 2010), kan daar aanvaar word dat die oorkoepelende doelwit van hierdie aksies tot dusver die uitbou van 'n robuuste mediasektor in die belang van demokrasie in Afrika is.

In die era van die Koue Oorlog was die Westerse bydraes tot media-ontwikkeling ook grootliks op steun vir die kommersiële media en die privatisering van staatsmedia in Afrika gemik. Dit is gesien as 'n manier om die burgerlike samelewing te versterk (Gagliardone e.a. 2010:4). Westerse regerings en nieregeringsorganisasies soos die Konrad Adenauer Stigting, die Friedrich Ebert Stigting, die Open Society Inisiatief en ander het veral sedert die demokratisering van Suid-Afrika hierdie land gebruik as 'n lanseerplatform om projekte te befonds wat verder in die streek moes uitkring. Organisasies binne Suid-Afrika, soos die Media-ontwikkelings- en -diversiteitsagentskap (MDDA), die Instituut vir Vryheid van Uitdrukking (FXI), die Instituut vir die Bevordering van Joernalistiek (IAJ) en die Highway Africa-projek by Rhodes-universiteit, steun op bydraes van skenkers uit die Weste om hulle opleidings- en ingrypingsprogramme te befonds (hoewel lg. ook voorheen befondsing van die Chinese konsulaat ontvang het om Chinese akademië se reis na die konferensie te befonds). Hierdie befondsing vir media-ontwikkeling is gebaseer op die normatiewe beginsels van vryheid van spraak, mediapluralisme en die uitbou van onafhanklike media-instellings as voorwaardes vir die verdieping van demokrasie aan die hand van 'n liberale Westerse model.

Die toetrede van China tot die mediaterrein in Afrika verander egter die speelveld. Hoewel China tydens die Koue Oorlog bystand verleen het aan die kommunikasieprojekte van bevrydingsbewegings in Afrika (Wu 2012:11), het

China se betrokkenheid op die vasteland die afgelope paar jaar skerp toegeneem. Soos Gagliardone e.a. (2010:1, 4) aandui, het China met sy staatsbeheerde media en kultuur van sensuur die Westerse media-ontwikkelingsparadigma vermy. In stede van laasgenoemde model het China reeds “stilweg” gewys hoe die media in Afrika binne die groter politieke en ekonomiese strategieë van ontwikkelende lande gebruik kan word op ander maniere as in die demokratiseringsparadigma waarbinne Westerse media-ontwikkelingsliggame werk.

Die Chinese regering en maatskappye daaraan verbonde het voorts die afgelope paar jaar daarin geslaag om groot kontrakte in die telekommunikasiebedryf in Afrika los te slaan, byvoorbeeld om Ethiopië se telekommunikasiestelsel te vernuwe. Die Chinese regering het ook reeds groot steun aan die staatsuitsenders in Kenia en Zambië verskaf. Hierdie steun dra by tot die openbare diplomatie wat China deur sy eie staatsenders in Afrika, naamlik CCTV en China Radio International, uitvoer – soos bo bespreek (Gagliardone e.a. 2010:1). Omdat China se betrokkenheid by die mediasektor in Afrika ’n ander benadering as die tradisionele Westerse model vertoon, meen Gagliardone e.a. (2010:2) dat die konsep van “mediabystand” en media-ontwikkeling, soos dit in verband met Westerse betrokkenheid by die mediasektor in Afrika in die literatuur ontwikkel is, van min nut is om China se rol in die Afrika-mediasektor te verstaan. China stel sy aktiwiteite in Afrika-media eerder voor as samewerking wat daarop gemik is om wedersydse begrip te bevorder en negatiewe stereotipes in die media uit te balanseer (Gagliardone e.a. 2010:2). Die steun wat China aan media in Afrika verleen, verskaf volgens Gagliardone e.a. (2010:3) dus ’n geleentheid om opnuut te dink oor die konseptuele raamwerke waarvolgens mediabystand en -ontwikkeling op die Afrika-vasteland verstaan word. Gagliardone e.a. bepleit ’n wegbeweeg van die normatiewe klem wat in die verlede op media-ontwikkeling onder ’n hoofsaaklik Westerse invloed geplaas is, in ruil vir ’n benadering wat die veelvlakkigheid van die verhoudinge tussen media, staat en internasionale vennote in Afrika kan vasvang.

