

Dunia Digit@l

internet en moderniteit in **Indonesië** 2000



Michiel de Lange

Dunia Digit@l

(de digitale wereld)

internet en moderniteit in Indonesië 2000

afstudeerscriptie van Michiel de Lange
collegekaartnummer 9554009
Culturele Antropologie en Niet-Westerse Sociologie
Universiteit van Amsterdam, 2001

Inhoud

Vooraf	5
Hoofdstuk 1: Internet en de <i>reformasi</i>: achtergrond en theorie	9
• een korte geschiedenis	10
• <i>era reformasi</i>	11
• vraagstelling en theoretische achtergrond	13
• de rol van internet	13
• ideeën over moderniteit	16
• <i>consumerism</i>	18
• de informatiemaatschappij	20
• globalisering	22
• het Indonesië van na de <i>reformasi</i>	25
Hoofdstuk 2: <i>The Millennium Urban Lifestyle</i>: moderniteit onder de <i>Orde Baru</i> en na de <i>reformasi</i>	26
• Jakarta	27
• stedelijke symbolen van moderniteit	28
• stedelijke omgangsvormen en normen: <i>gaul</i>	30
• individualiteit	32
• tijd en recreatie	33
• consumptie	34
• een nieuwe invulling van het begrip moderniteit	36
• <i>Indonesia Baru</i> : optimisme, vooruitgangdenken en geloof in de toekomst	37
• <i>reformasi</i> en discipline	38
• <i>era informasi</i> : digitale technologie in het nieuwe tijdperk	38
• een nieuw Indonesië? scepsis en wantrouwen	41
Hoofdstuk 3: Van <i>underground</i> tot <i>mainstream</i>: de geschiedenis van het internet in Indonesië	44
• het begin	45
• internet en <i>reformasi</i>	46
• internet en vrijheid van informatie	50
• internet wordt <i>mainstream</i>	54
• <i>portals</i>	54
• de hype rond <i>e-commerce</i>	55
• maar...	59
• toch...	59
• <i>underground</i> blijft	59
• de rol van de overheid	60
• cijfers	60
• <i>warnet</i> : publieke internettoegang	61

Hoofdstuk 4: Virtuele gemeenschappen: fakkeldragers van moderniteit	65
• <i>cyberlifestyle</i> : informatietechnologie als middel voor individuele expressie en ontwikkeling	65
• <i>virtual communities</i> : gemeenschappen op het net	68
• taal en sociale interactie	69
• plaats	72
• tijd	72
• virtuele gemeenschappen en vooruitgang	76
Hoofdstuk 5: Moderniteit, eigenheid en het internet	81
• moderniteit...	82
• ...en eigenheid	83
• rationaliteit...	84
• ...en emotie	85
• opposities	87
• andere vormen van moderniteit	90
• internet en eigenheid	93
• de romantiek van informatietechnologie	94
• verdere vraagstukken	96
Conclusie	97
• verdere punten	98
Literatuur	100

Vooraf

Dit is een afstudeerscriptie voor de studie antropologie en niet-westerse sociologie aan de Universiteit van Amsterdam. De scriptie is gebaseerd op onderzoek dat ik gedaan heb in Jakarta in de periode januari - mei 2000 naar het gebruik en de betekenis van het internet in Indonesië. Ik zal kort ingaan op de gedachte achter dit project.

De impact van informatie- en communicatietechnologieën op het alledaagse leven staat in grote belangstelling. Meer en meer opmerkingen, gesprekken en discussies gaan over de invloed van de hedendaagse technologie op de maatschappij. De discussie beperkt zich niet tot de publieke media-arena of de officiële debatten. Ook aan de borreltafel heeft iedereen er wel iets over te zeggen, variërend van: "ik heb laatst een reis geboekt, via internet!" tot de bekentenis: "ik heb nog nooit geë-mailed". Veelbesproken punten zijn: is de invloed van technologie op de maatschappij revolutionair en ingrijpend of is technologie niets meer dan slechts een handig hulpmiddel? Wat zijn de positieve kanten van een maatschappij die draait op technologie en wat zijn de negatieve kanten? In hoeverre zijn wij nog de baas over de technologie en de toekomst? Of dwingt de technologie ons om mee te gaan met de ontwikkelingen?

Het is opvallend hoe vaak de meningen en argumenten berusten op beeldvorming en verwachtingen rond nieuwe technologie. Technologie is niet zuiver een gebruiksvoorwerp maar wordt omgeven door voorstellingen, fantasieën en emoties. Vaak betreden de opmerkingen en discussies over technologie het domein van de futuristische visioenen en toekomstvoorspellerij. Het is vooral deze 'ideologische' kant van technologie en de discussie eromheen die mij heel erg interesseert ¹. Deze scriptie gaat dan ook in belangrijke mate over de voorstellingen rond het internet.

Centraal in de discussies en meningen over de globale informatiemaatschappij staat het denken over ontwikkeling en vooruitgang. Technologie is noodzakelijk voor de ontwikkeling van een land. Informatietechnologie helpt bij de modernisering van de economie, de politiek en de mentaliteit. Alleen zó kan een land meekomen met de rest van de wereld. "Er staan ingrijpende veranderingen te gebeuren", is het gevoel. De technologische standaard is zowel het doel als de graadmeter van ontwikkeling. Niet alleen op het macroniveau van maatschappij en politiek, maar ook op het microniveau van individu en groep is het moderniteitsbegrip een belangrijke drijfveer. In deze scriptie wil ik het begrip moderniteit nader onderzoeken als een motief achter denken en handelen.

¹ Het woord 'ideologisch' heeft een wat politiek geladen bijklank. In dit verband bedoel echter ik niet zozeer de politieke dimensie van 'de informatiemaatschappij' (die zeker aanwezig is), alswel datgene dat zich afspeelt in het ideeënrijk der mensen (fantasie, voorstellingen, imago en gevoel) wanneer zij omgaan met technologie en het hebben over 'de globale informatiemaatschappij'.

Vier jaar geleden heb ik een reis van twee maanden gemaakt door Indonesië waardoor mijn interesse voor de 'andere kant' van het land gewekt is. De eerste periode logeerde ik bij een vriend in de elitewijk Pondok Indah in Jakarta. Hier zag ik een land dat niet voldeed aan het beeld van Indonesië dat talrijke publicaties, *tempo doeloe* verhalen en plaatjes uit reisgidsen neerzetten. Vooral in Jakarta zag ik eveneens het bestaan van een 24-uurseconomie, prestigieuze kantoorcomplexen, extreme rijkdom, golfbanen, *shopping malls*, entertainmentindustrie, enzovoorts. In mijn latere studietijd ben ik me meer en meer gaan verdiepen in de technologische, urbane en moderne kant van samenlevingen. Voor verschillende vakken heb ik papers geschreven over onderwerpen als globalisering en de invloed van technologie op de maatschappij. Veel van de theorieën en vooronderstellingen die ten grondslag liggen aan het onderzoek heb ik hierdoor leren kennen.

Niet alleen in westerse samenlevingen maar ook in niet-westerse samenlevingen speelt nieuwe technologie een belangrijke rol. De maatschappelijke impact van ICT (informatie- en communicatietechnologieën) reikt wereldwijd. In Indonesië is de 'globale informatiemaatschappij' (*masyarakat dunia, masyarakat informasi*) een actueel gespreksonderwerp. Veel antropologische literatuur richt zich op 'het vreemde' of 'de Ander'. De beeldvorming van de 'traditionele' of 'authentieke' Ander komt (vaak heel subtiel en impliciet) naar voren in de manier waarop westerse media andere samenlevingen portretteren. Zo begint een reportage over de Aids-problematiek in Rwanda op het NOS-journaal bijvoorbeeld met dansende negers in traditionele kleren ('typisch Afrika'). In deze wereld komt het steeds vaker voor dat (groepen) mensen van verschillende gebieden met elkaar in contact staan en ideeën uitwisselen. Media spelen hierin een grote rol. Antropologie kan bijdragen aan de kennis en beeldvorming over andere samenlevingen, hierin zelfs een voortrekkersrol vervullen. Wanneer antropologen zich meer richten op het globale en overeenkomstige, in plaats van op particularistische en exotische onderwerpen, brengen ze de andere samenleving dichterbij de belevingswereld van het publiek en dragen ze bij aan een beter inzicht in wat er nu speelt in de andere én de eigen samenleving. Ik wil met dit verhaal dan ook niet het Indonesië van armoede en corruptie of van *wayang* en *gamelan* oproepen, maar juist de connectie tonen van Indonesië met de wereldwijde ideeën- en goederenstroom en de technologische dynamiek.

handleiding bij de cd-rom

Bij de uitgeprinte versie van de scriptie zit een cd-rom. In principe wijst alles zich vanzelf wanneer je op de cd-rom het bestand **Start_Hier.html** aanklikt, maar hier volgt toch een korte uitleg.

Op de cd-rom staat de scriptie zelf, opgeslagen in afzonderlijke hoofdstukken. Je kunt de scriptie op verschillende manieren lezen. Het *Portable Document Format* (.pdf) geeft de beste opmaak, de mooiste letters en maakt handige *bookmarks* van de verschillende subkopjes in de hoofdstukken. Voor dit formaat is de Adobe Acrobat Reader nodig. Als dit programma niet geïnstalleerd is op je computer dan kun je de Acrobat Reader vinden op deze cd-rom. Wordt dit allemaal te moeilijk dan kun je de scriptie met de cd-rom ook openen in een gewone browser (.html formaat, de opmaak gaat goeddeels verloren), of in Microsoft Word (.doc formaat, niet voor ieder platform beschikbaar).

Verder staan op de cd-rom de lokale hyperlinks die in de scriptie voorkomen. Deze links verwijzen naar extra (visuele) informatiebronnen, zoals foto's, advertenties, websites en artikelen, die horen bij het onderwerp dat in de tekst behandeld wordt. Hoewel ze in principe geen argumenten bevat buiten de gewone tekst om, maken ze een argument zichtbaarder,

duidelijker en krachtiger. Het zijn vrijwel allemaal *html*-pagina's. Ze zijn dus te openen in een gewone internetbrowser, zoals Netscape of Explorer. Vanuit de tekst kun je klikken op een link en deze pagina opent dan in je voorkeursbrowser. Lokale links zijn onderstreept in het [blauw](#), terwijl links naar pagina's op het internet in [rood](#) zijn onderstreept. Op deze manier weet je of het zin heeft om een link aan te klikken wanneer je geen internetverbinding hebt.

Aan deze cd-rom liggen verschillende ideeën ten grondslag. Het gebruik van een ander medium dan gedrukte tekst past in de eerste plaats bij het onderwerp van deze scriptie. De geschreven tekst is verreweg het belangrijkste. De tekst is te lezen als een op zichzelf staand geheel. Het illustratiemateriaal op de cd-rom is een extra deel van het argument. Visueel materiaal maakt een belangrijk deel uit van de nieuwe media waar deze scriptie over gaat. Beelden dragen informatie over die niet in woorden is te vangen. Al zijn deze beelden door mij uitgekozen, het zijn voor het grootste gedeelte producten van de Indonesische samenleving zelf. Ze maken deel uit van de hedendaagse cultuur in Indonesië en beïnvloeden de manier waarop mensen denken over het internet en moderniteit. Met het presenteren van deze beelden hoop ik de stap kleiner te maken tussen de sociale werkelijkheid en de representatie in tekst. Niet alleen qua inhoud, ook qua vorm is het materiaal op de cd-rom verwant aan het onderwerp dat ik behandel. Teksten brengen informatie veelal in een rechtlijnige structuur, terwijl hedendaagse media zoals het internet informatie vaak op een meer web- of *zap* achtige wijze brengen, met vertakkingen en zijsprongen, zonder de chronologie die kenmerkend is van tekst. Naast de rechtlijnige ordening van de geschreven tekst heb ik geprobeerd om wat van deze webstructuur te integreren in de scriptie.

Ten tweede denk ik dat het gebruik van andere media voor de overdracht van wetenschappelijke kennis kan leiden tot een minder afstandelijke beeldvorming over de Ander. In klassieke antropologische monografieën schept de tekst een zekere afstand tot het onderwerp. Het streven van de antropoloog om de sociale realiteit van anderen te vangen in woorden levert een abstract product op, een boek of een artikel, dat onvermijdelijk een eenzijdig beeld schetst van een samenleving. Als monografieën al beeld gebruiken, dan zijn het vaak nogal gruisige zwart-wit foto's die eerder bijdragen aan het verderweg plaatsen van de Ander dan andersom. Ik hoop dat de foto's, advertenties, webpagina's, aantekeningen en interviews op deze cd-rom bijdragen aan het dichterbij halen van de Indonesische beleving van het internet en moderniteit.

Tenslotte, als derde, zijn de informatiebronnen die ik gebruikt heb makkelijk toegankelijk en controleerbaar. Waar je normaal gesproken nogal wat moeite moet doen om bepaalde citaten en claims van de auteur te achterhalen, kun je nu met een simpele klik op een link nagaan waar een bepaald idee vandaan komt². Een ander probleem ontstaat wanneer je gebruik maakt van 'vluchtige' informatiebronnen, zoals webpagina's die na verloop van tijd *geüpdate* worden en dan niet meer zijn te achterhalen. Op deze cd-rom zijn oude webpagina's bewaard die niet langer *online* zijn.

dank

Dank aan diegenen die hebben bijgedragen aan dit onderzoek en die mij op wat voor manier dan ook gesteund hebben:

² Als je Indonesisch spreekt tenminste ;-). Veel van de bronnen die ik heb gebruikt zijn in het *bahasa Indonesia*. Sommige zijn in het Engels of Nederlands. Ik zal proberen dit zoveel mogelijk aan te geven.

Mijn familie
De UvA
Mijn begeleider Han ten Brummelhuis
Carla voor kopjes thee & commentaar
Flipje & Knoewie
Astrid
Pim en Pat en Florence
Semua anak kos di Anggrek II (*ngarang lu!*)
Benni, Ferri, Adi, Emmy, Elnar, Annas, Stanly, Valery, dll.

Amsterdam, april 2001
Michiel de Lange

michiieldelange@hotmail.com

Hoofdstuk 1

Internet en de *reformasi*: achtergrond en theorie

Internet is *booming* in Indonesië. Hoewel het percentage internetgebruikers in Indonesië slechts een fractie bedraagt van de totale bevolking neemt het internet een zeer opvallende en zichtbare plaats in. Langs de drukste wegen van Jakarta, de Jl. Sudirman/Jl. Thamrin en Jl. Rasuna Said, schreeuwen aan voetgangersbruggen bevestigde plakkaats en bontgekleurde vlaggen in de middenberm tegen elkaar in om aandacht voor de concurrerende websites [Astaga!com](#) en [Satunet](#). In de hal van het winkelcentrum Blok M Plaza deelt een promotieteam flyers uit voor een andere nieuwe website [Boleh.net](#). Als je meedoet met hun loterij kun je een mobiele telefoon winnen of een geldprijs van 10 miljoen *rupiah*, ongeveer fl. 3500,-. Het @ -teken is een trendy symbool geworden. Je ziet het teken overal opduiken. In graffiti op muren en busstoelen. In de titel van het boek [H@rga perempuan](#) (de prijs van een vrouw) over het leven van moderne vrouwen. Op de campus van de prestigieuze Trisakti Universiteit in west-Jakarta waar vlaggen wapperen met de opdruk *Ap@ Usakti?* (wat is Usakti?). Deze universiteit geeft ook [stickers](#) uit met de tekst "*Usakti inside*", gebaseerd op het logo van chipsfabrikant Intel.

Ondertussen schieten de *warnet* (*warung internet* = 'internetwinkel') als paddestoelen uit de grond. Niet alleen op de bekende knooppunten van Jakarta, de drukke straten, winkelcentra, cafés en universiteiten, maar ook steeds dieper de *kampung* wijken in. Met de dag worden de *warnet* drukker bezocht.

In de reguliere media is het internet alomtegenwoordig. Kranten en tijdschriften staan vol met artikelen en speciale bijlagen over het fenomeen internet en stromen over met advertenties voor webservers en notebooks, cursussen en trainingen in het toepassen van webapplicaties, pas gelanceerde websites, dure seminars over *e-commerce*. Goedgebekte presentatrices van hippe radiostations als Hardrock FM kletsen programma's vol met jonge internetondernemers. Televisieshows bieden de kijker de mogelijkheid om vragen te stellen aan de gasten per e-mail.

Betreden we de Indonesische virtuele wereld zelf, dan valt op hoeveel websites er te vinden zijn met het *bahasa Indonesia* als voertaal. Een groot aantal is gebouwd rond het concept van 'nieuwsverstrekking', variërend van politiek nieuws tot de sappigste roddels over Indonesische *celebrities*. De laatste tijd proberen dit soort sites zich te verbreden door meer aandacht te besteden aan dingen die te maken hebben met vrije tijd en door het aanbieden van extra services zoals webmail en chatruimte. De meest recente ontwikkeling evenwel is *e-commerce*. *E-commerce* werd gedurende mijn verblijf in Indonesië een ware hype. Steeds meer mensen in Indonesië zijn geïnteresseerd in geld verdienen via het web. Dat kan op allerlei manieren. Zo zijn er bijvoorbeeld nu al Indonesische *online* veilingen, autokredietverstrekking, Video-CD verhuur en een bloemenboutiek.

een korte geschiedenis

Waar komt deze opvallende aandacht voor het internet vandaan? Welke rol speelt het internet in dit land dat de afgelopen tijd zo sterk in beweging is? Wat betekent het internet voor de Indonesiërs? Deze vragen zijn niet los te zien van de veranderingen die zich kort geleden hebben voltrokken in Indonesië en de ontwikkelingen die thans gaande zijn. De val van het *Orde Baru* ('Nieuwe Orde') regime van Soeharto in mei 1998 luidt het begin in van een nieuw tijdperk: de *era reformasi* ('tijdperk van hervorming').

Hoewel het *Orde Baru* regime van Soeharto graag slingerde met termen als *perkembangan*, *pembangunan* en *kemajuan* (ontwikkeling, 'opstanding' en vooruitgang), ziet de meerderheid van de Indonesiërs het bewind achteraf als een verstikkende deken die de ontwikkeling van het land heeft gesmoord. De massa is door het systeem met opzet achterlijk (*bodoh*) gehouden ten faveure van een kleine groep rond Soeharto, zeggen velen. Geïstitutionaliseerde praktijken als corruptie en vriendjespolitiek hebben grote gaten gevreten uit het toch al broze weefsel van de Indonesische maatschappij en het vertrouwen in de nationale politiek danig geminimaliseerd. Informatie is nooit helemaal te vertrouwen geweest omdat de media aan banden zijn gelegd. Afwijkende meningen zijn met harde hand onderdrukt, politieke oppositie onmogelijk gemaakt, mensenrechten systematisch geschonden. 32 Jaar *Orde Baru* heeft Indonesië een slechte naam bezorgd in de wereld.