Die belegging deur China in die Sekunjalo-groep vir die verkryging van die Independent-groep, waarna daar in die inleiding tot hierdie artikel verwys word, is reeds ’n aanduiding van ’n verskuiwing in die magsverhoudinge tussen die media, hulle eienaars en die regering. Hoewel die Chinese belang in die Sekunjalo-groep waarskynlik nie ’n direkte invloed op redaksionele inhoud in die Independent-groep se koerante sal hê nie, het dit wel tot die vestiging van Survé as ’n rolspeler in die Suid-Afrikaanse mediabedryf bygedra. Dat Survé nie noodwendig vir redaksionele onafhanklikheid agting het nie, het reeds spoedig geblyk toe die redakteur van die *Cape Times*, Alide Dasnois, van haar pos onthef is nadat dié koerant verslag gedoen het oor ’n bevinding van die Openbare Beskermer wat negatief op Survé se noue verhouding met die regering gereflekteer het (Mail & Guardian 2013).

Dit sou egter 'n mistasting wees om te verwag dat die Chinese invloed op die mediasfeer in Afrika tot 'n trompop botsing tussen verskillende mediakulture gaan lei. Soos Gagliardone (2013) toon, is Chinese mediakanale soos CCTV ook gewikkel in 'n proses om by heersende Westerse professionele praktyke aan te pas ten einde gehore oor te haal. Gevolglik moet die magsuitoefening wat deur middel van Chinese media in Afrika plaasvind, op 'n ander manier verstaan en oor geteoretiseer word. Die beginsel van sagte mag is in hierdie opsig meer toepaslik, en word vervolgens bespreek.

3. China se sagte mag

Die vraag oor die invloed wat China se betrokkenheid by Afrika-media op praktyke en professionele waardes op die vasteland gaan hê, hang grootliks daarvan af of hierdie betrokkenheid gesien word bloot as 'n regstelling van bestaande wanpersepsies en stereotipes (wat Shi 2013 bestempel het as 'n reaksionêre "sjarme-defensief", eerder as Kurlantzick (2007) se idee van 'n "sjarme-offensief"), of as 'n doelbewuste poging deur China om, teen die agtergrond van die toenemende invloed van die "Res"-lande binne die BRICS-raamwerk, sy invloed en mag in Afrika uit te brei. Indien laasgenoemde opsie aanvaar word, en daar aangeneem word dat China deur middel van die media alternatiewe diskoerse vir dié van die Weste wil bevorder (Gagliardone e.a. 2010:4), is die konsep van sagte mag een om ernstig te oorweeg ten einde China se bedrywighede op mediagebied te verstaan.

Heelwat akademiese navorsing oor China se toetrede tot Afrika-markte het reeds binne die teoretiese raamwerk van politieke ekonomie plaasgevind, hoewel hierdie benadering te beperk is om aan die meer komplekse ideologiese en kulturele aspekte van Chinese invloed op mediagebied reg te laat geskied (Banda 2009:353). 'n Meer genuanseerde benadering, wat ekonomiese determinisme vermy en ook nie aannames oor die direkte impak van Chinese ekonomiese steun op die professionele praktyke en waardestelsels van die media in Afrika maak nie, is dus nodig. Banda (2009:355) bepleit byvoorbeeld 'n krities-kulturele benadering wat nie net vra wat die Chinese draak besig is om aan Afrika te doen nie, maar wat China en Afrika saam doen.