In het voorjaar van 1997 treft een zware valutacrisis de economieën van zuidoost-Azië. De *rupiah* duikelt van ongeveer 2.000 naar 17.000 per dollar en klimt langzaam omhoog richting 8.000. Omringende landen weten zich door reorganisaties en wisselingen in de macht vrij snel te herstellen. In Indonesië laat Soeharto zich voor een zevende termijn herverkiezen door het slaafse Volkscongres. Een tijd van ontberingen volgt onder de *krismon* (= *krisis monetair*). Pas na veel geharrewar buigt Soeharto voor het aangeboden hulpprogramma van het IMF. Onder toeziend oog van toenmalig IMF-voorzitter Michael Camdessus tekent hij de voorwaarden, die onder andere sanering behelzen van banken en instellingen grotendeels in eigendom van familie en naasten. De economische crisis legt evenwel een diepere crisis bloot. De *krismon* is het laatste zetje voor Soeharto's legitimiteit, die al op het randje van de afgrond stond na het overlijden van zijn echtgenote en de catastrofale bosbranden die het eilandenrijk de laatste jaren teisterden.

Radicale studentenbewegingen voeren het proces van *reformasi* aan met hun steeds openlijker geuite eisen voor meer democratie. Zij eisen dat er een eind komt aan de dubbelrol van het leger als politieke macht (de zogeheten *dwifungsi*) en de wijdverbreide corruptie, achterklap en vriendjespolitiek (samengevat in de slogan *KKN* = *korupsi, kolusi, nepotisme*). Zoals eerder in de politieke geschiedenis van Indonesië nemen de studenten een heroïsche voortrekkersrol op zich in het mobiliseren van verzet tegen de heersende orde. Het feit dat meer en meer studenten de *krismon* in hun eigen portemonnee beginnen te voelen is ook een reden. Kleinschalige acties op de campus groeien uit tot massale protesten op straat. Niet alleen in Jakarta maar in steden over heel Indonesië klinkt de roep om *reformasi*. Na het doodschieten van vijf studenten bij de Trisakti Universiteit 12 mei 1998 barst de bom. De dagen erna vinden grootschalige plunderingen plaats op symbolen van het Nieuwe Orde bewind zoals winkelcentra, hotels, benzinstations, tolwegen, Chinese winkels, banken, kantoren. Meer dan duizend mensen komen hierbij om het leven. Theorieën doen de ronde dat achter deze uitbarsting van 'spontane volkswoede' een gecoördineerd plan zit om de *reformasi*-beweging in diskrediet te brengen. Ooggetuigen hebben gezien hoe "groepjes kort

geknipte jongemannen, allen bovengemiddeld fors, met busjes zijn aangevoerd en de boel aan het ophitsen waren" ¹.

Hoe dan ook, op 21 mei 1998 treedt Soeharto af. Hiermee is het symbool van het kwaad verdwenen maar de wortels zelf nog niet, zeggen de radicale studentenbewegingen. Zij blijven strijden tegen *KKN* en *dwifungsi* en voor de berechting van Soeharto en zijn *cronies*. Vice-president Habibie is daarom als opvolger van Soeharto nooit serieus genomen door de *reformasi* beweging ². Vrije verkiezingen eind 1999 brengen (met beslissende steun van een nog altijd sterke fractie van Soeharto's Golkar-partij in het Volkscongres) de alom gerespecteerde moslimleider Abdurrahman Wahid aan de macht, die wijselijk als vice-president de populaire Megawati Soekarnoputri (dochter van eerste president Soekarno) van volkspartij PDI-P aanwijst ³.

Wahid, beter bekend onder zijn koosnaam Gus Dur, begint aan politieke hervormingen zoals de onmiddellijke vrijlating van alle dissidenten en de volledige publicatievrijheid van media. Ook zet hij stappen in de richting van sanering en privatisering van staatsbedrijven, rechtsvervolgning van dubieuze figuren uit de periode Soeharto, inperking van de omvang en politieke invloed van de landmacht, het decentraliseren en delegeren van politieke macht naar het niveau van lokale overheden en het gehoor geven aan de eisen van het IMF tot openstelling van handelsgrenzen. Gus Dur reist de wereld over om het vertrouwen in Indonesië terug te winnen onder buitenlandse politici en investeerders. Een veelgehoord commentaar is dan ook dat Gus Dur zich teveel bezighoudt met het buitenland in plaats van met Indonesië zelf. Tijdens dit schrijven heeft Wahid, onder invloed van toenemende kritiek, inmiddels de binnenlandse politiek overgedragen aan zijn vice-president Megawati en is hij verwickeld geraakt in een corruptieschandaal.

era reformasi

Zo is aan het begin van het derde millennium een nieuw tijdperk ingeluid van ongekende vrijheden en mogelijkheden. De lang gekoesterde droom een ontwikkelde natie te worden lijkt eindelijk binnen handbereik. *Reformasi* is niet langer de radicale slogan uit de protestbewegingen. Het is het credo achter een breed pakket aan veranderingen. Niet alleen in het politieke systeem, maar ook op economisch en technologisch gebied en in sociale verhoudingen en mentaliteit. *Reformasi* is komen te staan voor een breuk met het verleden en de belofte van een nieuw tijdperk waarin Indonesië aansluiting hoopt te vinden bij de ontwikkelde landen.

¹ Een dergelijke beschrijving heb ik van meerdere mensen gehoord. Nu zijn complottheorieën erg populair in Indonesië, evenals de claim "ik was erbij" wanneer het gaat om de voorvallen rond het aftreden van Soeharto. Van één persoon weet ik dat hij daadwerkelijk aanwezig was bij de rellen omdat hij daarvan foto's gemaakt heeft die ik gezien heb.

² "*Tolak Habibie!*" ("weiger Habibie") staat nog altijd overal op muren en bushokken in Jakarta. De kwestie Habibie vormde de inzet van verdere protesten waarbij op een gegeven moment zelfs het parlamentsgebouw is ingenomen door een enorme massa actievoerders.

³ Golkar = *Golongan Karya* ('Arbeidspartij'), de partij van president Soeharto. Voor de vorm mochten onder zijn bewind twee andere partijen bestaan: ten eerste de PDI (= *Partai Demokratis Indonesia*: 'Democratische Partij Indonesië'), een democratische volkspartij met oog voor de sociaal minder bedeelden. In 1996 ontstond de afsplitsing PDI-P (de toevoeging staat voor *perjuangan* = 'strijdend') met de immens populaire Megawati aan het hoofd nadat zij tijdens een georkestreerde partijbijeenkomst was vervangen door een stroman van Soeharto. Ten tweede de PPP (= *Partai Persatuan Pembangunan*, de Eenheidspartij voor ontwikkeling), de Islamitische partij. Op deze manier probeerde Soeharto de verschillende stromingen onder de bevolking in te kapselen binnen zijn bestuur.

Onder druk van instituties als IMF, WTO en Wereldbank houdt het neoliberale vrijemarktdenken een triomftocht door de wereld. Ook Indonesië zal de handelsgrenzen openen en deel gaan uitmaken van de regionale handelsorganisatie AFTA (*Asian Free Trade Association*). De nationale overheid krimpt in en draagt een deel van haar bestuurlijke macht over aan de regio. Voormalige overheidsinstellingen berucht om hun logheid en starre bureaucratie, zoals telecommunicatiebedrijven PT Telkom en PT Indosat, zijn grotendeels geprivatiseerd en nemen een jonge en dynamische uitstraling aan. Zij springen in op de markt voor mobiele telefonie en internet. Het is de tijd van de *new economy*. Deze term verwijst naar het technologische en informationele karakter van veel hedendaagse ondernemingen. In Indonesië staat 'de nieuwe economie' tevens voor een flexibel klimaat waarin je een eigen *bisnis* kunt beginnen zonder connecties te hoeven hebben met hoge pieten in de politiek of een langdurig en ingewikkeld bureaucratisch stappenplan te moeten doorlopen met betaling van het nodige *uang rokok*⁴.

Opvallend is het enthousiasme waarmee hedendaagse technologie wordt verwelkomd als de sleutel tot een nieuw en modern Indonesië. Met grote gretigheid lijven mensen de mobiele telefoon en de computer in bij de goederen waar als moderne mens niet meer zonder te leven valt. Nooit eerder kon zoveel informatie zo snel en in volledig vrijheid verkregen en verspreid worden. Deze technologie verbindt Indonesië met de rest van wereld, niet alleen fysiek, maar ook in symbolisch opzicht. Indonesië hoort erbij.

Reformasi heeft ook het gewone volk een luider stem gegeven. Nooit meer zullen zij zich dom laten houden door het systeem. Zijn zij het niet eens met beslissingen die over hun hoofden genomen worden, dan gaan zij de straat op. Megafoons, fluitjes, spandoeken en bandana's zijn hun wapens. Als bondgenoten hebben zij bovendien de camera's en pennen van een groot aantal media en een groeiende groep linkse intelligentsia⁵. De issues schijnen soms van ondergeschikt belang tijdens de protestacties die meer weg lijken te hebben van een vrolijk en zelfbewust toneelspel waarmee de demonstranten hun pas verworven assertiviteit en macht binnen het nieuwe democratische systeem willen laten zien.

Over het 'moderne Indonesië' zijn de laatste paar jaar twee zeer interessante werken verschenen, geschreven door antropologen aan de Universiteit van Amsterdam. Het eerste is *Airconditioned Lifestyles: de nieuwe rijken in Jakarta* (1997) van Lizzy van Leeuwen. Haar aandacht gaat uit naar de exorbitante leefwijze van de *nouveau riche* die het helemaal gemaakt hebben onder het Nieuwe Orde bewind. Deze groep vormt de elite, een kleine 'kaste' die zijn bevoorrechte positie te danken heeft aan het systeem. Deze groep kenmerkt zich onder andere door het belang dat de leden hechten aan overdadige consumptie van bepaalde goederen als symbolen van status en moderniteit en aan de vorming van informele onderlinge netwerken als een middel om hogerop de maatschappelijke ladder te komen.

⁴ *uang rokok* = 'rookgeld', het eufemisme voor geld dat onderhands betaald wordt voor een onofficiële dienst. Dit kan wat kleingeld zijn voor een paar jochies die even op je auto passen en het verkeer voor je tegenhouden bij een uitrit. Het kan ook in de miljoenen *rupiah* lopen om een handelsorder binnen te halen.

⁵ Ik zou niet durven zeggen of 'links' een wedergeboorte doormaakt of slechts ontwaakt uit een sluimerend bestaan onder het repressieve regime van Soeharto. In ieder geval is het aanbod aan recente boeken over Karl Marx en communistische iconen als Che Guevarra en Tan Malakka in de grote boekhandels zoals Gramedia opvallend ruim. Deze boeken zijn niet ergens achter in de winkel weggestopt maar liggen in hoge stapels op opvallende plekken. Daarnaast bestaan er veel studentenbewegingen en LSM's (*Lembaga Sosial Masyarakat* = 'sociale volksbeweging') die zich bezighouden met het emanciperen van de arme rurale bevolking en vechten voor andere 'linkse issues' zoals de ratificatie van het verdrag voor universele mensenrechten, de strijd tegen de neoliberale economie en privatisering van publieke diensten.

Het andere boek is *Dromenjagers in Bandung: twintigers in het moderne Indonesië* (2000) van Yatun Sastramidjaja. Yatun heeft onder jongeren in Bandung de *lifestyle* van prestige onderzocht. Indonesische jongeren worden gevormd door zowel de Nieuwe Orde ideologie als door "de beelden en concepten van MTV, Hollywood en Cosmopolitan" (Sastramidjaja 2000: 13). Deze laatste invloeden vormen nieuwe en afwijkende referentiekaders die een grote aantrekkingskracht hebben op jongeren. In een maatschappij waarin er geen plaats is voor veranderingen creëren jongeren hun eigen wereld waar alles draait om snel en makkelijk veel geld verdienen en een glamourleventje van luxe, gevuld met materiële goederen, drugsgebruik en vrije seks. In haar analyse betoogt Yatun dat hoewel de cultuur van consumptie zijn oorsprong vindt in de ideologie van het *Orde Baru* systeem, het in zijn excessieve gedaante een vorm van verzet is tegen de gevestigde structuur.

Het thema 'consumptie' neemt in beide werken een belangrijke plaats in. Zowel de mate waarin als de wijze waarop er geconsumeerd wordt zijn belangrijke graadmeters van moderniteit. Ook in deze studie zal dit naar voren komen. Beide analyses benadrukken echter hoofdzakelijk de lokale en nationale context van het begrip moderniteit, waarin de *Orde Baru* ideologie het voornaamste referentiepunt is. Deze opmerking is zeker niet als kritiek bedoeld, aangezien in de tijd waarin beide auteurs hun onderzoek deden het Nieuwe Orde regime nog altijd een sterke greep op de Indonesische samenleving had, ook al waren er flinke scheuren en barsten aan het ontstaan. Vooral Yatun geeft aan hoe hierin de loten van vernieuwing beginnen te kiemen. Met de val van Soeharto in mei 1998 is Indonesië echter definitief 'opengebroken' voor allerlei invloeden en processen met een bredere spanne dan de nationale politiek. In Indonesië is een nieuw post-*Orde Baru* discours over moderniteit aan het ontstaan met een 'globaal-technologisch' karakter.

vraagstelling en theoretische achtergrond

De hoofdvraag waar ik met deze studie antwoord op wil geven luidt:

Welke rol speelt het internet in de ideeën over moderniteit in het Indonesië van na de *reformasi*?

Hieronder zal ik verduidelijken wat ik bedoel met:

- de rol van internet.
- ideeën over moderniteit.
- het Indonesië van na de *reformasi*.

Daarbij zal ik ingaan op de theoretische achtergronden en vraagstukken die in deze scriptie aan de orde komen.

de rol van internet

Het woord 'rol' kunnen we ontleden in twee componenten: functie en betekenis. Dit is een dualisme dat we vaak tegenkomen in het denken over techniek en over materiële cultuur in het algemeen. De functie van een object is hetgeen de gebruiker ermee kan doen. Betekenis verwijst naar het gebied van het ideële: uitstraling, esthetiek, karakter, waarde. Functie en betekenis zijn niet los van elkaar te zien. Immers, iets heeft geen functie zonder een (menselijke) betekenisgever die dit object het predikaat 'bruikbaar' opplakt. En omgekeerd,

betekenissen die mensen aan een object toedichten hebben vaak weer een bepaalde functie binnen de sociale context waarin dat gebeurt ⁶.

Wanneer we deze dialectiek erkennen, wijst het functie-betekenis dualisme op een belangrijk punt. Technologie is niet louter een middel waarmee de mens ingrijpt in zijn omgeving, maar wordt tevens tot subject gemaakt van voorstellingen en fantasieën die hooguit in een associatieve relatie staan tot de functionaliteit. Deze voorstellingen krijgen een eigen dynamiek, los van de veronderstelde 'pure' functie. Een apparaat of ding krijgt als het ware een eigen 'karakter' ⁷. In de eerste plaats geven mensen aan technologie vaak een intrinsieke waarde. Voor sommigen is technologie iets goeds terwijl het voor anderen het kwade vertegenwoordigt. Zo staat de voorliefde van techno-geeks voor de technologische wereld van *science fiction*, *games* en *cyberspace* lijnrecht tegenover het streven van Luddisten en hedendaagse New Age bewegingen de mens los te maken van technologische dominantie, om twee extreme visies te noemen ⁸. Maar het gaat verder dan alleen goed of slecht. Mensen gebruiken technologie niet alleen, zij 'belevan' het ook. Het medium definieert hen als individu en als lid van een groep. Een voorbeeld is de cultstatus van de Harley-Davidson motorfiets onder lieden als Hells-Angels. De motor is een icoon van vrijheid, rebellie, antiburgerlijkheid, etc. Of neem de liefhebbers van vinyl. De plaat staat bij hen voor het warme, pure en oorspronkelijke in de muziek, in tegenstelling tot de kille commercie van de CD.

Zo ook met het internet. Dit medium wordt omgeven door een discours van enthousiasme en technologisch optimisme. Dit discours benadrukt de mogelijkheden van het internet voor individuele expressie, de vorming van 'virtuele gemeenschappen', de onbegrensde *business opportunities* en herziening van internationale relaties. Rond het internet hangt een "new frontier spirit". *Cyberspace* is een nog onontgonnen gebied waar geen centraal gezag heerst ⁹. Het is jong, individualistisch, anarchistisch, een tikje rebels zelfs, en vooruitstrevend (Dery 1994; Jones 1997: 22).

Dit beeld komt ten dele voort vanuit de geschiedenis en de mogelijkheden van netwerktechnologie. In 1969 heeft het Amerikaanse Ministerie van Defensie in samenwerking met verschillende universiteiten en onderzoeksinstituten het ARPANET opgezet dat bedoeld is als een communicatiesysteem dat zelfs na een zware atoomaanval nog steeds zou functioneren ¹⁰. Al spoedig echter beginnen mensen het medium te gebruiken voor persoonlijke communicatie. De ontwikkeling van netwerktechnologie drijft steeds verder af

⁶ Dit is de aloude kwestie van het primaat van het materiële of het ideële: komt betekenis voort uit functie of komt functie voort uit betekenis? Beide standpunten reduceren de andere term tot een secundair verschijnsel van het eigen hoofdbegrip.

⁷ De vermenselijking van techniek is een oud thema. De Golemmythe, Frankenstein en de intelligente computer Hal 9000 uit Kubrick's *2001: A Space Odyssey* zijn bekende kritieken op dit verschijnsel. Ook veel niet-westerse volken geven hun artefacten leven: Trobrianders aan hun schelpen, Javanen aan *gamelan*instrumenten, Indianen aan totempalen, Afrikanen aan '*talking drums*'. In traditioneel-antropologische termen heet dit dan magie of fetisjisme.

⁸ Luddisme was een arbeidersbeweging die begin vorige eeuw in Engeland ontstond als reactie op de onmenselijke omstandigheden in de fabrieken. De industriële slavernij kon alleen doorbroken worden door vernietiging van machines en fabrieken.

⁹ En waar fortuin te halen valt: internetbedrijven blijven stijgen op aandelenbeurzen, ook al hebben ze nog geen cent winst gemaakt, zoals gezegd wordt van boekenverkoper Amazon.com. Het verkopen van dit soort ideologische constructies (Internet als het nieuwe 'Klondike') is precies waar de informatiemaatschappij om draait.

¹⁰ Ook in het geval van het internet zien we dat de ontwikkeling van nieuwe technologie hoofdzakelijk wordt gestimuleerd door dreiging van oorlog (een idee van Anthony Giddens, in Webster 1995: 52-73).

van de oorspronkelijke militaire doeleinden. In 1978 vinden twee studenten het modem uit waardoor informatie direct via de telefoonlijn kan worden verzonden zonder tussenkomst van mogelijk controlerende instanties. De ontwikkeling van het TCP/IP protocol maakt snelle datastromen tussen verschillende computers mogelijk. De nieuwe software wordt zonder commerciële doeleinden voor iedereen opengesteld. Nieuwsgroepen op het internet ontwikkelen zich tot vrijplaatsen voor uiteenlopende meningen en interesses met eigen stelsels van normen en waarden (Castells 1996: 352-358).

Het discours rond het internet kan niet alleen vanuit de functie of de oorsprong begrepen worden. De wijze waarop gebruikers hun eigen voorstellingen construeren rond technologie vindt plaats binnen de gemeenschappen die zij vormen in *cyberspace*. Voor veel mensen is het internet niet louter een middel voor communicatie en het verkrijgen van informatie, maar een doel op zich. Inloggen op het wereldwijde netwerk is voor hen de aanloop tot een verblijf in één of meerdere sociale settings waar bepaalde culturele omgangsregels en waarden gelden. Communicatie per computer (*computer mediated communication: CMC*) is een nieuw gebied dat pas de afgelopen jaren door een groter publiek ontdekt wordt. Verschillende auteurs wijzen op de *new frontier spirit* en het pioniersgevoel dat zowel leeft onder internetgebruikers (zie bijv. Castells 1996: 352-358; Dery 1994: 18; Jones 1997: 22) als onder de sociale wetenschappers die zich bezighouden met het bestuderen van *CMC*, "driven by the sense that we are embarking on an adventure in creating new communities and new forms of community" (Jones 1998: 8-9).

Aan de ene kant hebben we een structureel discours, een stelsel van gedeelde voorstellingen en fantasieën, dat voorschrijft hoe technologie gebruikt en beleefd dient te worden. Niet zelden echter construeren consumenten functies en betekenissen rond objecten die verschillen van de intentie waarmee de producent iets gemaakt heeft. In haar onderzoek naar het gebruik van openbare ruimte in Costa Rica hanteert Setha Low het begrippenpaar sociale productie en sociale constructie om dit verschijnsel te beschrijven. Sociale productie omvat de sociale, economische, ideologische en technologische factoren die een materiële *setting* creëren: het gemeentebestuur van de hoofdstad heeft een stadspark aangelegd met het idee dat daar kinderen kunnen spelen en mensen kunnen recreëren en flaneren. Sociale constructie is de wijze waarop mensen die *setting* ervaren en betekenis geven middels processen van uitwisseling, conflict en controle: al snel wordt het park overgenomen door straatverkopers en zwervers die het gaan beschouwen als hun terrein (Low 1996: 862).

Deze termen zijn goed toepasbaar voor een analyse van het gebruik van 'virtuele ruimte' waarbij aandacht gegeven wordt aan *agency*, oftewel de mens als handelend subject. In Indonesië spelen de nationale overheid, het bedrijfsleven, de consument/gebruiker en zelfs de niet-gebruiker een rol in de productie en de constructie van het internet. Daarnaast hebben ook producenten en consumenten op wereldschaal invloed op de wijze waarop lokale productie en constructie plaatsvindt.

Het internet is dan ook geen vanzelfsprekende en eenduidige entiteit. Een veelgebruikt onderscheid bij de productie van informatie op het internet is tussen *form* en *content*. *Form* verwijst naar de uiterlijke verschijningsvormen van het internet. Zo zijn er de verschillende toepassingen: World Wide Web, e-mail, IRC (chat), FTP, prikborden, nieuwsbrieven, enzovoorts. De manier waarop informatie wordt overgedragen kunnen we onderverdelen in *broadcast* en *narrowcast*: is de informatie beschikbaar voor een brede groep mensen of wordt deze verzonden naar iemand in het bijzonder? Ook de presentatie valt onder *form*: ziet het aangeboden er verzorgd en gelikt uit of amateuristisch? Welke *lay-out*, stijl en applicaties zijn gebruikt?

Content verwijst naar de inhoudelijke kant van de informatie op het internet. Commercieel of niet-commercieel, serieus of onderhoudend en *mainstream* of *underground* zijn categorieën om informatie in te plaatsen. Grenzen zijn echter niet altijd scherp te trekken. Veel commerciële bedrijven bieden bijvoorbeeld gratis software aan voor particuliere gebruikers. Niet-commerciële organisaties laten zich sponsoren en bestoken de bezoeker met *banners* en *pop-ups*. Ook de categorieën serieus en entertainment versmelten. Veel nieuwssites bieden ook informatie aan op het gebied van vrije tijd. De *underground* op het net bestaat uit de uiteenlopende biotopen van groepen met ófwel zeer obscure en bizarre voorkeuren, óf wier activiteiten niet overeenkomen met nationale en/of internationale wetten, zoals bepaalde *hackers* ('inbrekers') en *crackers* ('softwarepiraten')¹¹, liefhebbers van kinderporno, extremistische politieke of religieuze groeperingen. De pornografische sites die het grootste deel van het web vormen kun je moeilijk mainstream noemen.

Niet alleen de productie maar ook de sociale constructie van het internet is zeer divers. Is het internet een anarchistische vrijhaven voor allerlei (dissidente) meningen en activiteiten of is het de jongste commerciële goudmijn? Is het een plek voor entertainment en tijdverdrijf of is het serieus, informatief en zakelijk? Is het internet een ideaal medium voor de zelfexpressie van ieder individu of is het internet een exclusief domein voor de technologische elite? Staat het internet voor wereldwijde moderniteit of juist voor de teloorgang van de eigen moraal?

ideeën over moderniteit

Wiens ideeën over moderniteit? Ik zal kijken naar de voorstellingen van mensen die professioneel bezig zijn (of in de toekomst iets willen doen) met het internet, naar de ideeën die leven onder gewone internetgebruikers (vooral van jongeren) en van 'het publiek'. De aandacht gaat vooral uit naar de gematigde en seculiere opvattingen over vooruitgang. Ook andere opvattingen over moderniteit zullen evenwel ter sprake komen.

Waaruit zijn die ideeën af te leiden? Als eerste zal ik me richten op het begrip moderniteit in de 'echte wereld' (*dunia nyata*). Het dagelijkse handelen en denken en de interactie van mensen, berichten en advertenties in de reguliere media, het gebruik en de inrichting van openbare ruimte beschouw ik als belangrijke bronnen waar opvattingen over moderniteit uit zijn af te leiden.

Vervolgens kijk ik naar de invullingen die mensen geven aan het begrip moderniteit in de 'virtuele wereld' (*dunia maya*). Deze opvattingen over moderniteit blijken uit de sociale context van *online* gemeenschappen. De kwestie die onderzoekers van 'virtuele gemeenschappen' blijft bezighouden is in hoeverre dit echte gemeenschappen genoemd mogen worden. Dit vereist een nadere definitie van 'gemeenschap'. In de klassieke sociologische literatuur zijn grote gemene delers in omschrijvingen van het begrip *community* het hebben van een eigen territorium en sociaal systeem en het bestaan van een gevoel erbij te horen (Jones 1998: 17). Je zou kunnen betogen dat *online* gemeenschappen hieraan voldoen. Critici vinden echter dat het begrip te zeer uitgehold wordt wanneer de clusters van in hun ogen 'oppervlakkige' relaties op het net doorgaan voor gemeenschappen. Contacten zijn vaak gebaseerd op één enkel overeenkomstig interessepunt. Er zijn nauwelijks disciplinaire

¹¹ Deze vertalingen van de termen *hacker* en *cracker* is wat er in de volksmond onder verstaan wordt. Sommige mensen die hun eigen programma's schrijven of bestaande programma's modificeren naar eigen behoefte noemen zich ook *hacker* en duiden de inbrekers dan weer aan met de term *cracker*.

middelen om mensen te socialiseren binnen een gemeenschap. Getypte woorden kunnen nooit de subtiliteit van echte communicatie vervangen¹².

Dit soort kritieken gaan uit van een nogal conservatief en absolutistisch begrip van wat 'echte' gemeenschappen zijn. Ik zou daarom Benedict Anderson willen volgen die gemeenschappen ziet als verbeelde eenheden. Net als nationale staten dienen we *online* gemeenschappen te beoordelen op grond van hun echtheid, kracht en waarde in de verbeelding van de leden. Natuurlijk zijn er verschillen tussen communicatie per computer en communicatie *in real life*¹³. Communicatie per computer geeft grote bewegingsvrijheid wat betreft de *setting* waarin je je wilt begeven en een hoge mate van autonomie wat betreft de keuze voor een rollenpatroon (sexe, status, klasse, sociale positie). Een belangrijk kenmerk van *online* gemeenschappen is de factor individuele keuzevrijheid en zelfbeschikking. Meer dan in het 'echte leven' kunnen mensen hun contacten en sociale relaties zelf vormgeven en voorzien van inhoud en gewicht (zie Jones 1998: 11-12). Een belangrijke vraag die ik in deze scriptie wil stellen is hoe de ontwikkeling van 'virtuele gemeenschappen' op het internet in Indonesië bijdraagt aan het project van vooruitgang en moderniteit.

Wat is moderniteit? Moderniseringstheorieën uit de jaren '50 en '60 zochten een verklaring voor de verschillen tussen landen in de mate van industrialisering. Modernisering werd gezien als een rechte lijn die langs verschillende stadia van ontwikkeling loopt. Deze theorieën maakten een onderscheid tussen traditionele en moderne samenlevingen. Traditionele maatschappijen zijn star, statisch, homogeen, gebaseerd op verwantschap en fatalistisch. Moderne maatschappijen zijn pragmatisch, dynamisch, gedifferentieerd, gebaseerd op verdienste en rationeel (Webster 1990: 49-50). De sleutel tot ontwikkeling en vooruitgang is het succes waarmee een maatschappij de transitie kan maken van traditioneel naar modern.

De sociale wetenschappen hebben veel kritiek geleverd op het denken in 'fasen van ontwikkeling'. Een van de sterkste argumenten is dat modernisering niet noodzakelijkerwijs langs dezelfde weg hoeft te verlopen als in de westerse landen gebeurt is. Ontwikkeling is geen universeel proces via vaststaande stadia. Als reactie op die voorstelling benadrukten de linkse *dependentia* theorieën uit de jaren '70 de wereldwijde relaties van afhankelijkheid tussen arme en rijke landen. Het is niet traditie of een soort inherente achterlijkheid die de ontwikkeling van arme landen tegenhoudt maar de economische wurggreep waarin de rijke landen de armere landen houden.

Recente 'postmoderne' geschriften over moderniteit lijken zich over het algemeen niet meer zo met de politiek van ontwikkeling te willen inlaten. Als er al sprake is van een (impliciete) boodschap dan lijkt dat een pleidooi te zijn voor de universele erkenning van lokale en eigen vormen van ontwikkeling. Veelgenoemde kenmerken van hedendaagse moderne samenlevingen in de literatuur zijn *consumerism*¹⁴, individualisme, globalisering, informatialisering en de (hernieuwde) aandacht voor de eigen identiteit.

¹² De trend is evenwel het zo dicht mogelijk benaderen van *face-to-face* interactiviteit met hulpmiddelen als webcams en microfoons.

¹³ Het feit dat de afkorting IRL (*in real life*: de antithese van hetgeen *online* plaatsvindt) behoort tot de standaard '*netspeak*' geeft al aan hoezeer internetgebruikers zich bewust zijn van het virtuele karakter van hun relaties.

¹⁴ In het Nederlands bestaat hiervoor het woord consumentisme dat echter meer doet denken aan de consumentenbond en zeurende klanten dan aan consumptie als sociaal-cultureel verschijnsel. Omdat de term *consumerism* inmiddels een soort 'vakterm' is geworden zal ik dit Engelse woord gebruiken.

In Indonesië zien we een beetje van al deze gedachten terug in de populaire denkbeelden over moderniteit. Het beeld dat de meeste Indonesiërs hebben van ontwikkeling is voor een deel gebaseerd op het 'laddermodel' uit de moderniseringstheorieën. Veel mensen vinden dat er een rangorde te maken is in ontwikkelingspeil waarbij niet alleen staten maar ook volkeren en individuen kunnen worden ingedeeld op de ladder van vooruitgang¹⁵. Een flink deel van de Indonesische bevolking vindt daarnaast, in lijn met het kritische gedachtegoed van de jaren '70, dat het westen, in het bijzonder Amerika, zich teveel bemoeit met binnenlandse aangelegenheden van ontwikkelingslanden. Westerse landen proberen hun eigen modellen van ontwikkeling op te dringen aan de ontwikkelingslanden zonder dat daarvoor een voedingsbodem in de lokale cultuur aanwezig is¹⁶. Vooral de kwestie rond universele mensenrechten (*hak asasi manusia*) is een heet hangijzer. De afgelopen decennia is in Indonesië een welvarende stedelijke middenklasse ontstaan met een consumptieve levensstijl. Consumptie is onder het Nieuwe Orde bewind een van de belangrijkste graadmeters geworden van de ontwikkeling van het land. In de meest recente ideeën over moderniteit en vooruitgang tenslotte komen termen voor als *masyarakat informasi global* (globale informatiemaatschappij), *era informasi* (informatietijdperk), *revolusi digital* (digitale revolutie), *sumber daya manusia* ('human resources'), *knowledge based society* en *knowledge economy*.

consumerism

Indonesiërs maken een onderscheid tussen enerzijds moderniteit op een gemeenschappelijk niveau en anderzijds moderniteit als een individueel kenmerk. Bepalend voor het gemeenschappelijke niveau is de technologische standaard van het land, de gezondheid en aard van de economie, het politieke systeem, de inrichting en het gebruik van openbare ruimte, de sociale standaard en de mentaliteit van de bevolking. Indonesiërs hebben geen al te hoge pet op van de resultaten die onder 32 jaar Nieuwe Orde geboekt zijn op dit vlak, blijkens standaard uitspraken als: "het is hier een rotzooitje" (*kacau*), "Indonesië loopt achter" (*terbelakang*), of "Indonesiërs zijn niet gedisciplineerd genoeg" (*kurang berdisiplin/bertaat*). Naar het woord zou het Nieuwe Orde bewind zorgdragen voor de ontwikkeling van land en volk. De praktijk was echter dat het bewind zorg droeg voor de ontwikkeling van de bankrekeningen van een bevoorrechte groep rond Soeharto. Iedereen die eromheen hing probeerde een graantje mee te pikken. Onder deze omstandigheden heeft een mentaliteit kunnen ontstaan waarin mensen hun blik gericht hielden op de sport boven hen zelf op de sociale ladder. Het streven was zo dichtbij mogelijk te komen tot de kern rond Soeharto. Opwaartse sociale mobiliteit en de bijbehorende luxe en prestigieuze levensstijl werd tot doel gesteld van de middenklasse die ontstond in het kielzog van de kleine groep exorbitant rijken.

Een consumptieve levensstijl is in Indonesië de meest opvallende uitdrukking van individuele moderniteit. Middels een prestigieuze *lifestyle* (*gaya hidup*) kun je je onderscheiden van de achterlijke massa. Een opvallende paradox is dat er een maatschappelijke definitie bestaat van een moderne *lifestyle* als een dynamisch stelsel van stilzwijgende regeltjes die nageleefd dienen te worden, maar dat juist het individu dat oprecht en op originele wijze deze regeltjes aan de kaak stelt, tart, en verandert, wordt gezien als een

¹⁵ Dit categoriseren neemt vaak zelfs racistische trekjes aan, waarbij hoe donkerder de huidkleur des de primitiever.

¹⁶ In dergelijke bewoordingen heeft het *Orde Baru* regime kritiek op het ondemocratische karakter van de Indonesische politiek vaak gepareerd. Sinds het ontstaan van de Indonesische staat heeft de overheid begrippen als *panca sila* (vijf fundamenteën), *gotong royong* (wederzijdse hulp), *musyawarah* en *mufakat* (overleg en overeenstemming) gecultiveerd als een oorspronkelijke, eigen vorm van bestuur.

werkelijk 'modern' persoon¹⁷. Individuele *lifestyle* als graadmeter van moderniteit is voor een belangrijk deel gebaseerd op originaliteit, non-conformisme en zelfexpressie.

'Algemene moderniteit' heeft als een vaststaand doel de ontwikkeling van de maatschappij in het vizier en streeft een zekere mate van gelijkheid na. 'Individuele moderniteit' daarentegen wordt telkens opnieuw gedefinieerd aan de hand van actuele *lifestyles* en benadrukt de verschillen in welvaart, status en mentaliteit met de niet-moderne medemens. De prestigieuze leefwijze is enerzijds, in de termen waarmee Lizzy van Leeuwen de klasse der nieuwe rijken in Jakarta typeert, een stratificatie op basis van 'wij' tegenover 'zij' en gericht op stabiliteit en herhaling van dezelfde consumptiepatronen (Van Leeuwen 1997: 109-115). Deels echter is het ook een 'ik' tegenover 'jou' en een voortdurende uiterlijke vernieuwing van consumptiepatronen.

De moderne mens definieert zichzelf middels zijn materiële 'verpakking'. De fascinatie voor 'dingen' in hedendaagse samenlevingen, de betovering door het materiële, valt onder het thema *consumerism*. Er is sprake van een consumptiemaatschappij wanneer de meeste mensen geen directe relatie hebben tot de productie en distributie van goederen en diensten, zegt consumptiespecialist Daniel Miller in het voorwoord van het boek *Acknowledging Consumption: a review of new studies* (1995: 17). Consumptie is voor die mensen de enige manier om een relatie met de wereld te kunnen aangaan.

Miller identificeert twee extreme houdingen ten opzichte van het fenomeen consumptie. Aan de ene kant zien zowel asceten van links als rechtse conservatieven consumptie als een "*fall from grace*" (Miller 1995: 28). Wijdverspreid zijn de ideeën dat consumptie eigenlijk iets oppervlakkigs is, dat het leidt tot teloorgang van lokale traditie en dat het een a-sociale maatschappij creëert. Miller verwerpt deze stellingname, evenals de andere extreem: consumptie als "*the paragon of creative individualism*". In deze visie die steeds meer voorkomt in studies naar moderne cultuur, is de consument "*a kind of artist of popular culture, painting on the canvas of our world a tapestry of colourful subcultures in an explosion of celebratory 'identities'.... Absurdly, consumption becomes 'the transgressive tactics of the weak'*" (ibid: 29). Consumptie is noch inherent goed noch slecht, stelt Miller. Het is "*simply a process of objectification - that is, a use of goods and services in which the object or activity becomes simultaneously a practice in the world and a form in which we construct our understandings of ourselves in the world*" (ibid: 29-30).

Deze houdingen ten opzichte van consumptie zijn ook in Indonesië waar te nemen. Aan de ene kant zien veel Indonesiërs consumptie als betekenisvol voor hun moderne identiteit. Het feit dat zij zich dingen kunnen veroorloven die buiten het bereik van anderen liggen, dezelfde dingen als 'geslaagde mensen' van over de gehele wereld, is een reden tot trots (*bangga*) en prestige (*genssi*). Aan de andere kant is er veel kritiek op het klakkeloos overnemen van allerlei westerse levenswijzen en de vermeende teloorgang van eigenheid (zie Sastramidjaja 2000: 47-52).