Die konsep van sagte mag soos deur Nye (2005) geformuleer, verwys na die vermoë wat 'n land het om gewenste politieke uitkomst te bereik deur middel van beïnvloeding en oorreding, in teenstelling met "harde mag", wat met ekonomiese en militêre mag geassosieer word. Sagte mag het dus te doen met die aantreklikheid van 'n land eerder as met brute krag. Volgens hierdie siening is dit meer waarskynlik dat politieke of diplomatieke doelstellings bereik sal word indien 'n land se invloed vrywilliglik aanvaar word (hoewel daar dikwels geargumenteer word dat sagte mag effektief kan wees slegs indien dit onderbou word deur die vermoë om harde mag toe te pas indien nodig). Die media- en kulturele kanaal leen hulle by uitstek tot die uitoefening

van sagte mag. Die rol wat Hollywood-films byvoorbeeld gespeel het om Amerika aantreklik te maak vir internasionale gehore, word gesien as bydraend tot dié land se kulturele hegemonie.

Die konsep van sagte mag het ook sy kritici. Sommige kommentators beskou die konsep as nie akkuraat genoeg om die uitbreiding van China se invloed in die Weste te verstaan nie. Sparks (2014) meen byvoorbeeld dat die konsep nie veel verskil van vroeëre idees rondom “kulturele imperialisme” wat veral gedurende die Koue Oorlog-tydperk gelei het tot die totstandkoming van teorieë oor die Nuwe Wêreld-Inligtings- en Kommunikasieorde (New World Information and Communication Order, NWICO) nie. Botma (2013:7) verken ook die vraag of China se uitbreiding van ekonomiese mag in Afrika in die toekoms gevolg sou kon word deur gepaardgaande vergrote kulturele invloed, en die land dus kan blootstel aan soortgelyke kritiek van kulturele imperialisme as wat in die verlede teenoor veral Amerika gemaak is. Hy herinner lesers egter ook daaraan dat Amerikaanse hegemoniese invloed op kultuurgebied nog lank nie uitgedien is nie, en dat veral Amerikaanse popkultuur steeds ’n sterk invloed op die vasteland geniet. Daarteenoor sou ook geredeneer kon word dat die groei van nuwe media-tegnologieë wat kommunikasiemiddele aan voorheen marginale kulture verskaf, tot ’n mate die media-imperialisme-tesis minder geldig maak as in die verlede.

China het in die post-Koue Oorlog tydperk sy benadering tot internasionale betrekkinge verander en volg nou ook ’n beleid van sagte mag in sy buitelandse beleid, gelei deur handel en nywerheid (Wu 2012:5). Die media se rol in die uitoefening van China se sagte mag moet gesien word in die konteks van dié land se “uitgaan”-strategie (*going out*, of *going abroad*), wat in die 1990’s beperk was tot handel en nywerheid, maar sedert 2000 uitgebrei is na die media- en kultuursektor (Xin 2009:363). Hierdie pogings verteenwoordig ’n verskuiwing van ideologiese doelstellings na meer praktiese en politieke-ekonomiese verbintenisse met Afrika-lande (Wu 2012:12).

Die idee van sagte mag pas in by Chinese filosofieë soos Confucianisme, Mohisme en selfs Sun Tzu se geskrifte oor oorlogvoering, waarin beïnvloeding en geestelike krag eerder as brute mag beklemtoon word (Wu 2012:6). Die begrip *sagte mag*, of *ruanshili*, is in 2007 egter vir die eerste keer eksplisiet genoem in ’n toespraak deur Hu Jintao, in sy destydse hoedanigheid as partyhoofsekretaris, om te beklemtoon dat indien China sy invloed op internasionale gebied wil laat geld, die land daarna moet streef om ’n beter begrip van Chinese kultuur in die buiteland te vestig. Hierdie begrip van sagte mag is egter wyer as in Nye se oorspronklike definisie, aangesien die Chinese regering ook poog om sy eie bevolking opnuut in Chinese waardes te laat glo ten einde hulle van die sinisme oor politieke ideologie te laat herstel (Wu 2012:6).

Die vestiging van Confucius-sentrums aan universiteite in Afrika (tans is daar 33 van hierdie sentrums op die vasteland) en beurse aan studente uit Afrika

om aan universiteite in China te studeer (dié getal staan tans op ongeveer 12 000) kan gesien word as voorbeelde van kulturele uitruilingsprojekte met die oog op die uitbreiding van sagte mag (Whitehead 2014) – soortgelyk aan byvoorbeeld die Fulbright-programme van die VSA.

Op mediagebied neem opvoedings- en kulturele programme die vorm van uitruilings tussen Chinese en Afrika-joernaliste aan. Opleiding in China word hoofsaaklik aan joernaliste verbonde aan staatsmedia in Afrika verskaf (Banda 2009:352). Sulke opleiding strek verder as bloot tegniese kennis en daar kan verwag word dat Afrika-joernaliste ook blootstelling aan Chinese mediapraktyke en -norme ontvang (Banda 2009:353). In Suid-Afrika bestaan daar ook reeds geleenthede vir Afrika-joernaliste om deur middel van die Universiteit van die Witwatersrand se China-Afrika-verslaggewingsprogram vir artikels oor China-Afrika-verhoudinge navorsing te doen (persoonlike kommunikasie met Brigitte Read, 2013).

China het egter 'n agterstand wat die uitoefening van sagte mag deur middel van kultuurgoedere betref. Volgens Jacques (2013) het die geskiedenis van Westerse kolonialisme daartoe bygedra dat die wêreld beter met die Westerse kultuur as met dié van China bekend is. Voorts het Westerse sagte mag, soos oor die jare deur Westerse kultuurgoedere uitgeoefen, volgens Jacques (2013) tot die vestiging van 'n dominante Westerse interpretasieraamwerk bygedra. Dit beteken dat selfs wanneer China sagte mag probeer uitoefen, hierdie boodskappe geïnterpreteer word deur 'n Westerse lens wat nie toereikend is om China se kulturele geskiedenis – volgens Jacques 'n “beskawingsgeskiedenis” eerder as 'n “nasie-staat-geskiedenis” – te verstaan nie. Die feit dat China egter daarin geslaag het om 600 miljoen mense uit armoede op te hef en sy ekonomie internasionaal mededingend te maak terwyl die kommunistiese regering steeds sentrale beheer uitoefen, is op sigself 'n luide boodskap waarby Afrika-lande sal aanklank vind (Jacques 2013).

Die vestiging van China se eie media-instellings in die buiteland, soos tot dusver in hierdie artikel bespreek, is egter 'n duidelike poging om China se perspektief op wêreldgebeure wyer inslag te laat vind as 'n teenvoeter vir Westerse media-uitbeeldings (Wu 2012:5). Mediaplatforms soos China Radio International (CRI) kan gesien word as 'n poging om dieselfde sagemag-spel te speel as wat die Weste al vir jare deur middel van kanale soos die BBC, Voice of America en Deutsche Welle in Afrika speel (Gagliardone e.a. 2010:13). Van die sagemag-boodskappe wat, volgens Banda (2009:357), aantreklik mag wees vir gehore in Afrika wat nog in prosesse van ekonomiese en politieke ontwikkeling gewikkel is, is die sukses wat China met sy staatsgeleide kapitalisme en nasiebou behaal het. Hoe sulke boodskappe ontvang word, sê Banda (2009:375) tereg, sal egter afhang van verskeie faktore, wat insluit die gehoor se kennis van China se historiese steun aan antikoloniale en bevrydingsbewegings, die gehoor se ingesteldheid teenoor Westerse ontwikkelingspogings, huidige ervarings van Chinese betrokkenheid en dies meer.

China se pogings om sigself deur middel van die media internasionaal aantreklik te maak, het egter ook reeds onbeplande negatiewe gevolge gehad, soos toe internasionale aktiviste China se publisiteit rondom die 2008 Olimpiese Spele gebruik het om aandag te vestig op dié land se versuim om die slagting in Darfur stop te sit (Wu 2012:8).