Ik zal betogen dat met de *reformasi* een andere invulling aan consumptie en moderniteit aan het ontstaan is, waarbij men meer belang hecht aan authenticiteit, kennis en

¹⁷ Tot op zekere hoogte natuurlijk... Zij die de regels te ver overtreden wacht het stempel 'gek' en maatschappelijke uitsluiting. Adorno en Horkheimer hadden een wel zeer cynische visie op de productie en constructie van *lifestyle*. Zij beschreven de industrie rond de productie van massacultuur die in de jaren '40/'50 opkwam in Amerika. Enerzijds was deze industrie sterk gericht op standaardisering. Tegelijkertijd claimde de industrie originaliteit en speelde in op 'pseudo-individualiteit'. Pseudo-individualiteit bestond in wezen uit niet meer dan oppervlakkige veranderingen die originaliteit suggereerden binnen het stramen van gestandaardiseerde productie. Verpersoonlijkte massacultuur was in hun visie een makkelijke en kortstondige uitvlucht uit de saaiheid van het alledaagse bestaan en had als uiteindelijk gevolg dat mensen zich schikten in de status-quo (Negus in: DuGay (ed.) 1998: 74-77).

eigen verdienste en minder aan prestige en rijkdom die vergaard is via vriendjespolitiek. Een belangrijke vraag die ik wil stellen is hoe het internet in Indonesië 'geconsumeerd' wordt als een wereldwijd massaproduct en op welke manieren het tot 'iets eigens' gemaakt wordt.

de informatiemaatschappij

Consumerism speelde ten tijde van Nieuwe Orde bewind een grote rol in de definities en uitdrukkingen van moderniteit. In de meest recente opvattingen over moderniteit nemen informatie- en communicatietechnologieën een belangrijke plaats in. Een omschrijving van techniek en technologie:

[T]echniek in brede zin staat voor het geheel van ingrepen waarmee de mens probeert zijn omgeving te beheersen. Vaak zullen deze ingrepen neerslaan in materiële artefacten, gereedschappen, machines, werktuigen en apparaten, maar dat is niet noodzakelijk. Met name in de moderne tijd is techniek ook aanwezig in de menselijke relaties en maatschappelijke instituties waar bijvoorbeeld over vergader-, beleids- en communicatietechnieken wordt gesproken. Techniek staat in dit geval voor een mentale houding waarin de hele omgeving instrumenteel en methodisch wordt benaderd. Vooral de natuurwetenschappelijke, maar ook de menswetenschappelijke kennis geeft voeding aan de technische benaderingswijze. Vaak wordt vanwege het belang van deze kennis, die onlosmakelijk verknoopt is met de praktische techniek, over technologie gesproken. Technologie geldt dan als een synoniem voor moderne techniek en zo zullen wij het ook gebruiken.

.... Moderne techniek bestaat vooral uit het doelgericht en systematisch ontwikkelen en toepassen van wetenschappelijke kennis om praktische problemen op te lossen, terwijl traditionele techniek veel meer op cultuurgebonden kunde beruiste. (Achterhuis 1992: 24-5).

Ten eerste wijst dit citaat op het 'mentale' aspect van moderne techniek. Techniek is meer dan alleen een tastbaar medium. Het is tevens een systematische en geordende manier van denken. Een tweede belangrijk punt uit bovenstaande passage is de infrastructurele en institutionele stelling rond hedendaagse techniek. De stelling dat moderne techniek niet langer bestaat uit cultuurgebonden vaardigheden ("traditionele techniek") wijst, als derde punt tenslotte, impliciet op de wereldwijde toepassing en invloed ervan. Dit zijn veelbesproken kenmerken van wat wel de 'informatiemaatschappij' genoemd wordt¹⁸.

Deze omschrijving is echter alleen gericht op de toepassingsgerichte kant van technologie. Wat zijn die "praktische problemen" uit het citaat waar technologie een oplossing voor biedt? Betekent dit dat ooit alle problemen de wereld uit zullen zijn wanneer de technologie maar ver genoeg ontwikkeld wordt? Of creëert nieuwe technologie juist telkens weer nieuwe 'problemen'? Problemen die, zoals het snelle ondernemers-cliché wil, eigenlijk nieuwe uitdagingen zijn?

¹⁸ Zie bijvoorbeeld Webster: *Theories of the Information Society* (1995) en het drieluik van Manuel Castells *The Information Age: economy, society and culture* (1996-1999). Volgens Castells is informatie, wanneer het wordt opgevat als de overdracht van kennis, in iedere maatschappij essentieel geweest. Hij gebruikt daarom, in plaats van *information society*, liever de term *informational society* om aan te geven dat hedendaagse maatschappijen een specifieke vorm van sociale organisatie kennen waarin het genereren, bewerken en overdragen van informatie de fundamentele van productiviteit en macht zijn (Castells 1996: 21n).

Een essentieel kenmerk van moderne techniek, in het bijzonder informatie- en communicatietechnologieën (hierna af te korten als ICT ¹⁹), is dat het naast een functie als praktische problemen oplosser ook bestaat uit een zichzelf in stand houdend *discours*, of vertoog. Dit vertoog stelt dat nieuwe technologie niet alleen oude problemen oplost maar ook weer nieuwe mogelijkheden schept: niet eerder ontdekte 'goudmijnen' die ontgonnen kunnen worden.

Deze visie op technologie is naar mijn mening het belangrijkste kenmerk van de hedendaagse 'informatiemaatschappij'. Technologische ontwikkelingen worden voorgesteld als een voortrazende trein. Je kunt erop springen en meegaan, of je kunt hem missen en voorgoed achterblijven ²⁰. Deze metafoor is zeer toepasselijk voor het huidige Indonesië waar de *era reformasi* een nieuwe context vormt voor ontwikkeling. "CATCH THE WAVE" luidt de kop boven een [advertentie](#) van een nieuwe *Internet Service Provider* in dagblad Kompas ²¹.

De term informatiemaatschappij verwijst niet alleen naar de grote rol van moderne techniek in de hedendaagse samenleving maar ook naar veranderingen in economie, ruimtelijke ordening, onderwijs, politiek, arbeid, en cultuur waarbij kennis steeds vaker centraal komt te staan (Webster 1995: 6-29). De economie is steeds meer gebaseerd op de handel in 'informatie' en kennis in plaats van materiële productie. Nieuwe productiewijzen zoals 'flexibele specialisatie' kunnen dankzij efficiënte technologie snel inspelen op de wensen van de markt en nemen de plaats in van starre massaproductie ²². De informatie-industrie creëert nieuwe ruimtelijke ordeningen. Naast globale betrekkingen ontstaan ook juist nieuwe lokaliteiten. Plekken als Silicon Valley bijvoorbeeld bestaan uit clusters van gelijksoortige bedrijven die door hun fysieke nabijheid profiteren van elkaars kennis en werkeethiek ²³. Dit voorbeeld krijgt navolging in Jakarta. Daar bestaan verschillende initiatieven om hightech wijken te ontwikkelen. In het onderwijs komt de nadruk steeds sterker te liggen op het leren omgaan met de computer en de informatica. De politiek buigt zich over de mogelijkheid om de burger meer te betrekken bij besluitvorming middels ICT. Het concept arbeid krijgt een nieuwe invulling: telewerken, flexwerken, *part time*, *freelance*, horizontale hiërarchieën, *human resource management and development*, omscholings- en upgradingscursussen, enzovoorts. Ook het domein van het culturele is onderhevig aan informatialisering. Er is een enorme diversiteit aan betekenisdragende symbolen en cultuuruitingen, verspreid door allerlei media. Volgens sommige auteurs wordt cultuur een 'waar' (*commodity*): mensen stellen hun eigen identiteit samen uit het overstelpende aanbod aan cultuuruitingen, op een zelfde manier waarop zij hun garderobe zouden uitzoeken.

Uiteraard is er kritiek geleverd op het begrip informatiemaatschappij. De eerste soort kritiek heeft betrekking op het kwalitatieve aspect: is de zogenaamde informatiemaatschappij

¹⁹ Informatie- en communicatietechnologieën zijn die technologieën die speciaal aangewend worden voor het verkrijgen van kennis, het bewerken hiervan en de overdracht van informatie (Castells 1996: 17).

²⁰ Deze metafoor is ontleend aan filosoof Rein de Wilde in een interview met de Volkskrant op 16 november 2000 (p. 1 *Reflex*).

²¹ Kompas 2 mei 2000, p. 24.

²² Een veelvuldig beschreven voorbeeld van industriële massaproductie is autofabrikant Ford. 'Fordisme' is symbool komen te staan voor de starre productiewijze van de oude industrie, verbeeld door de uitspraak: "ze mogen elke kleur auto kiezen, zolang het maar zwart is". Zie bijvoorbeeld Scott (1998: p. 18-23).

²³ Castells en Hall (1988) waren de eersten die dit verschijnsel signaleerden. Zij noemen dit soort plekken *technopoles*. Het begrip *technopole* is een goed voorbeeld van een door wetenschappers geformuleerd 'fenomeen' dat vervolgens een eigen leven gaat leiden en overal ter wereld navolging krijgt als een wetenschappelijk onderbouwde succesformule.

wel zo'n breuk met het verleden, zoals beweerd wordt? Een andere kritiek betreft het kwantitatieve: hoe meet je zoiets abstracts als informatie en informatisering?

Veel geschriften over de 'globale informatiemaatschappij' gaan over de mogelijkheden van hedendaagse technologie en de invloed hiervan op de maatschappij. Op opgewonden toon berichten ze over de potentie van informatie- en communicatietechnologieën om bijvoorbeeld staat en burger dichter bij elkaar te kunnen brengen, of de efficiëntie, onpartijdigheid en accuratesse van computers in juridische besluitvorming²⁴. Het probleem van dit soort *social impact approaches* is dat teveel wordt gekeken naar de theoretische mogelijkheden van technologie in plaats van naar de manier waarop er een discours geproduceerd en geconstrueerd wordt rond technologie en de wijze waarop dit discours samen met bepaalde sociale factoren (zoals bijvoorbeeld de ongelijke verdeling van technologie) het gebruik en de betekenis van technologie structureert (zie o.a. Achterhuis 1992: 37-42; Webster 1995: 3). Concreet: met de introductie van de CD riep iedereen dat de LP overbodig zou worden maar dankzij het *image* van authenticiteit en oorspronkelijkheid van vinyl is dat niet gebeurd.

De aandacht in deze studie gaat daarom uit naar de culturele voorstellingen rond technologie als een van de essentiële kenmerken van de informatiemaatschappij. Niet alleen in Indonesië maar wereldwijd is er sprake van een discours van vertrouwen en optimisme rond moderne technologie. "Nederland gaat digitaal" luidt het motto van overheidsspotjes op de televisie. Het volgen van de ontwikkelingen op technologisch gebied wordt gezien als een noodzaak voor economische vooruitgang. Wanneer we geen aandacht geven aan dit soort ideeën is de term 'informatiemaatschappij' niets meer dan een onderdeel van het jubeldiscours.

globalisering

Informatietechnologie is een van de pijlers onder een ander niet onomstreden begrip dat van belang is in deze studie: globalisering²⁵. Het begrip 'globalisering' is in de eerste plaats een categorisering van bepaalde waarneembare tendensen. Daarnaast is de term (net als 'informatiemaatschappij') omgeven met verwachtingen, meningen en waardeoordelen. Een standaard introductie van globalisering klinkt bijna altijd zo: hedendaagse informatie- en communicatietechnologieën doen grenzen van tijd en ruimte verdwijnen. Dit zorgt voor veranderingen op het gebied van economie, ruimtelijke ordening, politieke systemen, sociale verhoudingen en cultuur.

Vanaf dit punt beginnen voorstanders en tegenstanders van globalisering elk hun eigen invulling te geven aan wat die 'veranderingen' dan zijn. Voorstanders zeggen: nieuwe technologie creëert mogelijkheden voor lokale actoren zoals arme landbouwers en vissers uit

²⁴ Een treffend voorbeeld van de neiging om technologie te zien als sleepwagen voor de toekomst is te vinden in Mitchell's *City of Bits* (1995, uitgegeven bij het prestigieuze Massachusetts Institute of Technology, MIT) over de invloed van techniek op architectuur en ruimtelijke ordening. Volgens Mitchell zal informatietechnologie de functionele relatie tussen een institutie en de ruimte die het inneemt overbodig maken. Bibliotheken bijvoorbeeld hoeven geen geordende boekenplanken meer te hebben, of goed verlichte leesruimtes. Oude opposities tussen publieke en private ruimte, werkruimte en woonruimte zullen verdwijnen. Nieuwe gebouwen, "*sites were bits meet the body*", zullen ontworpen worden om de toegang tot informatie zo makkelijk mogelijk te maken (Mitchell 1995: 104-105). Dit soort in slogans geformuleerde toekomstvoorspellerij is gespeend van historische en sociale context. Het houdt geen rekening met structurerende factoren zoals de ongelijke toegang tot informatietechnologie of het belang dat mensen hechten aan de ervaring van plaats. Mitchell's futuristische *City of Bits* is een chaotische plaats plek waar de *bits* in het rond vliegen zonder structuur, een stad te *soft* om sociaal leven te kunnen ondersteunen.

²⁵ In deze scriptie zal ik consequent de uit het Engels afkomstige woorden 'globalisering' en 'globaal' gebruiken, hoewel sommigen pleiten voor de Franse termen 'mondialisering' en 'mondiaal' om verwarring te voorkomen met de in het Nederlands reeds bestaande betekenis van 'globaal' als 'algemeen' (en aldus de twijfelachtige stellingname 'globalisering' is 'veralgemeinering' te vermijden).

de Derde Wereld om zonder tussenkomst van derden direct handel te drijven. Noodzakelijke voorwaarde is wel het openstellen van de handelsgrenzen. Arme gebieden zullen profijt trekken van wereldwijde vrije economische markten omdat hun lage lonen en onkosten buitenlandse bedrijven en investeerders aantrekken. Traditionele lokale cultuur hoeft helemaal niet te verdwijnen maar kan juist een extra *boost* krijgen, bijvoorbeeld door de ontwikkeling van toerisme. Kortom, ieder land heeft wel een *comparative advantage* ten opzichte van andere landen en kan een gelijkwaardige plek in de wereldeconomie innemen ²⁶.

Globalisering is de weg naar universele modernisering. De wereldwijde adoptie van de parlementaire democratie en universele mensenrechten zal de macht van lokale of nationale despoten breken en de wereld vrijer, gelijkwaardiger en veiliger maken. Wanneer de wereld meer één wordt, zal het makkelijker zijn om zaken zoals milieubescherming, naleving van de mensenrechten, wereldvrede en gelijkheid te realiseren.

Tegenstanders van globalisering hebben zeer diverse achtergronden en gebruiken zeer diverse argumenten. Linkse kringen zijn veelal gericht tegen wereldwijde dominantie van de kapitalistische economie en het aantasten van inheemse andere culturen. Conservatieve hoeken ageren meer tegen het opduiken van vreemde elementen in de eigen cultuur. Negatieve veranderingen als gevolg van globalisering zijn: open handelsgrenzen overspoelen lokale markten met goederen van westerse multinationals waar niet tegenop te concurreren valt voor plaatselijke bedrijfjes. Globalisering maakt oude structuren kapot en creëert hiervoor in de plaats nieuwe relaties van afhankelijkheid van het grootkapitaal. Materiële penetratie zal bovendien hand in hand gaan met culturele penetratie, waardoor de lokale cultuur en eigen sociale waarden onvermijdelijk teloor zullen gaan. Ervoor in de plaats dreigt een universele eenheidsworst. De dominante westerse moraal die verspreid via media zoals de Hollywoodfilm en popmuziek is individualistisch, a-sociaal, atheïstisch, decadent, verspillend, milieuonvriendelijk, etc.

Ondanks hun diverse achtergronden hebben de tegenstanders van globalisering met elkaar gemeen dat er duidelijke vijanden zijn. Organisaties als het IMF (*International Monetary Fund*), de Wereldbank en de WTO (*World Trade Organisation*) behartigen uitsluitend de belangen van het rijke westen. De Verenigde Staten proberen via instituties als de Verenigde Naties aan andere landen hun eigen politieke systeem op te dringen. Het zijn niet langer de nationale overheden die zeggenschap hebben over hun bevolking. Multinationals (vooral Amerikaanse bedrijven zoals Coca-cola, MacDonalds en Nike) dicteren de wereld. Zij walsen over lokale werknemers heen en staan symbool voor een verwerpelijk consumptiegedrag dat overal opgang doet ²⁷.

Naast voor- en tegenstanders zijn er ook die de invloed van globalisering proberen te relativeren door te beargumenteren dat globalisering helemaal niet zo'n nieuw verschijnsel is. Van oudsher hebben volkeren al goederen en ideeën uitgewisseld. Er is slechts sprake van een gradueel verschil met vroeger.

Veel auteurs stellen dat zowel voor- als tegenstanders het fenomeen globalisering misinterpreteren en overschatten door ervan uit te gaan dat lokaliteit niet meer belangrijk zou zijn. Globalisering is in hun ogen niet een automatisch proces van wereldwijde eenwording en modernisering, maar van hernieuwde aandacht voor de regio als economische en

²⁶ Het oude idee van *comparative advantage* is dat ieder land een eigen specialisme dient te ontwikkelen waarin het goedkoper kan produceren dan andere landen en waarin het winstgevende handel op de wereldmarkt kan drijven. Dit is een van de hoofdargumenten van de verdedigers van de liberale economie (zie bijvoorbeeld David Landes *The Wealth and Poverty of Nations* (1998)).

²⁷ De negatieve mening over de VS is nog sterker onder een groot deel van de Islamitische wereld, ook in Indonesië, dat Amerika beschouwt als beschermer van het 'wereldjodendom'.

sociaal/culturele eenheid en voor lokale culturele identiteit. Deze aandacht voor lokaliteit en identiteit moet gezien worden als een reactie op het gevoel gedomineerd te worden door wereldwijde processen²⁸.

In debatten over globalisering, *consumerism* en de informatiemaatschappij komen vaak de volgende opposities voor: globaliteit tegenover lokaliteit; eenheid tegenover diversiteit; universaliteit tegenover eigenheid; kunstmatigheid tegenover authenticiteit. Met voorbeelden uit de praktijk menen de partijen hun theoretische gelijk aan te kunnen tonen. Kritische academici wijzen op de onzin van dergelijke stellingnamen met het argument dat de tegenstellingen slechts verschillende zijden van dezelfde munt zijn (zie bijvoorbeeld Miller 1995: 20-21).

Dit is echter geen reden om de tegenstellingen af te doen als onbelangrijk. Wat mij heeft getroffen tijdens het doen van dit onderzoek is de wijze waarop leken wetenschappelijke termen overnemen, aanpassen, versimplificeren en incorporeren in hun eigen visie op- en verklaringen voor de verschijnselen om hen heen. De kracht van begrippen als informatiemaatschappij, globalisering en *consumerism* ligt niet zozeer in de empirische realiteit die ze pogen beschrijven alswel in de waarheid die ze representeren in de wereldbeelden van steeds meer mensen. Het is ironisch dat wetenschappers dit soort begrippen lanceren die vervolgens belanden bij mensen die erin geloven, er een waardeoordeel aan gaan hechten en ze tot realiteit maken; een werkelijkheid die vervolgens weer door wetenschappers kan worden beschreven en verklaard met de pretentie van objectiviteit en waardevrijheid. De haast waarmee auteurs een nieuwe tendens als eerste proberen te signaleren en 'op de kaart te zetten' is zonder twijfel een belangrijke factor in het ontstaan en het verspreiden van deze voorstellingen.

De grote aantrekkingskracht en de economische waarde van dit soort ideeën en voorstellingen is misschien wel het belangrijkste kenmerk van de informatiemaatschappij. Een zeer belangrijke rol als bemiddelaars van die ideeën en kennis spelen de mensen die zich manifesteren als een soort half-academici: de talrijke toekomstprofeten en technogoeroes met een min of meer coherent geformuleerde visie op hedendaagse verschijnselen, maar dan vermengd met toekomstvoorspellingen, verwachtingen, waardeoordelen en/of bepaalde belangen.