Banda (2009:348) wys ook daarop dat die uitoefening van sagte mag deur middel van ideologiese suiwering en kulturele reproduksie hand aan hand gaan met die “hardware” van tegniese en infrastruktuursteun aan die media- en telekommunikasiebedryf in Afrika. Ontvangers van laasgenoemde tipe steun sluit Nigerië, Malawi, Zambië, Zimbabwe en Ekwatoriaal-Guinee in (Banda 2009:348; sien ook Wu 2012:14–15 vir ’n lys van die ontvangers van steun). Hierdie hardware word egter vergesel van Chinese opleidingsprogramme, wat ’n sekere toekomstige afhanklikheid van China veronderstel (Banda 2009:349). Bewerings dat China aan Zimbabwe tegnologie verskaf het om onafhanklike media se uitsendings te blokkeer, dui op die moontlikheid dat hardware ook vir “harde” politieke doelwitte ingespan word, in weerwil van die algemene aanname dat China se steun aan Afrika nie soveel voorwaardes meebring as in die geval van Westerse ontwikkelingshulp nie (Banda 2009:351).

Die Weste begin reeds die bedreiging van China aanvoel, soos gesien kon word in die Amerikaanse minister van buitelandse sake, Hillary Clinton, se opmerking dat die nuwe internasionale oorlogsfront dié van staatsgefinansierde satelliettelevisienuus is. China se internasionale senders, CNC News en CCTV, moet byvoorbeeld met ander nuwelinge soos die Franse regering se kanaal, France24, Russia Today, en die konglomeraat van Europese openbare uitsenders, Euronews, asook meer gevestigde kanale soos Al-Jazeera, BBC en CNN meeding (Wu 2012:7).

Van belang is ook die alternatiewe professionele praktyke en joernalistieke waardestelsels wat met die invloed van Chinese media gepaardgaan. Soos Wu (2012:8) beklemtoon, bring die Chinese waarde van “aansien verloor” (*losing face*, oftewel *mianzi*) mee dat Chinese joernalistiek minder konfronterend en openlik krities as die Westerse waghondmodel is. Vir hierdie Chinese model om in Afrika inslag te vind, sal die Chinese media egter gesien moet word as gesaghebbend en ’n betroubare alternatief vir Westerse media-instellings wat hulleself reeds onder Afrika-gehore gevestig het (Wu 2012:18). Die ironie van sagte mag is dus juis dat dit nie gesien kan word as ’n doelbewuste poging van regerings om hulle invloed uit te brei nie – ’n te noue verhouding tussen media en staat kan juis die media se geloofwaardigheid ondermyn en dus sagtemag-uitoefening teenwerk.

Die vraag bly egter of harde mag, byvoorbeeld in die vorm van invloed op die gebied van handel en nywerheid, nie duideliker merkbaar is en meer direkte gevolge as mediagerigte pogings het nie. Hoewel media sekerlik ’n belangrike kanaal in die uitoefening van sagte mag is, moet daar ook gekyk word na hoe

gehoore in Afrika boodskappe ervaar wat deur hierdie kanale gestuur word – hoe hulle toegang verkry tot Chinese media-inhoud, hoe hulle dit interpreteer en evalueer. Die sukses van sagte mag kan dus nie bloot op sigwaarde aanvaar word nie (Gagliardone e.a. 2010:13–4). Dit blyk egter wel uit voorlopige studies onder Suid-Afrikaanse joernaliste (Wasserman 2013) dat die groter toeganklikheid van Chinese media reeds daartoe bydra dat hierdie bronne deur joernaliste geraadpleeg word. Selfs al word hierdie bronne met omsigtigheid gebruik as gevolg van die noue verbintenis tussen Chinese media en die Chinese staat, kan dit as 'n eerste stap in die uitbreiding van sagte mag gesien word.

4. Ten slotte

Die huidige wêreldwye mediatoneel weerspieël die geopolitieke verskuiwinge wat die afgelope aantal jare op internasionale politieke en ekonomiese terrein merkbaar is. Die media kan gesien word as 'n sleutelspeler in die veranderende magsverhoudinge tussen lande en streke, soos in die totstandkoming van die BRICS-groepering en die toenemende invloed van ander ontluikende ekonomieë vergestalt word. Nie alleen maak mediamaatskappye self deel uit van die vloei en kontravloei van kapitaal tussen hierdie lande en streke nie, maar media-uitbeeldings is ook belangrike elemente van die stryd om persepsies waarop die politieke en ekonomiese onderhandelinge steun. Hierdie stryd kan verwoord word met die term *sagte mag*, soos in hierdie artikel uiteengesit word.

Die media self – sy verhouding met die samelewing, die regering en die professionele en waarderaamwerke waarbinne dit bedryf word – is toenemend ook 'n onderwerp vir debat binne hierdie snel-veranderende wêreldtoneel. Die invloed van China op Afrika-mediagebied het byvoorbeeld aanleiding gegee tot debatte oor wat die uitwerking op die demokratiese mediakultuur en norm van vryheid van spraak in Suid-Afrika en elders op die Afrika-vasteland sal wees. Dit is in hierdie konteks dat dit veral duidelik word dat debatte oor die media dikwels eintlik debatte oor die sleutelwaardes van demokrasie is. Ongelukkig gaan die kompleksiteit van hierdie kwessies dikwels verlore in populêre diskoerse wat verhoudinge tussen China en Afrika in simplistiese stereotipes uitbeeld eerder as om aan nuanses aandag te gee. Wat egter duidelik word, is dat die verhoudinge tussen China en Afrika, en die wyer stel verhoudinge binne die nuwe globale geopolitieke arena, toenemend deur die media bemiddel sal word.

Die uitoefening van Chinese sagte mag deur middel van die media kan moontlik tot groter begrip vir en aantreklikheid van China se politieke en ekonomiese strategieë lei. Die teenwoordigheid van Chinese media in Afrika kan moontlik ook tot die vestiging van ander joernalistieke praktyke en normatiewe waardes as die heersende Westerse liberale waghondmodel of die ontwikkeling van hibriede vorme bydra. Presies wat die uitkoms van hierdie

verwikkelinge gaan wees, kan egter nie bloot uit polities-ekonomiese ontledings van die veranderende mediaterein afgelei word nie, maar sal uiteindelik op die lange duur deur middel van studies van gehore in Afrika vasgestel moet word. Die uitwerking van Chinese sagte mag deur middel van die media sal uiteindelik bepaal word deur die interpretasies en evaluering wat Afrika-gehoore self aan hierdie mediaboodskappe sal heg.

Bibliografie

- Banda, F. 2009. China in the African mediascape: A critical interjection. *Journal of African Media Studies*, 1(3):343–61.
- Berger, G. 2010. Problematizing “media development” as a bandwagon gets rolling. *International Communication Gazette*, 72(7):547–65.
- Botma, G.J. 2013. Cultural flows in the Chinese empire: The case of Africa. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 34(3):6–24.
- Conway-Smith, E. 2012. South African government “unlawfully” delayed Dalai Lama visa decision, court rules. *Global Post*, 29 November. <http://www.globalpost.com/dispatch/news/regions/africa/south-africa/121129/south-african-government-unlawfully-delayed-dalai-lama-visa-court> (11 Februarie 2014 geraadpleeg).
- Curran, J. en M. Park (reds.). 2000. *De-Westernizing Media Studies*. Londen: Routledge.
- Featherstone, M., S. Lash en R. Robertson (reds.). 1995. *Global modernities*. Londen: Sage.
- Gagliardone, I. 2014. China as a persuader: CCTV Africa’s first steps in the African media sphere. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 34(3):25–40.
- Gagliardone, I., M. Repnikova en N. Stremlau. 2010. China in Africa: A new approach to media development? Navorsingsverslag. <http://stanhopecentre.org/china-africa/pg/file/iginio/read/1926/china-in-africa-a-new-approach-to-media-development> (12 Februarie 2014 geraadpleeg).
- Harber, A. 2013. Sekunjalo consortium and the Chinese puzzle. *Grubstreet*, 21 Junie. <http://grubstreet.co.za/2013/06/21/sekunjalo-consortium-and-the-chinese-puzzle> (6 Februarie 2014 geraadpleeg).
- Jacques, M. 2013. Openingslesing by konferensie “Communicating soft power: Contrasting perspectives from India and China”. Westminster Universiteit, Londen, 9–10 September.