De bovengenoemde tegenstellingen zijn belangrijk in de sociale realiteit van mensen in Indonesië. Daarom zal ik in het betoog ingaan op de volgende vragen: in hoeverre is het internetgebruik in Indonesië iets 'globaals' en in hoeverre is het 'typisch Indonesisch'? Hoe belangrijk vinden mensen lokaliteit en eigenheid in hun ideeën over- en hun uitingen van moderniteit? Hoe worden begrippen als informatiemaatschappij, globalisering en moderniteit 'geproduceerd' en 'geconsumeerd' als betekenisgevers?

Tenslotte: in de populaire visie wordt globalisering vaak beschouwd als een verschijnsel waarbij het westen altijd één van de twee betrokken partijen is. Westerse technologie, rationaliteit, economische modellen, politiek, en popcultuur worden geruimd voor goedkope arbeiders, spannende nieuwe vakantiebestemmingen en de herontdekking van zaken als 'natuur', 'authenticiteit', 'cultuur', 'traditie' en 'spiritualiteit'. Misschien ten overvloede: ook tussen zogeheten Derde Wereldlanden onderling bestaan allerlei krachtige globale relaties op

²⁸ Het tweede deel *The Power of Identity* (1997) van zijn driedelige magnum opus over *the information age* opent Manuel Castells met de stelling dat de hedendaagse wereld wordt vormgegeven door de twee conflicterende trends globalisering en identiteit (p. 1). De meeste mensen ontleen aan hun primaire identiteit de betekenisgeving aan de wereld en aan hun handelingen hierin (p. 9).

economisch, politiek, sociaal en cultureel gebied. *Globalization* is niet hetzelfde als *westernization*²⁹. Misschien wel het meest voor de hand liggende voorbeeld is de populariteit van de Indiase cinema over de hele (derde) wereld.

Niet-westerse globale tendensen bestaan ook in Indonesië. Zo is er een zekere affiniteit met andere Aziatische landen zoals Maleisië (vooral op cultureel gebied) en met Singapore, Japan en Hongkong als verlichte economische voorbeelden. Ook is er sprake van politieke mobilisering van de Islam als een internationaal blok op een queeste tegen het morele verval veroorzaakt door globalisering en consumptie.

het Indonesië van na de *reformasi*

De suggestie wordt misschien gewekt dat er in het Indonesië van na de *reformasi* sprake is van een geheel nieuwe en eenduidige visie op moderniteit. Uiteraard is dit niet het geval. Huidige ideeën over moderniteit zijn in sterke mate gevormd door het Nieuwe Orde bewind. *Consumerism* blijft een grote rol spelen in het hedendaagse Indonesië. Typerend voor deze periode is wel de wijdverbreide houding van enthousiasme en optimisme ten opzichte van informatie- en communicatietechnologieën.

Ook is de visie op moderniteit niet eenduidig. Als er iets typisch is aan het Indonesië van na de *reformasi* is het de veelheid aan meningen en discussies die te horen zijn over de richting die het land in dient slaan. Deze discussies zijn vaak te herleiden tot vragen over de mate van culturele eigenheid die bewaard dient te blijven in het volgen van wereldwijde ontwikkelingen en wat geldt als 'authentiek' en 'echt' Indonesisch. Deze scriptie gaat in eerste instantie over de rol van informatietechnologie in het moderne Indonesië. Voor een genuanceerder beeld zullen evenwel ook andere visies op moderniteit en tegenbewegingen ter sprake komen.

Het tweede hoofdstuk gaat over het begrip moderniteit. De rode draad van het betoog is de verschuiving van een individualistische consumptieve invulling van moderniteit naar een meer gemeenschappelijke 'informatieele' invulling.

Hoofdstuk drie gaat over de geschiedenis van het internet in Indonesië. Centraal staat de wijze waarop het internet een ontwikkeling heeft doorgemaakt van *underground* tot *mainstream* en de invloed die deze ontwikkeling heeft op de beeldvorming.

In het vierde hoofdstuk komen *online* gemeenschappen aan bod. Ik zal betogen dat 'virtuele gemeenschappen' een belangrijke rol spelen in het herformuleren van het begrip moderniteit en tegelijkertijd bijdragen aan een 'eigen' vorm van vooruitgang.

Tot slot zal ik in het vijfde hoofdstuk de thema's informatietechnologie en moderniteit in het kader plaatsen van de discussies rond globalisering en universaliteit tegenover lokaliteit en eigenheid.

²⁹ De tegenstelling tussen het westen en de derde wereld wordt bekritiseerd door Samuel Huntington in zijn controversiële boek *The Clash of Civilizations and the remaking of world order* (1996). Hierin betoogt Huntington dat de wereld na het wegvallen van het communisme verdeeld is in negen blokken van "civilisaties" (een soort meta-culturele eenheden gebaseerd op gemeenschappelijkheid, voornamelijk van religie). Niet het westen maar de eigen civilisatie is de belangrijkste drijfveer achter processen van eenwording.

Hoofdstuk 2

The Millennium Urban Lifestyle: moderniteit onder de Orde Baru en na de reformasi

Met Nixon, een huisgenoot van me, ben ik naar het ziekenhuis geweest want zijn broer is ziek. Hij wil dat de zusters hem bellen als er iets is met zijn broer. Hij is van plan om *martabak* (een soort taart) voor ze te kopen om ze gunstig te stemmen. Om mijn opmerking "*Itu KKN*" ("Dat is KKN") moet hij erg lachen. *KKN* staat voor *Korupsi, Kolusi, Nepotisme*, oftewel corruptie, geheime verstandhoudingen en vriendjespolitiek. Deze aan de studentenbewegingen ontleende afkorting kent iedereen en is komen te staan voor alles wat er mis is met Indonesië.

Later, terug bij café Bennie, mijn vaste eettentje om de hoek van het kosthuis waar iedere dag dezelfde 'stamgasten' in- en uitlopen, vertelt Nixon nogmaals uitvoerig aan de anderen wat hij van plan is. Met gespeelde wanhoop roept hij: "hoe moet Indonesië ooit vooruitkomen (*maju*) op deze manier?" En wel op zo'n toon dat het duidelijk een soort *running gag* is, een gedeelde vorm van zelfspot die veel Indonesiërs herkennen.

Vrijwel alle Indonesiërs hebben een sterke preoccupatie met thema's als moderniteit, vooruitgang en ontwikkeling. Zij noemen hun land *negara berkembang* ('ontwikkelingsland') en wijzen op de armoede, de rotzooi, de geschiedenis van wanbestuur en corruptie en de slechte publieke voorzieningen. Er heerst een opvallend sterk gevoel dat het land achterligt in vergelijking met andere landen. Niet alleen op het gebied van economie en politiek, maar ook de mentaliteit. Een van de meest gehoorde klachten is dat Indonesië een gebrek heeft aan *sumber daya manusia*, oftewel *human resources* (menselijke hulpbronnen).

Het bovenstaande voorval geeft aan dat er een gedeelde hoop is te gaan behoren tot de *negara maju*, de ontwikkelde landen. Zowel op economisch gebied en politiek vlak als op het niveau van de arbeidsethiek en mentaliteit zijn de rijke landen lichtende voorbeelden. En niet alleen de westerse landen, maar ook buurlanden zoals Singapore, Maleisië en Thailand. Vol bewondering keken mijn huisgenoten naar het Maleisische publieke televisiestation dat op de kabeltelevisie computercursussen uitzond. In Indonesië is een achterlijke en feodale *pola berpikir* (denkwijze) nog alom verbreid, zeggen velen. De oorzaak hiervan ligt deels in het verleden. Waarom zijn onze naaste burenen verder dan wij? vragen mensen zich af. Onder de Nederlanders zijn we altijd dom gehouden. Hoe kan het anders dat bijvoorbeeld Engelse ex-koloniën veel verder ontwikkeld zijn dan ons land?

Individuele proberen die algemene achterlijkheid te ontstijgen door zich zo ontwikkeld mogelijk te presenteren. Er zijn veel boeken te krijgen over zelfontwikkeling. Vaak zijn dit Indonesische vertalingen van Amerikaanse goeroes, met titels als: "Er staan grote dingen te

gebeuren als je de kleine dingen maar oprecht uitvoert: een programma in vijf stappen om uw dromen in werkelijkheid te veranderen" ¹. Het streven naar vooruitgang komt het duidelijkst tot uitdrukking in een moderne *lifestyle* (*gaya hidup moderen*). Belangrijke kenmerken van een moderne *lifestyle* zijn een speciaal taalgebruik (doorspekt met typisch hoofdstedelijke woorden en uitdrukkingen), manier van kleden, het frequenteren van bepaalde lokaliteiten (zoals winkelcentra, sportclubs en cafés), de manier van denken over vrije tijd en entertainment, en het bezit van bepaalde materiële goederen en prestigieuze accessoires (zoals auto's, mobiele telefoons en horloges).

Dit hoofdstuk gaat over het begrip moderniteit. Onder het Nieuwe Orde bewind was een consumptieve en individualistische levensstijl het symbool van ontwikkeling en vooruitgang onder de opkomende stedelijke middenklasse. Onder invloed van de *reformasi* ontstaan veranderingen in de opvattingen over moderniteit. Na de crisis is een nieuw gevoel van vertrouwen over de toekomst van het land merkbaar. Dit optimisme uit zich in nieuwe ontwikkelingsidealen zoals dat van de *masyarakat informasi* (informatiemaatschappij). Opvattingen over vooruitgang en moderniteit worden steeds vaker gedefinieerd in termen als informationalisering, globalisering en technologische vernieuwing. Met deze verschuivingen komt meer nadruk te liggen op lange termijn denken, investeren en gemeenschappelijkheid in plaats van het onder de Nieuwe Orde ontstane ideaal van individualistische consumptie als het summum van moderniteit. Aan het eind van dit hoofdstuk zal ik de kritiek bespreken die sommige Indonesiërs hebben op deze invulling van moderniteit.

Jakarta

In Jakarta, de op het dichtbevolkte eiland Java gelegen hoofdstad van Indonesië, wonen naar schatting 10 miljoen mensen. Samen met de steden Bogor ten zuiden, Tangerang ten westen en Bekasi in het oosten vormt Jakarta de megaconglomeratie JaBoTaBek (of 'Groot-Jakarta') met 20 miljoen inwoners (zie deze [kaartjes](#)). De stad is uitgestrekt. Om van de ene kant van de stad naar de andere kant te komen mag je in de ochtend- en avondspits gerust een paar uur uittrekken. Dit is mede te wijten aan de enorme verkeersdrukte en de ontoereikende infrastructuur. De belangrijkste weg in de stad is de tolweg die als een ring om de stad loopt, van het internationale vliegveld Soekarno-Hatta ten westen van Jakarta onder het centrale zakenhart door naar boven tot de haven Tanjung Priok in het oosten, met vertakkingen naar het zuiden (naar Bogor), het westen (richting de havenplaats Merak voor de oversteek naar Sumatra) en richting oosten (Semarang en Surabaya).

Jakarta is in het verleden voornamelijk uitgebreid langs de noord-zuid as. In het noorden grenst de stad aan zee. Dit is *kota* ('stad'), het oudste gedeelte van de stad waar veel overblijfselen uit de Hollandse tijd te vinden zijn, veelal in deplorabele toestand. In het noorden van de stad ligt ook de Chinese wijk Glodok, nog altijd zwaar beschadigd na de rellen en plunderingen van mei 1998. De laatste jaren heeft Jakarta de historische waarde van *kota* ontdekt. Jakarta lijkt, in navolging van bijvoorbeeld Singapore en Hongkong, te beseffen dat een rijk historisch verleden een belangrijke meerwaarde geeft aan het imago van de stad (zie [foto](#)), zeker wanneer het op andere gebieden niet hoog scoort ². Enkele gedeelten zijn

¹ "Banyak hal besar terjadi kalau anda melakukan hal-hal kecil dengan benar (program lima langkah untuk mengubah impian anda menjadi kenyataan)".

² Dit verschijnsel van "marketing the city" is al langer waar te nemen in Amerikaanse steden (zie bijv. Short & Kim 1998: 55-75). Het oude verloederde stadscentrum bijvoorbeeld wordt grondig opgeknapt om de stad een historisch aanzien te geven. Vervolgens wordt de stad gepromoot vanwege zijn rijke verleden en culturele

reeds (met Nederlandse hulp) gerestaureerd. In *kota* vind je de meeste bars en discotheken.

Ten zuiden van *kota* ligt het uitgestrekte vrijheidsplein (*medan merdeka*), het symbolische centrum van Indonesië. In het midden van het plein staat het nationaal monument (*Monas*) met in de kelder een overzicht van de geschiedenis van het land, op de begane grond de regalia van de nationale staat en helemaal bovenin een met goud beklede vlam die de kracht van het Indonesische volk vertegenwoordigt. Rond het plein ligt het paleis van de president, de reusachtige Istiqlal moskee, de kathedraal en de protestantse kerk, het stadhuis, diverse departementen, het nationaal museum en een legerbasis.

Verder naar het zuiden klopt het zakenhart van de stad. Hard en glanzend rijzen de kantoorpanden tot aan de hemel. Het gedeelte dat omsloten wordt door de Jl. Thamrin/Jl. Sudirman, de Jl. Rasuna Said en de tolweg Jl. Gatut Subroto wordt wel de *golden triangle* van Jakarta genoemd vanwege de enorme concentratie aan kantoren, bedrijven en financiële instellingen (zie deze [foto's](#)). Midden in deze driehoek van wolkenkrabbers ligt een oude volkswijk vol lage huisjes met rode dakpannen en balkonnetjes met plantenbakken en vogelkooitjes, afgewisseld met open riolen, blubbergangetjes en uit restmateriaal gefabriceerde krotten³. In deze wijk staat het kosthuis waar ik het grootste gedeelte van mijn verblijf in Jakarta heb gewoond. Nog verder naar het zuiden onder de tolweg door liggen voornamelijk residentiële wijken, het merendeel *middle-* en *upperclass* in een symbiotische relatie met armoeiige 'bedienden *kampung*'. Eén van die wijken is Pondok Indah, waar ik tijdens een vorig bezoek aan Jakarta een tijdje gelogeed heb. Dit is het Beverly Hills van Jakarta. De toegangswegen zijn smal en modderig maar eenmaal in de wijk zelf is het asfalt glad en staan er keurige rijen palmen langs. 's Avonds gaan hier de slagbomen omlaag om de wijk af te sluiten voor het gepeupel van de aangrenzende krottenwijken. 's Ochtends gaan ze omhoog om bedienden en tuinmannen toe te laten, terwijl de bewoners zelf zich in hun *airconditioned* auto's naar hun kantoorcomplexen laten rijden. De huizen zijn groot en aan de voorkant vaak overdadig gedecoreerd met bogen, Griekse zuilen en grote balkons in oogverblindend wit of Mediterrane pasteltinten. De drie andere zijden van deze huizen hebben dikke grauwgrijs betonnen muren met ijzeren punten of glasscherven.

stedelijke symbolen van moderniteit

Jakarta is het onbetwiste centrum van moderniteit in Indonesië. De hoofdstad is dé plek in Indonesië waar 'het' gebeurt, zowel in materieel als cultureel opzicht⁴. Sinds de onafhankelijkheid is in Indonesië een politiek van centralisatie gevoerd. Vrijwel alle overheidsinstituties en de meeste grote bedrijven zijn in Jakarta gevestigd. Ook de nationale televisiezenders, de grote nationale kranten en de entertainmentindustrie zijn gestationeerd in de hoofdstad.

Na de onafhankelijkheid begint Soekarno met het herinrichten van Jakarta. Grootschalige stadsvernieuwingsprojecten in modernistische Sovjetstijl veranderen het

mogelijkheden. Het zijn juist dit soort niet-economische motieven die een stad een meerwaarde geven en aantrekkelijk maken voor investeerders en ondernemingen.

³ Deze buurt (bestaand uit de wijken Setiabudi, Karet & Karet Kuningan) is zeker niet de armste van Jakarta. Sommige gedeelten zijn wel tamelijk sjofel. Vanwege de nabijheid van de economische hogeschool Perbanas en de katholieke universiteit Atma Jaya zijn er veel kosthuizen in deze buurt waar studenten uit alle delen van Indonesië wonen. Ook wonen er veel werknemers van banken en bedrijven.

⁴ De sociale geografie van Indonesië kun je voorstellen als een aantal denkbeeldige cirkels waarbij Jakarta de kern is. De tweede ring omvat de grote steden van Java. De derde ring bestaat uit heel Java en Bali, zuid-Sumatra, grote steden als Padang en Medan en enkele steden op Sulawesi (Ujung Pandang en Manado). De vierde ring wordt gevormd door de kleine provinciesteden. De buitenste ring is de rurale en 'donkere, onbeschaafde' periferie van Indonesië, zoals centraal-Kalimantan, de Molukken en Irian Jaya.

aanzien van voormalig koloniaal Batavia ⁵. Zijn laatste project is het hierboven genoemde nationaal monument, het *Monas*. Deze projecten dienen het volk te verheffen maar stillen geen knorrende magen. Soekarno's opvolger, generaal Soeharto legt meer nadruk op de economische ontwikkeling van de stad dan op het scheppen van ideologische symbolen. Hij haalt veel buitenlandse investeerders naar Indonesië. Onder de gestage economische groei drijft de stad vooral uit naar het zuiden met *estates*, luxe appartementen en golfbanen voor de nieuwe rijken en *expats*. In hun kielzog volgen talloze krottenwijken voor de immigranten van het platteland die hun geluk komen zoeken in deze stad van nieuwe mogelijkheden.

De Nieuwe Orde heeft zo zijn eigen symbolen van moderniteit opgeleverd. Er is een overal zichtbaar web over de stad uitgesponnen waarin werk, educatie, wonen en vrijetijdsbesteding de knooppunten vormen. De prestigieuze kantoorgebouwen van bedrijven, banken en verzekeraars aan de drukke straten van Jakarta, de *convention centres* in Senayan en Kemayoran, de universiteiten, hogescholen en privé-instituten, de luxe appartementencomplexen, de met slagbomen afgesloten wijken en *estates* waar de welgestelden zich kunnen terugtrekken, de golfbanen, de tennisbanen, het sportstadion Senayan en de racebaan Sentul, de discotheken en bars, de hotels en *resorts*, de pretparken Ancol en Taman Mini Indonesia ⁶; het zijn bakens van Verlichting in het uitgestrekte, chaotische, vervuilde en gevaarlijke stedelijke landschap.

De meest opvallende symbolen van moderniteit uit de periode *Orde Baru* evenwel zijn de *shopping malls* die door de hele stad te vinden zijn langs drukke wegen. Ze vormen als het ware een eigen topografie in Jakarta. Je hoeft geen straatnaam te kennen als je maar weet welke *mall* in de buurt ligt. De inrichting van de prestigieuzere *malls* is altijd ruim, met marmer, glimmend koper en glas, fonteintjes, en airconditioning. Je vindt er designkleding uit Milaan en Tokio, sportschoenenwinkels, woninginrichting, trendy kappers, super- en hypermarkten, een *indoor* ijsbaan, elektronicazaken gespecialiseerd in mobiele telefoons en computers, internetcafés, *games*-hallen, bioscopen en *foodplaza's*. De meeste mensen slenteren rustig langs de schitterende etalages zonder iets te kopen. Zij nemen de heerlijke koelte in zich op en genieten van de ontspannen omgeving, veilig binnen en schoon. De *middle-* en *upperclass* van Jakarta besteedt zijn vrije tijd graag in de *mall*.

Fysieke nabijheid tot deze infrastructuur van moderniteit straalt prestige uit. Met Emmy ga ik een dagje mee naar de campus van de *UI (Universitas Indonesia)* helemaal in het zuiden van de stad. Emmy is een echte *ABG (anak baru gede = lett.: 'pas groot geworden kind')*, een jongere die net de wereld van volwassenen betreedt. Ze is 21 jaar, draagt dure kleren en make-up, studeert aan de prestigieuze *UI*, rijdt rond in een eigen auto, is voortdurend druk aan het bellen met haar *HP (= handphone: mobiele telefoon)*, is al in Europa geweest. 's Ochtends komt ze me ophalen in haar auto, een grote *4-wheel* zoals je er veel ziet in Indonesië. We hebben afgesproken op de hoek van een drukke weg achter het *World Trade Centre* zodat ze niet de wijk in hoeft om te zoeken naar het kosthuis. Een werkeloze huisgenoot die het niet zo breed heeft wil wel mee. Hij hoopt vandaag wat nieuwe contacten te leggen die hem verder kunnen helpen. Hij heeft zich netjes aangekleed en doet zijn best om zo nonchalant en wereldwijd mogelijk over te komen. Na de introductie vraagt Emmy of we ver hebben moeten lopen om van het kosthuis naar deze plek te komen. "Nee, niet ver hoor", antwoordt mijn

⁵ Zoals het (voor die tijd) immense Sarinah en het Hotel Indonesia, gelegen aan een brede centrale zuidas met fonteinen, heroïsche standbeelden en rotondes.

⁶ In dit door de vrouw van Soeharto ontwikkelde themapark staan traditionele huizen uit alle provinciën in keurig aangeharkte tuintjes naast elkaar, een kabelbaantje eroverheen. Het is een vreemde mengeling van entertainment en ideologische verbeelding van een geciviliseerd en verenigd Indonesië (zie [foto](#)).

huisgenoot luchtig, "ongeveer honderd meter". In werkelijkheid ligt het kosthuis minstens achthonderd meter de wijk in. Door de fysieke afstand tot het web van de moderne infrastructuur kleiner voor te stellen, probeert mijn huisgenoot de symbolische afstand te verminderen tussen zijn wereld en de wereld van succes waar dit jonge meisje zich in beweegt.

stedelijke omgangsvormen en normen: *gaul*

Inwoners van de provinciale steden in Indonesië zijn meestal afkomstig uit één enkele etnische groep (*suku*). Deze steden zijn vaak centra van lokale traditionele cultuur. Zo heb je bijvoorbeeld Yogyakarta voor de Javanen, Bandung voor de Soendanezen, Padang voor de Minangkabau. Dientengevolge zijn deze steden toeristischer dan Jakarta dat niet veel te bieden heeft voor reiziger die geïnteresseerd is in Cultuur (lees: traditie). Natuurlijk vind je ook in Jakarta traditie, maar dat is geïmporteerde traditie. Al eeuwen wonen hier Indonesiërs uit alle windhoeken naast Chinezen, Arabieren, Indiërs en (Indo-)Europeanen. Zelfs de *orang Betawi* ('inwoners van Batavia'), de enige groep die als écht lokaal gezien wordt, zijn in feite ontstaan uit een mengelmoesje van verschillende volken en culturele invloeden.

Jakarta is eigenlijk van geen enkele bevolkingsgroep in het bijzonder. Mede daardoor is de manier waarop mensen in het publieke domein met elkaar omgaan niet gebaseerd op de voorschriften en normen uit één traditionele cultuur. De dominante openbare cultuur, zeker onder jongere mensen, kenmerkt zich door bepaalde opvattingen over wat een hoofdstedelijke leefwijze inhoudt. Dit is geen vaststaand stelsel van regels maar bestaat uit allerlei verschillende en zeer veranderlijke definitieën die voorschrijven hoe, waarover en met wie je dient te praten, hoe je je moet kleden, hoe je je door de stad moet bewegen en naar welke plekken je gaat.

Nieuwkomers in Jakarta verraden zich al snel door hun streekgebonden tongval en hun andere manieren. Dit maakt hen tot 'provincialen' (*orang dessa, orang daerah* of *orang dari luar*). Oudere mannen en vrouwen van het platteland die voor een paar jaar in de stad betaald werk als schoonmaker komen verrichten en dan terug willen naar hun dorp doen meestal geen moeite om hun lokale accent kwijt te raken. Voor de jongeren die uit alle windstreken naar Jakarta komen om te studeren en te werken is het echter zaak om zich snel de lokale taal eigen te maken om zich te kunnen handhaven en om vooruit te komen.

In Jakarta heb je het *prokem* of *bahasa Betawi* ('Bataviaans'). Dit is het dialect van de *orang Betawi* en wordt gezien als nogal *lower class*, vergelijkbaar bijvoorbeeld met plat Amsterdams. Het is doorspekt met woorden uit andere talen, vooral Chinees. Veel woorden en uitdrukkingen uit het *prokem* worden overgenomen in het *bahasa gaul*, de spreektaal van de trendy jongeren uit de stedelijke *middle-* en *upperclass*⁷. Het werkwoord *bergaul* betekent zoveel als converseren en socialiseren, waarbij sterk de nadruk ligt op het spelen met taal. Naast een standaardpakket aan *gaul*-woorden en grammatica bedenken jongeren continue nieuwe woorden en uitdrukkingen⁸. Dit zijn vaak humoristische verbuigingen van bestaande

⁷ Oorspronkelijk uit het Chinees en *prokem* afkomstige woorden in het *bahasa gaul* zijn bijvoorbeeld telwoorden, zoals *go-pek* (Indonesisch: *lima ratus* = 500), *no-ceng-go* (Ind.: *dua ribu lima ratus* = 2500), en aanduidingen van familie en vrienden, zoals *bokap, nyokap* en *bokin* (Ind.: *bapak, ibu* en *pacar* = vader, moeder, vriendje/vriendin).

⁸ Standaardwoorden, uitdrukkingen en afkortingen zijn bijvoorbeeld *gue* of *gua* (Ind.: *saya* of *aku* = ik), *lu* (Ind.: *kamu* of *kau* = jij), *pengen* (Ind.: *ingin* = willen), *dong* (een aansporing achteraan de zin), *deh* (een hip tussenvoegsel), *ember* (lett. = emmer; met de juiste schwing uitgesproken is dit een ironisch bedoeld 'je meent het!' wanneer iemand een open deur intrapt), *BT* of *bete* (a-relaxed, verveeld), *ML* ('make love'). Voorts kenmerkt het *bahasa gaul* zich (net als het *prokem*) onder andere door het gebruik van een neusklank *ng-* i.p.v. *meng-* als voorvoegsel om een actief werkwoord aan te duiden en *-in* i.p.v. *-kan* als achtervoegsel

woorden en toespelingen op recente gebeurtenissen en bekende figuren. Daarnaast zijn ook het aansnijden van de juiste gespreksonderwerpen van belang en het hebben van een eigen progressieve mening over deze onderwerpen. Dit kunnen recente gebeurtenissen en roddels zijn, maar ook *sex*, *lifestyle*, sport (Europees voetbal en Amerikaans basketbal zijn waanzinnig populair) en muziek. De interesse gaat ook vaak uit naar moderne technologie. Computers, internet, de nieuwste spelletjes, VCD's en mobiele telefoons zijn tegenwoordig erg in. Jongeren wisselen adressen van pas ontdekte nieuwe internetsites uit, delen informatie waar illegale software en spelletjes het goedkoopst te krijgen zijn, spelen Nintendo of Playstation-spelletjes met elkaar, ze vergelijken hun *HP* (*Handphone* = mobiele telefoon) met die van de ander en bediscussiëren welke van de drie *providers* voor mobiele telefonie het best is.

Hoewel de schijn onder geen beding mag worden doorbroken is het fenomeen *bergaul* absoluut meer dan alleen maar vrijblijvend en op lichte toon met elkaar kletsen en socialiseren. Het is tevens een weloverwogen strategie om jezelf te presenteren en vriendjes te maken met mensen die misschien wat voor je kunnen betekenen. "Je weet immers nooit hoe het kan lopen in de toekomst," vertelde een van mijn huisgenoten, "daarom is het handig om veel mensen te kennen die jou kunnen helpen als zij het goed hebben. Je moet jezelf in eerste instantie zo voordelig mogelijk presenteren, grapjes maken, ervoor zorgen dat het licht en gemakkelijk blijft en jezelf niet te snel bloot geven zodat je niemand van je afstoot." Zoals Yatun ook aangeeft, de scheidslijn tussen *bergaul* en *berkoneksi* (netwerken) is flinterdun (Sastramidjaja 2000: 62).

Het officiële *bahasa Indonesia* wordt door mensen boven de veertig uit de perifere provinciën vaak slecht gesproken. Een vlekkeloze beheersing van het Indonesisch is een teken dat iemand al een zeker opleidingsniveau heeft genoten. Beheersing van het *bahasa gaul* bovendien betekent dat diegene zich in de binnenste cirkels van moderniteit beweegt. Het is de taal van de grootstedelijke trendy jeugd, van dynamiek en vooruitgang. Jongeren onder elkaar beschouwen iemand die met een provinciaal accent spreekt en de juiste uitdrukkingen niet kent vrijwel automatisch als een onderontwikkelde figuur. Iwan, een huisgenoot van mij die graag de spot dreef met Javaanse en Madurese accenten uit zijn geboortestreek, zei eens over de uitspraak van een huisgenoot uit Medan: "*logatnya masih kental*". Dat betekent zoveel als "zijn accent is nog dik/ stroperig". Met andere woorden: het vloeit niet lekker, klinkt stroef en ruw, is nog niet ontwikkeld. Zo iemand wordt aangeduid als *kuber* (afkorting van *kurang bergaul* = onvoldoende in staat om mee te praten) of *kampungang* (letterlijk 'dorps').

Moderniteit heeft niet zozeer 'traditie' als tegenpool, alswel dit begrip *kampungang*, dat misschien het beste vertaald kan worden met 'provinciaals', 'primitief' of 'achterlijk'. *Kampungang* wordt gezien als een zeer negatieve eigenschap. Het staat voor het onvermogen om je te gedragen zoals een modern iemand dat zou doen. Vrienden gebruiken het woord gekscherend om elkaar te dollen en stellen zodoende voortdurend de criteria bij van wat *gaul* is en wat niet.

om een transitief werkwoord mee aan te duiden. Voorbeelden: *ngomongin* (Ind.: *mengomongkan* = met iemand praten), *ndengerin* (Ind.: *mendengarkan* = luisteren naar). Vaak wordt de *s-* weggelaten aan het begin van een woord: *saja* wordt *aja* (...alleen maar...), *sama* wordt *ama* (samen /met). *Gaul* is echter bovenal creatief en humoristisch woordgebruik en gevatte reacties op (onverwachte) opmerkingen en situaties. Opvallend is trouwens dat veel van die nieuwe trendy woorden ontstaan in de homosubcultuur in Jakarta. Nu zijn homo's niet speciaal geliefd bij de 'normale' Indonesische jongeren (daarentegen worden ze ook weer niet gehaat, eerder wat meewarig bekeken) maar blijktbaar staat de *kaum gay* (de 'klasse' of 'kaste' van de homo's) zoals op veel plaatsen ter wereld ook in Indonesië voor trendy en vooruitstrevend.

Tijdens mijn verblijf in Jakarta heb ik een tijdje gelogeed in een appartement aan de drukke Jl. Rasuna Said. Hoewel zeker niet het meest luxueuze appartementencomplex van Jakarta, behoort het duidelijk tot het domein van moderniteit en prestige. Het complex bestaat uit een verzameling van tien woontorens van zo'n dertig verdiepingen hoog, gegroepeerd rond een gemeenschappelijk terrein met een groot zwembad, een kinderspeeltuin en wat tennisbanen. Het complex heeft een eigen oprit vanaf de Jl. Rasuna Said, vlakbij een filiaal van de Franse keten van mega-supermarkten Continent/Carrefour. Op een avond komen enkele vrienden uit het kosthuis langs op de twaalfde verdieping om een beetje te hangen en te kletsen, koffie te drinken en te zwemmen. Bij de deur van het appartement trekt één van hen zijn slippers uit en wil ze buiten in de gang laten staan. "*Kampungan!*" brullen de anderen in koor en besterven het van de lach. Snel haalt de wat beschaamd kijkende huisgenoot zijn slippers naar binnen. Een ouderwets en formeel gebruik als schoenen uitdoen vóór het betreden van een huis past niet in deze omgeving. De brandschone en strak betegelde gangen zijn gedeelde ruimte maar tegelijkertijd van niemand. Je kunt er niet zomaar iets neerzetten. En al helemaal geen paar ouwe teenslippers.

individualiteit

De negatieve betekenis van het begrip *kampungan* komt voort uit de angst om 'gewoon' te blijven, zomaar een willekeurige boerenlul uit een willekeurige *desa*. Het schrikbeeld van de moderne mens is om een anoniem, onopgemerkt en doorsnee leven te leiden. Voor de moderne mens moet alles bijzonder zijn. Zo is er maar één Jakarta. De stad is dé plek voor de persoon die meer wil dan zijn leven lang rijst planten, vis vangen of op de markt staan. Het is de plek waar je je kunt verbreden en ontwikkelen tot een speciaal individu en waar je andere bijzondere mensen kunt ontmoeten. De stad belooft daarom voor mensen van buitenaf een ander leven, een nieuwe toekomst. Of zoals een oudere man het eens aan mij uitlegde: "*ayam goreng* (gebakken kip) wordt in de stad *fried chicken*".

Een *moderen* iemand is een persoon met een bepaalde eigenheid, iemand die een zekere onafhankelijkheid toont van beklemmende sociale voorschriften en instituties. Hij of zij construeert actief een eigen identiteit in plaats van die automatisch mee te krijgen van de groep waarvan hij deel uitmaakt. Zo iemand heeft 'stijl' (*gaya*). Deze eigen stijl mag best een tikje rebels zijn. Waar het om gaat is dat iemand bewustheid uitstraalt van het leven dat hij leidt en van de sociale regels waaraan hij zich dient te conformeren. Dit bewustzijn kan geuit worden door te spelen met die regeltjes, zolang ze maar niet bruusk overtreden worden.

Media en reclame spelen een belangrijke rol in het creëren van deze ideaalbeelden van eigenzinnige persoonlijkheid en individuele kracht en energie. Mobiele telefoonfabrikant Nokia laat in een [advertentie](#) een jongeman zien in pak met een aktetas in de hand die een reuzensprong maakt, vrij door de lucht, jasje open, blijdschap op zijn gezicht, tegen een achtergrond van onpersoonlijke en starre torens van beton en glas. "Voor een leven vol passie", luidt de slogan.

Commercials spreken mensen aan in het enkelvoud. Het individuele vermogen en het eigen initiatief wordt aangeprezen. De Singaporese *search engine* Catcha.com heeft een speciaal voor de Indonesische markt ontwikkelde site opgezet en [adverteert](#) in kranten en tijdschriften met een opsomming van mogelijke zoekonderwerpen: "*Cari ...*" ("zoek je...?"). Dit draagt de boodschap uit: wat je ook maar wil, het is er, helemaal op jouw afgestemd; al jouw individuele wensen kunnen hier ingewilligd worden. Een krantenadvertentie voor kabel aansluiting bij telecommunicatiebedrijf Telkom (een voormalig staatsbedrijf) voert de slogan "*Kontrol ada di tangan anda*" ("de controle is in uw handen"). Ondernemerschap en het heft in eigen handen nemen is een essentieel kenmerk van de moderne mens: niet passief

wachten tot je iets overkomt, maar het zelf voor elkaar zien te krijgen.

Deze waardering voor het individuele vermogen komt terug in de belangrijke betekenis van netwerken voor moderne Indonesiërs. Het beschikken over uitgebreide netwerken is niet alleen een "hulpmiddel in slechte tijden" maar tevens een uiting van persoonlijke stijl (*gaya*) en een actieve, ondernemende persoonlijkheid. Netwerken zijn een statussymbool. En een aura van prestige is dé manier om vooruit te komen, iets van anderen gedaan te krijgen en weer nieuwe mensen om je heen te verzamelen.

tijd en recreatie

Het concept moderniteit is gefundeerd in de beleving van tijd. Er zijn drie mogelijkheden waarop iemand omgaat met tijd. Je kunt je er niets van aan trekken. Dit is het beeld van traditie als tijdloze essentie, onveranderlijke 'puurheid'. De traditionele mens leeft in een temporeel vacuüm, los van de hedendaagse ontwikkelingen. De tweede optie is dat je stomweg 'niet bij de tijd' bent. Dat is waar het begrip *kampung* voor staat: je loopt maar wat achter de ontwikkelingen aan, de tijd glipt als los zand door je vingers zonder er controle over te hebben. Tenslotte kun je behoren tot de voorhoede die de richting bepaalt waarin de tijd zich beweegt. Dat laatste behoort tot de essentie van *moderen* zijn: niet volgen, maar zelf creëren van hedendaagse verschijnselen. De moderne mens baant zijn eigen paden naar de toekomst. Ook in dit opzicht is Jakarta de *place to be*. Nergens vliegt de tijd sneller dan in Jakarta. Hier wordt de tijd gemaakt. In de eerste plaats zijn in Jakarta de officiële instellingen, bedrijven en gezaghebbende media gevestigd die de toekomst van het land sturen. Maar ook de woorden en uitdrukkingen in het *bahasa gaul* of nieuwe trends op gebieden als mode en vrije tijd ontstaan hier. Letterlijk het 'erbij zijn' wanneer belangrijke gebeurtenissen plaatsvinden verhoogt je positie op de ladder van ontwikkeling. Veel mensen claimen bijvoorbeeld bij de protesten te zijn geweest die geleid hebben tot de val van Soeharto, of op zijn minst iemand te kennen die erbij was. Best mogelijk, immers, deze protesten werden op een gegeven moment inderdaad massaal. Waar het evenwel om gaat is de ondertoon van zulke opmerkingen: "daar werd geschiedenis gemaakt en ik maakte daar deel van uit" (zie ook Hidayat 1999: 357-359).

Controle over tijd als uitdrukking van moderniteit komt naar voren in de manieren waarop er over vrije tijd gedacht wordt. Het toekennen van waarde aan tijd is typerend voor de op moderniteit gerichte middenklasse van Jakarta (zie Van Leeuwen 1996: 80) evenals het maken van een onderscheid tussen werk en vrije tijd. Tijd is kostbaar, daarom moet ook vrije tijd actief en zinvol besteed worden. Moderne mensen besteden hun vrije tijd aan ontspanning, recreatie en entertainment (*hiburan*⁹).