- Keita, M. 2012. Africa's free press problem. *The New York Times*, 15 April. http://www.nytimes.com/2012/04/16/opinion/africas-free-press-problem.html?_r=2&ref=opinion (22 Oktober 2013 geraadpleeg).
- Kurlantzick, J. 2007. *Charm offensive: How China's soft power is transforming the world*. New Haven: Yale University Press.
- Mail & Guardian. 2013. *Cape Times* editor fired after Joemat-Petterson report. <http://mg.co.za/article/2013-12-08-alide-dasnois-removed-as-cape-times-editor> (17 September 2014 geraadpleeg).
- Nkoane-Mashabane, M. 2012. Toespraak gelewer by die New Age Business Briefing, 11 September. <http://www.brics.utoronto.ca/docs/120911-nkoana-mashabane.html> (6 Februarie 2014 geraadpleeg).
- Nye, J. 2005. *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Olorunnisola, A. en L. Ma. 2013. Contemporary Sino-African relations: Interpenetration of history of relations with the West, ideology and comparative media frames. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 34(3):41–61.
- Robertson, R. 1995. Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. In Featherstone e.a. (red.) 1995.
- Sautman, B. en Y. Hairong. 2007. Fu Manchu in Africa: The distorted portrayal of China's presence in the continent. *South African Labor Bulletin*, 31(5):34–8.
- Shi, A. 2013. Strategies and objectives to attract new audiences abroad. Referaat gelewer by die Forum Media Entwicklung, "Promoting alternative views in a multipolar world: BRICS and their role in developing media markets". Berlyn, 10 Oktober.
- Sparks, C. 2014. Soft power and the media industry in the BRICS. Referaat gelewer by die International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Hyderabad, Indië, 18 Julie.
- Steyn, L. 2012. Naspers rides big Chinese wave. *Mail & Guardian*, 31 Augustus. <http://mg.co.za/article/2012-08-31-naspers-rides-big-chinese-wave> (6 Februarie 2014 geraadpleeg).
- Thussu, D.K. (red.). 2007. *Media on the move: Global flow and contra-flow*. Londen: Routledge.

Tomaselli, K.G.T. 2000. South African media 1994–7: Globalizing via political economy. In Curran en Park (reds.) 2000.

Wasserman, H. 2013. South Africa and China as BRICS partners: Media perspectives on geopolitical shifts. *Journal of Asian and African Studies*. <http://jas.sagepub.com/content/early/2013/12/15/0021909613514191>

Whitehead, E. 2014. China suffers Africa image problem. 5 Februarie. <http://blogs.ft.com/beyond-brics/2014/02/05/china-suffers-africa-image-problem/#ixzz2svJtSUXb> (11 Februarie 2014 geraadpleeg).

Wu, Y. 2012. The rise of China's state-led media dynasty in Africa. Occasional paper no. 117. Johannesburg: South African Institute of International Affairs.

Xin, X. 2009. Xinhua News Agency in Africa. *Journal of African Media Studies*, 1(3):363–77.

Zakaria, F. 2011. *The post-American world. Release 2.0*. New York: WW Norton & Co.

Zhang, X. 2013. How ready is China for a China-style world order? China's state media discourse under construction. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 34(3):79–101.

Eindnota

¹ Die staat besit 'n meerderheidsaandeel in alle Chinese mediamaatkappye, hoewel private beleggers tot 40% van mediamaatkappye mag besit. Ten spyte van die sterk sentrale beheer oor die media het die Chinese media oor die afgelope jare baie meer markgerig en gevolglik meer divers geraak (Gargliardone e.a. 2010:5), sodat daar van die proses as staatsgedrewe en -beheerde kommersialisering gepraat kan word.