Sporten is een belangrijke vorm van recreatie. We zien de link tussen vrije tijd, sport en moderniteit terug in de wijze waarop er geadverteerd wordt voor 'moderne producten' zoals mobiele telefoons. In de reclame van [Ericsson](#) zien we een mountainbiker ondergespetterd met modder verbeterde trappen in de blubber, de mobiele telefoon aan zijn rugzak geklikt. Lichamelijke inspanning en viezigheid wordt normaal gesproken geassocieerd met de lagere klassen. In dit geval echter gaat het om een zelfgekozen en gecultiveerde vorm van inspanning. De vuiligheid hoort bij het stoere individuele imago. Het feit dat hij aan het sporten is én de materiële uitrusting van de fel gekleurde mountainbike, helm, telefoon en kleding, maakt de inspanning en viezigheid die hij ondergaat toch tot een activiteit die past bij ontwikkelde mensen. Voormalig staatsbedrijf in telecommunicatie [Satelindo](#) adverteert met wielrenners voor zijn GSM abonnement. De slogan luidt: "'Be The Leader". Met deze

⁹ Het woord *hiburan* betekent zoiets als: vrije tijd die op aangename wijze wordt doorgebracht; ontspanning, entertainment.

reclame wordt de associatie gemaakt tussen sportiviteit, een winnermentaliteit, individualiteit en maatschappelijk succes. Een andere aanbieder van mobiele telefonie in Indonesië, Pro-XL, adverteert ook al met wielrenners en voert als slogan op zijn [pre-paid kaart](#) "*The Millennium Urban Lifestyle*". Op de [achterkant](#) van de kaart vinden we de kreet "*Era Milenium, Perspektif Baru Masa Depan*" ("het Millenniumtijdperk, een nieuw perspectief op de toekomst"). In deze reclame wordt de mobiele telefoon verbonden met de thema's urbaniteit, *lifestyle*, sportiviteit, vrije tijd en recreatie, het millennium als symbool voor het nieuwe tijdperk en een nieuwe visie op de toekomst.

Bij sporten hoort aandacht voor de esthetiek van het lichaam. Sportstadion Senayan is een plek waar het lichamelijke centraal staat. Het gebied rond het stadion bestaat uit verschillende sportvelden voor honkbal, volleybal, strandvoetbal en basketbal. Ook vind je er tennisbanen, een squashcentrum en zelfs een schermvereniging. Aan één kant van het stadion hangt een klein groepje skaters rond. In de namiddag wanneer het iets koeler wordt komen de mensen naar Senayan. Er wordt niet alleen een rondje gejogd rond het stadion maar ook druk gesocialiseerd. Groepjes verzamelen zich rond de eettentjes en de bankjes, kletsen wat, eten, drinken, roken en bekijken de zwetende lichamen die langs komen draven. Stadion Senayan is zowel een plaats voor ontspanning als een plek van kijken en bekeken worden. Het is een voortdurende presentatie van jezelf aan een (denkbeeldig) publiek, alsof je zegt: "Zie mij, ik geef niet alleen om het artificiële, materiële en veranderlijke maar ook om de essentie: een gezond lichaam en een gelouterde geest."

consumptie

Het denken over werk, vrije tijd, ontspanning en consumptie wordt verwoord door Stanly. Stanly is een jongeman van een jaar of 30. Hij gaat gekleed in nette overhemden, gestreken pantalons en leren schoenen, draagt het haar netjes geknipt, agenda en pen achteloos in zijn borstzakje gestoken. Zijn vader is Spaans en dat laat hij graag aan iedereen weten. Hij werkt in het *World Trade Centre* aan de Jl. Sudirman. Hij is erg geïnteresseerd in het onderzoek waar ik mee bezig ben en verklaart zelf een enthousiast internetgebruiker te zijn. Inderdaad ben ik hem vaak tegengekomen in het internetcafé waar ik meestal naar toe ging. Op een zaterdagmiddag in april ga ik hem opzoeken op zijn werk. Anderhalf uur later dan afgesproken (ik moet schuilen voor een enorme stortbui) kom ik hem buiten tegen op de trappen van het WTC. Het werk zit er op, zijn weekend is begonnen. Samen met een vriend is hij plannen aan het maken om die avond naar de hippe Salsaclub in de *expat*-wijk Kemang te gaan. Op zijn initiatief nemen we getweeën de taxi naar Plaza Senayan, een van de grootste en meest prestigieuze *malls* van Jakarta, om daar wat te gaan rondhangen. We slenteren eerst wat langs de etalages en plukken een poosje door rekken met Adidas-shirts voordat we gaan lunchen in de *foodcourt*. Daar staan MacDonalds, Wendy's en *yoghurt-fruitshake* kraam zij aan zij met 'de authentieke Indonesische keuken' in een gesteriliseerd *fastfood* jasje. Stanly kiest voor een bord *padang*¹⁰.

Na het eten, bij de koffie, leunt Stanly achterover en begint een betoog over zijn visie op het leven. Wanneer je van maandag tot vrijdag werkt moet je in het weekend andere dingen doen om je te ontspannen, anders krijg je last van stress. "*Harus menikmati hidupan*" zegt Stanly: je moet van het leven genieten, alles er uithalen wat erin zit want het is zo weer voorbij. Stanly wil reizen, de wereld zien. Mensen komen naar de *mall* "*untuk enjoy*", om zich te vermaken. Nog lang niet iedereen in Indonesië is zover, maar volgens Stanly is de manier van denken, de mentaliteit ("*pola berpikir*") aan het veranderen. Mensen gaan aan de

¹⁰ *Padang* is de keuken van de Minangkabau uit west-Sumatra die overal in Indonesië te vinden is en geldt als het toppunt van de Indonesische kookkunst.

toekomst denken en meer investeren op de lange termijn. Tegelijkertijd moeten ze leren meer van de vrije momenten in het hier en nu te genieten. Stanly is niet bang dat de Indonesische cultuur ("*kebudayaan*" = cultuur in de betekenis van eigenheid en traditie) zal verdwijnen. Mensen die in de *mall* MacDonalds en Kentucky Fried Chicken zitten te eten, schuiven thuis gewoon achter een bord *nasi* met sambal, dat weet hij zeker. *Wayang*, *nasi* eten en met je vrienden hangen ("*berkumpul sama teman*") vormen de ziel van de Indonesiër ("*jiwa*"). De spirituele relatie met het hogere ("*roh*") is een andere eigenschap van de Indonesiër. Deze zaken zullen heus niet verdwijnen door de oppervlakkige uiterlijkheden van materiële zaken. Wat verandert zijn de levensstijl en denkwijze. De essentie van de Indonesische cultuur blijft.

Dit betoog van Stanly is een echo van de boodschappen die uitgedragen wordt in films en televisieseries; in commercials op televisie, radio, in kranten en tijdschriften; via de roddels over het leven van Indonesische *selebriiti*; door de belevenissen van de figuren in de populaire soapseries; en in de alledaagse praktijk dankzij de overal zichtbare uitingen van een moderne leefwijze. Dergelijke boodschappen verbeelden en verwoorden de moderne *pola berpikir* ('denkpatroon'): maak je niet te druk om de toekomst maar geniet nu van het leven, heb het lef om je eigen stijl te volgen, wees een speciaal persoon, ga voor kwaliteit want je bent wat je koopt. Gedurende mijn verblijf bijvoorbeeld verschijnt er een nieuw *lifestyle* magazine genaamd **néo-**. Dit duurste tijdschrift van eigen bodem (30.000 rupiah = fl. 10,-) presenteert zich als "*guide to good living*"¹¹.

Naast deze instelling van 'pluk de dag' denkt de moderne mens toekomstgericht en doet hij aan planning op de lange termijn. Dat lijkt tegenstrijdig maar is niet zo vreemd. Zoals al eerder gezegd: een modern individu wacht niet passief af op wat er komen gaat maar neemt zijn lot in eigen hand. De toekomst is voor hem een uitdaging. Een modern iemand creëert zijn eigen toekomstmogelijkheden. *Kampungan* daarentegen is het passief berusten in je lot, geen grip hebben op het verstrijken van de tijd en de toekomst zien als een onafwendbare bron van onzekerheden en zorgen.

De *mall* is de plek waar die schijnbare tegenstelling tussen genieten van het hier en nu en het plannen op de lange termijn samenkomt. In de *mall* kunnen mensen uitdrukking geven aan de wens een modern, met materiële zaken omlijst leven te leiden. Daarvoor hoeven zij niet eens daadwerkelijk iets te kopen. De prettige en ruim opgezette omgeving van (luxe)spullen en mooie etalages vormt een *décor* waar mensen zich kunnen ontspannen en even hun gewone dagelijkse beslommeringen vergeten. Zij bewegen zich even in een glamoureuze droomwereld vol mooie producten waar ze niet geconfronteerd worden met de lastige dingen van het echte leven, de hitte, de vuiligheid en de gevaren van buiten. Hier lijken mensen hun 'ware ik', de manier waarop zij zichzelf graag willen zien en laten zien, de verbeelding van zichzelf, op te voeren. Ze lachen, laten zich van hun mooiste kant zien. Zij lijken tegen anderen te zeggen: "zien jullie hoe ik geniet van het leven". De *mall* vormt een podium waar mensen geïdealiseerde beelden scheppen van zichzelf en van elkaar: "dit zouden jij en ik kunnen zijn als de wereld er uitziet is zoals hier binnen". De *mall* is tevens een plek waar mensen visioenen van een betere toekomst scheppen. Het genieten van het leven in het hier en nu gaat arm in arm met het besef dat er gewerkt moet worden om geld te verdienen en iets te bereiken. De hele dag in de schaduw onder een boom zitten is niet de manier om succesvol te worden. Assertiviteit en ondernemingslust worden gecultiveerd door het

¹¹ Het introductiewoord van de redactie bij dit eerste themanummer "*party*" luidt: "De *krismon* hebben we glansrijk doorstaan. En het spook van *Y2K* is blijkbaar langsgeweest zonder een duidelijk voetspoor of afdruk achter te laten. *Sooo, Let's Go Party!*.... We blijven vasthouden aan het principe van de *neo*-ist: Wat van mij is, is van jou, zolang we er maar samen van genieten... O.K.? *enjoy!*"

voorzicht: "wacht maar tot ik veel geld verdien dan kom ik hier terug als de koning".

Overigens vormt de *mall* ook het decor voor de rauwe keerzijde van het droomleven in de grote stad. Gok- en spelverslaafde jongeren frequenteren speelhallen als het Australische Timezone in Mall Taman Angrek. Plekken als Sogo, Sarinah en Blok M Plaza zijn bekende *hangouts* voor *upscale* (homo-) prostituees. Overconsumptie, resulterend in koopverslaving of eetverslaving, lijkt ook hier voor te komen. Uitbarstingen van massale volkswede en plunderingen richten zich veelal tegen de winkelcentra¹². Tijdens mijn verblijf werd het Plaza Gadjah Mada aangevallen door een woedende menigte, waarbij vooral de ruiten van de MacDonalds het moesten ontgelden. *Malls* zijn ook aantrekkelijk voor boeven. Tijdens mijn verblijf vond er een gewapende roofoverval plaats op een juwelier in Plaza Senayan.

een nieuwe invulling van het begrip moderniteit

Soekarno had een visie waarin de ideologische modernisering van de natie zou breken met oude achterlijke feodale en koloniale structuren en denkpatronen. Ontwikkeling van het staatsbestel, de openbare ruimte en educatie-instellingen zou moeten leiden tot een algemene mentale ontwikkeling die van bovenaf naar beneden reikt om uiteindelijk de allerarmsten uit het slijk te trekken.

Onder de Nieuwe Orde van Soeharto werden consumptie en materiële welvaart de symbolen van ontwikkeling. Dit waren processen die zich van onder af naar boven toe bewogen, beginnend bij de individuele economische basis van het bestaan. *Erst das Fressen, dann die Moral*, maar al gauw werd het *Fressen* zelf de moraal. Consumptie als levensstijl werd hét vooruitgangssymbool voor de natie en het individu. Dit was een manier om je te ontworstelen aan de oude orde waarin de elite bestond uit adel en intelligentsia. Een nieuwe klasse ontstond van *orang kaya baru* (= de nieuwe rijken; beschreven door Lizzy van Leeuwen 1997) met een levensstijl gebaseerd op uitbundige consumptiepatronen. Onder het rigide en onvrije systeem van de Nieuwe Orde was consumptie bovendien voor jonge minderbedeelden en kansarmen een manier om zich toch een zekere macht toe te eigenen, zich uit te kunnen spreken, te zeggen: "ik kan kopen dus ik besta". En nog belangrijker: "ik ben wat ik koop": in hedonistische excessen namelijk precies het omgekeerde van de starre gezapigheid van de oudere generatie. Zo is een zeer veranderlijke jongerencultuur ontstaan van uiterlijk vertoon en *display*, waarin alles draait om het verkrijgen en behouden van *gengsi* ('prestige', beschreven door Yatun Sastramidjaja 2000).

Uit het losse collectief van studentenbewegingen die strijden tegen zaken als *KKN* (corruptie) en *dwifungsi* (de dubbelrol van het leger) is de ethiek van de *reformasi* uitgegroeid tot een breed gedragen maatschappelijke stroming. *Reformasi* is uit zijn ondergrondse loopgraven te voorschijn gekomen en doorgedrongen tot de hoogste gelederen van de maatschappij. De *resistance identity* van studentenbewegingen als onderdrukte strijders tegen onvrijheid, ongelijkheid en autoriteit heeft zich ontwikkeld tot een breder gedragen en algemeen gevoelde *project identity* onder steeds meer lagen van de bevolking vóór zaken als

¹² *Malls* zijn niet alleen een doorn in het oog van het 'arme gepeupel' omdat ze symbool staan voor een leven waarvan zij geen illusies koesteren het ooit te zullen leiden, maar ook omdat ze vrijwel allemaal in handen zijn van Chinezen. Chinezen zijn niet populair omdat ze vaak welvarender zijn dan de Indonesiërs. Chinezen zijn arrogant, ze voelen zich verheven boven de Indonesiërs en willen zich niet aanpassen aan de Indonesische cultuur, is een veel voorkomende opinie. Tegelijkertijd hebben Indonesiërs een afgunstig soort bewondering voor de werkethiek, handelsgeest, vermogen tot netwerken en mate van organisatie van Chinezen.

gerechtigheid, democratie, gelijkheid en het herstel en de ontwikkeling van het land ¹³. De *reformasi* heeft een gevoel van optimisme gebracht over de toekomst van Indonesië. Met de *reformasi* ontstaat een herwaardering van innerlijkheden. Zaken die nu belangrijk gevonden worden zijn vrijheid van informatie en politieke meningsuiting, kennis en prestatie als basis voor succes in plaats van connecties en prestige, waardering voor culturele eigenheid en respect voor traditie en gemeenschapszin. Deze ontwikkelingen gaan hand in hand met de groeiende invloed van informatie- en communicatietechnologieën in de Indonesische maatschappij.

Indonesia Baru: optimisme, vooruitgangdenken en geloof in de toekomst

Er is vertrouwen en optimisme waarneembaar onder Indonesiërs over de toekomst van het land. Met de *reformasi* zijn nieuwe wegen opengegaan, nieuwe randvoorwaarden geschapen om werkelijk vooruit te komen. Het politieke systeem mag nu democratisch heten, er is ongekende vrijheid van meningsuiting, politieke gevangenen zijn vrijgelaten, grote banken en conglomeraten worden vervolgd wegens corruptieschandalen, oude kopstukken en familieleden van Soeharto zijn van het toneel verdwenen of in hun macht flink ingeperkt, economische grenzen zullen binnenkort opgeheven worden waardoor Indonesië aansluiting zal kunnen vinden bij de rest van de wereld.

Mensen zijn trots op het feit dat hun land deze belangrijke stap op weg naar moderniteit heeft gezet. Eindelijk zal Indonesië mee kunnen doen met de rest van de wereld en zal het land serieus genomen worden. Deze trots en het optimisme komen bijvoorbeeld tot uiting in de alledaagse gesprekken met mensen. Toen ik nog maar net in Jakarta was had ik voor Hotel Sentral (zeker niet in de buurt bij welk centrum dan ook) afgesproken met een vrouw die mij misschien aan een kamer kon helpen. Omdat zij niet kwam opdagen bleef ik een uur staan praten met een man van een jaar of 45 die al tien jaar portier was bij dit hotel. Mijn Indonesisch was in die tijd nog niet echt goed maar ik begreep wel dat er volgens de man veel veranderd was sinds de *reformasi*. Vóór de *reformasi* werd hij samen met de massa "nog dom" (*masih bodoh*) gehouden door het Orde Baru systeem. Dankzij de studentenbewegingen en hun streven naar reformatie was hij de kwade kanten van het systeem gaan inzien. Hij was gaan nadenken en had geleerd. Niet langer zou hij door een politiek systeem onder de duim gehouden worden. Hij was nu "ontwikkeld" (*bangun* = letterlijk: wakker geworden, opgestaan).

Dezelfde mening kreeg ik later eens te horen van Ferri, de jongere broer van Bennie van het eettentje. Na het middageten bleef ik nog wat hangen. Ferri vroeg me wat ik typisch vond aan Indonesië, iets dat me opviel. Ik antwoordde dat naar mijn mening de mensen heel toekomstgericht denken en bezig zijn met vooruitgang. Ferri was dat met mij eens. Volgens

¹³ Castells (1997) maakt een onderscheid tussen drie vormen en oorzaken van identiteitsvorming:

Legitimizing identity: introduced by the dominant institutions of society to extend and rationalize their domination *vis à vis* social actors, a theme that is at the heart of Sennet's theory of authority and domination, but also fits with various theories of nationalism.

Resistance identity: generated by those actors that are in positions/conditions devaluated and/or stigmatized by the logic of domination, thus building trenches of resistance and survival on the basis of principles different from, or opposed to, those permeating the institutions of society...

Project identity: when social actors, on the basis of whichever cultural materials are available to them, build a new identity that redefines their position in society and, by so doing, seek the transformation of overall social structure. This is the case, for instance, when feminism moves out of from the trenches of resistance of women's identity and women's rights, to challenge patriarchy, thus the patriarchal family, thus the entire structure of production, reproduction, sexuality, and personality on which societies have been historically based. (Castells 1997: 8).

hem heeft de politieke omwenteling veel veranderd. Voorheen werden mensen door het Nieuwe Orde regime expres dom gehouden. Nu komen mensen erachter hoe de situatie echt in elkaar zit. Iedereen is ook betrokken bij de actuele gebeurtenissen. Er heerst een soort algemeen optimisme over de openheid van zaken op politiek gebied. "De mensen die vóór de *reformasi* nog dom waren (ook Ferri gebruikt de uitdrukking "*masih bodoh*") zijn nu heel goed op de hoogte van de politieke situatie". Hij wijst naar de man die op zijn blote voeten een kar vol blikken stookolie door de wijk duwt. "Misschien weet hij zelfs wel wat er nu gaande is", oppert Ferri. Alle kwesties zijn inmiddels duidelijk en open, vindt Ferri. "Vroeger wist ik niets van politiek, nu praat ik er vrij over en weet ik hoe het zit". Ferri is optimistisch over de economische vooruitgang. Hij denkt dat Indonesië dankzij de vrije wereldmarkt op hetzelfde niveau kan komen als westerse landen.

Het optimisme en vooruitgangsgeloof is ook voelbaar op straat en in het openbaar vervoer. De zucht naar kennis en ontwikkeling is zeer levendig. Wanneer de bus een ogenblik stopt bij *Terminal Blok M* om passagiers te laten in- en uitstappen slaat de chauffeur, een ruwe en onverzorgde kerel met gaten in zijn T-shirt en handen zwart van de smeerolie, onmiddellijk een krant open over zijn stuurwiel en begint ijverig de nieuwsberichten te bestuderen. Het verkeer bij drukke kruisingen en knelpunten wordt doorkruist door jongens die Engelse woordenboeken proberen te verkopen. In de trein proberen 'kleine zelfstandige ondernemers' tot boekjes aaneen geniete stencils aan de man te brengen. De bladzijden zijn bedrukt met een bonte verzameling aan kennis: wiskundige formules, een beknopte Engelse grammatica en woordenlijst, Koranspreuken in het Arabisch. Op de drukke ringweg rond Jakarta springt een dichter met een lange zwarte paardenstaart in de bus. In de hoop zodadelijk in een leeg snoepzakje enkele *rupiah* op te halen bij de passagiers draagt hij voor uit eigen werk. Op gepassioneerde toon steekt hij een pleidooi af voor een "rechtvaardig en welvarend *Indonesia Baru*", een Nieuw Indonesië.

Ook op televisie en in gedrukte media is het merkbaar. De officiële staatsomroep TVRI heeft sinds een aantal jaar concurrentie gekregen van vijf nieuwe commerciële zenders. De gelukkigen met een schotelantenne hebben bovendien nog de keuze uit onder andere MTV Zuidoost Azië, het Franse kanaal TV5, een Chinese zender, een Maleisisch station en de Amerikaanse nieuwszender CNN. Eén van de populairste genres op de Indonesische televisie is het politieke discussieprogramma. Iedere avond debatteren vooraanstaande figuren over de nieuwste ontwikkelingen. Ze analyseren en becommentariëren weliswaar iedere knipoog van president Gus Dur maar staan bijvoorbeeld óók kritisch ten opzichte van de inmenging van het leger in het landsbestuur. Hoge figuren uit de Indonesische politiek zijn vaak te gast in dit soort programma's om verantwoording af te leggen. De zelfverklaarde taak van deze programma's is het hoeden en stimuleren van de wankelende stappen van het land op weg naar een solide democratie. Ook kwaliteitskranten zoals [Kompas](#) en [Republika](#) volgen de politieke en economische ontwikkelingen nauwgezet en kritisch, met soms buitengewoon scherpe redactionele commentaren.

***reformasi* en discipline**

Reformasi heeft naar boven gebracht wat iedereen natuurlijk allang wist. Discipline en ondernemingslust is wat er schort aan de werkhouding van veel Indonesiërs en dat is één van de redenen waarom het land nog zo onderontwikkeld is. *KKN*, de corruptie en vriendjespolitiek van de Nieuwe Orde, heeft een werkhouding doen ontstaan die aangeduid wordt met *ABS* (*asal bapak senang* = 'zolang de baas maar tevreden is'). Dit is een houding waarbij je precies zoveel doet dat je directe chef hier genoeg mee neemt, maar niets meer dan dat. In zo'n klimaat wordt eigen initiatief en het nemen van verantwoordelijkheden als

hoogst ongepast beschouwd.

Je kunt niet alleen maar genieten, zo blijkt uit het betoog van Stanly, er moet ook gewerkt worden. Discipline is een essentiële karaktereigenschap voor degene die iets wil bereiken. Deze boodschap klinkt strijdig met het hedonistische consumptie-ideaal waarbij het geld vanzelf je portemonnee invliegt en de enige inspanning die je ooit hoeft te leveren bestaat uit het weer zo snel mogelijk spenderen. Toch begint de boodschap 'geniet van het leven' steeds meer aangevuld te worden met het idee dat de moderne mens eerst hard werkt om daarna heerlijk van zijn geld en vrije tijd te kunnen genieten. De *reformasi* heeft een verschuiving in gang gezet waarbij het Nieuwe Orde ideaal van consumptie als teken van prestige gezien wordt als té oppervlakkig en decadent. Een nieuwe werkethiek lijkt zijn opgang te doen waarbij eerlijkheid, verdienste en kennis hoger ingeschat worden dan het beschikken over de juiste contacten. Consumenten mag, het hoort bij de moderne mens, maar je moet het verdiend hebben.

Ook de overheid doet veel moeite om deze ethiek over te brengen. Zo wordt is er op televisie een postbus 51-achtig overheidsspotje te zien waarin twee Indonesische stereotypen voorkomen. Man A loopt zwoegend en ploeterend in de brandende zon met een fiets aan de hand en heeft enkele kippetjes aan het stuur bungelen om te verkopen. Man B ligt lekker in de schaduw onder een boom en lacht hem uit wanneer hij langskomt. In het volgende *shot* stormt en regent het verschrikkelijk. Nu duwt man A uit alle macht een houten handkarretje vol kippen voor zich uit, weer tot hilariteit van man B. Groot is echter de verbazing wanneer op een gegeven moment een toeter klinkt en het blijkt de ijverige buurman te zijn die met een heuse vrieswagen vol kip langs komt rijden, zijn naam in grote letters op de zijkant van de auto afgedrukt.

era informasi: digitale technologie in het nieuwe tijdperk

Op wonderlijke wijze valt het begin van het nieuwe millennium samen met de binnenlandse *reformasi* en de wereldwijde *revolusi digital*. Een nieuwe tijd (*era baru*) is aangebroken, een tijd van voorspoed en vertrouwen in de vooruitgang van Indonesië. Het klimaat is definitief veranderd. Voorbij is het met de achterlijke denkwijze, de starre en ondoorzichtige bureaucratie. Weg met de onvrijheden en onderdrukking, de autoritaire overheid, het gekonkel op alle bestuurlijke niveaus. Afgelopen moet het zijn met het bevoordelen van bepaalde groepen en de tegenstellingen in het land die voortkomen uit *SARA* (*suku, agama, ras, antargolongan* = etniciteit, religie ras en groepsvorming). Niet langer zal Indonesië achterlopen op het gebied van technologische ontwikkeling, democratisch gehalte en economische welvaart.

Het gevoel van "Indonesië mag niet achterblijven maar moet aansluiting zoeken bij de rest van wereld" leidt tot een grote interesse in technologische ontwikkelingen. De hype rond het internet is ook in Indonesië in volle hevigheid losgebarsten. Dit is de *era informasi*, het informatietijdperk. Nieuwe technologie kan een einde maken aan het achterlijke verleden. Net als de *reformasi* heeft ook de *revolusi digital* de Indonesiërs de schellen van de ogen doen vallen. Plotseling is er het besef dat dingen anders kunnen. *TI* (*teknologi informasi*) zal het einde betekenen van de alom verbreide achterlijke denkwijze, van ondoorzichtigheid, vriendjespolitiek en oude structuren (de *pola lama* = het oude patroon). Dankzij het internet zal Indonesië een informatiemaatschappij (*masyarakat informasi*) kunnen worden waarin kennis en technologie de belangrijkste bron van kapitaal is, in plaats van olie, hout en andere natuurlijke hulpbronnen. *Teknologi Informasi* staat niet alleen voor vrijheid van informatie en vrijheid van (politieke) meningsuiting, maar ook voor openheid en duidelijkheid op zakelijk gebied. Computerbouwer [Wearnes](#) bijvoorbeeld vertelt hoe simpel het is om je eigen *online*

bedrijfje op te zetten onder de slogan "*I can*". Pas opgerichte technologiebedrijven buitelen over elkaar heen van haast. Ze proberen werknemers te lokken met een moderne uitstraling en de belofte op carrièrekansen puur op basis van opleiding en individuele verdienste (een voorbeeld is deze [advertentie](#) waarin een *e-commerce* bedrijf de *e-generation* oproept om te solliciteren naar een baan in de IT). Informatietechnologie kan de droom doen uitkomen om van je hobby je werk te kunnen maken en hierin grote successen te behalen. Net als consumptie onder de *Orde Baru* is informatie- en communicatietechnologie zowel de graadmeter van vooruitgang als het doel.

Hoe wordt het vertoog over de informatiemaatschappij verspreid? Het zijn zowel mensen uit Indonesië zelf als bepaalde actoren en processen van buitenaf die hieraan bijdragen. In het volgende hoofdstuk zal blijken dat de *reformasi*-beweging veel te danken heeft aan informatietechnologie zoals het internet. Het internet heeft een belangrijke rol gespeeld in het verspreiden van vrije informatie en politieke meningen. Dit gegeven bepaalt voor een deel het huidige imago van internettechnologie. Een andere belangrijke factor is wat je wel de *buzz* zou kunnen noemen: middels *bergaul* verspreiden mensen het idee dat internet hip is en vast en zeker de toekomst gaat worden. Doordat steeds meer mensen hierover gaan praten is het internet langzaam maar zeker een *hot topic* geworden, iets dat je niet mag missen als je jezelf van deze tijd vindt.

Ook de aandacht die gewone Indonesische media geven aan het fenomeen internet draagt bij aan de hype. Zoals eerder gezegd: de beleving van tijd is nauw verbonden met het denken over moderniteit. Het 'van deze tijd zijn' komt terug in de toonzetting van de artikelen over internet en technologie in het algemeen. Veelvuldig gebruik van woorden als *kini* (thans) en *saat ini* (deze tijd) trekken als het ware de tijdsbeleving in Indonesië omhoog tot de wereldwijde standaard van technologische ontwikkelingen. Nú vindt de *revolusi digital* plaats en de veranderingen onder invloed van informatie en communicatiemiddelen zoals het internet zullen ingrijpend zijn. De artikelen spreken vaak ook over de toekomst (*masa depan*; zie bijvoorbeeld dit [artikel](#) uit dagblad Kompas). De toekomst wordt beschreven in termen als *era globalisasi*, *era baru*, *era informasi*. De impliciete boodschap die de retoriek van dit soort artikelen uitdraagt is dat het heden beslissend is voor de toekomst. We zullen nú moeten meegaan met de ontwikkelingen, of we willen of niet, anders zullen we voor altijd achterblijven (*terbelakang* of *tertinggal*) bij de rest van de wereld. Wij, in het heden, bouwen de toekomst.

Indonesische media puilen uit van de reclamecampagnes voor prijzige [seminars](#) over internet en *e-commerce*. Grote buitenlandse bedrijven sponsoren dit soort seminars en verlenen deze geloofwaardigheid met hun bedrijfslogo's in de advertenties. Bekende Indonesische internetondernemers komen praten. De seminars creëren een gevoel van "daar moeten we als de kippen bij zijn". Een [advertentie](#) luidt bijvoorbeeld "*Go Internet atau Habis*" ("Ga op het Internet of het is afgelopen"). Sponsors van dit seminar zijn naast bekende Indonesische media en banken ook internationale bedrijven als Microsoft en Anderson Consultants.

Ook internationale instituties, media en personen dragen bij aan het optimistische discours over de informationaliserings van de maatschappij. In het World Trade Centre waar Stanly werkt staat de hele dag CNN aan in de lobby. Voortdurend komen thema's aan bod die met informationaliserings te maken hebben. Nieuws over de Nasdaq (de beurs voor technologie-gerelateerde bedrijven) volgt Stanly op het puntje van zijn stoel. Vol bewondering is Stanly ook wanneer hij in een reportage ziet dat mensen in Amerika zich verdringen in de supermarkt om het pas gelanceerde Windows 2000 aan te schaffen. "Wow,

het moment dat wij hier ook software in de supermarkten kunnen kopen zou werkelijk fantastisch zijn!"

De spectaculaire stijging van de Nasdaq (tot de duik in april 2000) was voor veel ondernemers een *eye-opener*. Een veelbesproken figuur is George Soros¹⁴. Hij investeert miljoenen in aan informatie gerelateerde bedrijven, zoals het Singaporese www.catcha.com. Dit Singaporese bedrijf wil de grootste zoekmachine van Azië worden (zonder de *western bias* van de Amerikaanse grote zoekmachines) en exploiteert een speciale Indonesische [site](#). Yusa, een woordvoerder van het World Trade Centre, vertelt dat dergelijke investeringen van mensen als Soros een voorbeeld vormt voor veel Indonesische ondernemers: "*Wah, shockterapi-lah!* Waarom zijn die buitenlanders zo dapper om dat te doen?" Een ander bekend en bewonderd voorbeeld is Yahoo!com. "De jonge oprichters die dit bedrijf begonnen als tijdverdrijf (*iseng*) zijn inmiddels miljonair. Dat is dé droom uit de internetwereld waarbij je hobby je werk wordt."

Een lichtend voorbeeld zijn ook de Indiase software specialisten uit Bangalore en Hydrabad. Als een land als India het kan, dan kan Indonesië het ook. Daarom is met geld van onder andere Microsoft op het eiland Bali een soortgelijk project opgezet: [Bali Camp](#). Dit is een complex met zwembad, tennisbanen en ander vermaak, waar Indonesische en buitenlandse informaticaspecialisten samenwerken aan het ontwikkelen van software. Bali Camp moet een Indonesische variant worden op Silicon Valley¹⁵.

Er is een verschuiving aan het plaatsvinden in de invulling van het begrip ontwikkeling. De *reformasi* verspreidt het idee dat de individuele prestigieuze consumptie maar eens aangevuld dient te worden met een gemeenschappelijke aanpak van de hervorming en ontwikkeling van het land. Naast de veranderingen in mentaliteit en werkethiek zijn ook informatie- en communicatietechnologieën belangrijke sleepwagens van vooruitgang. Het concept moderniteit verschuift van een voornamelijk individualistische invulling in prestigieuze consumptie naar een gemeenschappelijk project van informationalising van de maatschappij. Dit is opmerkelijk. Een veelgehoorde mening is dat individualisering een onafwendbaar nevenproces van modernisering is. In het vierde hoofdstuk zal ik dieper ingaan op die gemeenschappelijke vorm van vooruitgang.

een nieuw Indonesië? scepsis en wantrouwen

Of er daadwerkelijk sprake is van een 'Nieuw Indonesië' valt natuurlijk te betwijfelen. Scepsis is er genoeg over de huidige situatie en de toekomst van het land. Er is nog altijd veel corruptie en gekonkel op alle niveaus van de samenleving. Tweeënehalf jaar na zijn aftreden is Soeharto nog steeds niet berecht. Veel lieden die hun fortuin onder het *Orde Baru* bewind vergaard hebben mogen dan van het toneel verdwenen zijn, achter de schermen spelen zij nog altijd een rol. Een flink aantal zit nog altijd op dezelfde plek. De armen hebben het in financieel opzicht meestal niet beter dan voor de *reformasi*. Het land dreigt te versnipperen. In buitengewesten zoals Aceh, Irian Jaya en de Molukken zijn bloedige onlusten aan de gang. Maar ook Jakarta zelf wordt van tijd tot tijd opgeschrikt door onrusten en uitbarstingen van geweld. Duizenden woedende moslims roepen in het Stadion *Senayan* de *jihad* uit tegen de christenen op de Molukken. Het gebouw van de effectenbeurs in Jakarta en verscheidene

¹⁴ Naar deze bekende belegger gaat veel aandacht uit in Indonesië. Hij bezit aanzienlijke aandelen in verschillende Indonesische bedrijven. Sommigen zien hem (in navolging van premier Matahir van Maleisië) als degene die de Azië-crisis heeft veroorzaakt met zijn valutaspeculaties. Bovendien is hij joods, geen pluspunt in deze overwegend Islamitische landen.

¹⁵ Bron: *Tempo edisi 20-26 maret 2000* p. 69.

kerken zijn door bomaanslagen getroffen. Verhalen doen de ronde over onderaardse tunnels die de familie Soeharto zou gebruiken om een veilig heenkomen te zoeken. Soeharto is dan wel afgetreden, zijn familie en handlangers zijn nog altijd bezig de stabiliteit van het land te verstoren, menen velen. 32 Jaar *Orde Baru* heeft de mensen achterdochtig en wantrouwig gemaakt.

Niet alleen binnenlandse krachten zijn bezig het land omlaag te trekken, ook van buitenaf dreigt gevaar voor de ontwikkeling van Indonesië. Een aanzienlijk deel van de Indonesiërs vindt dat organisaties zoals het IMF en de Wereldbank veel te veel eisen stellen aan de economische politiek van Indonesië in ruil voor financiële hulp. Deze mening wordt duidelijk verwoordt door Yusa Sugandi, een woordvoerder van het World Trade Centre. Zojuist heeft Yusa in een verduisterd zaaltje een presentatie gehouden over de mogelijkheden van een website van het WTC. Leden van over de hele wereld met een eigen bedrijfje kunnen op deze site hun *business opportunities* publiceren om *e-trade* te drijven. Na afloop van het betoog spreken we onder vier ogen over de ontwikkeling van het internet in Indonesië. Het punt komt ter sprake dat Indonesië een ongelijke verdeling kent tussen natuurlijke hulpbronnen en de technologiesector.

Wij zouden onze natuurlijke hulpbronnen beter moeten ontginnen. Beter dat wij het doen dan het aan anderen over te laten. Neem het Amerikaanse bedrijf Freeport¹⁶. Dat is heel triest. Eerst hoefde dit bedrijf helemaal geen belasting te betalen. En wat ze nu betalen staat in geen verhouding tot de opbrengsten. Dat is zó gehaaid (*licik*) van ze. Ze gebruiken de Verenigde Naties en de WTO om goed te praten wat daar gebeurt ("*dihalalkan*", *halal* = rein voor moslims) en ons te dwingen hiermee akkoord te gaan.

Organisaties als het IMF en het WTO behartigen alleen de belangen van het westen. Wij krijgen een lesje in natuurbescherming, "*save the world*", maar waar is de industrie begonnen? Jullie in het westen hebben al een voorsprong. Ze moeten wel rechtvaardig blijven. Een andere leugen is *HAM* (*hak asasi manusiawi* = universele mensenrechten). Als ik heel eerlijk ben, vind ik dat een product van het westen, van Amerika. Vóór die universele mensenrechten wisten wij hier best onze grenzen dankzij religie, onze cultuur en de wetten uit 1945. Die mensenrechten zijn alleen maar bedacht om hun eigen belangen te beschermen. Het is eigenlijk een soort neo-imperialisme. Terwijl in Amerika de kinderen elkaar afschieten, blijven de derde wereldlanden gedictieerd worden (*didiktekan*). En wij blijven dit maar pikken. Dat zou niet zo moeten zijn. Onze regering zou eens het lef moeten hebben om te zeggen: we hoeven geen geld meer te lenen, we vertrouwen op onze eigen grondstoffen en onze eigen bestuurlijke kwaliteiten.

Laatst kwam er een cliënt van ons binnen die een licentie van een Duits bedrijf had bemachtigd. Ik was verbaasd: deze *engineers* en *designers* wilden graag een referentie van deze Duitse maatschappij. Die licentie was een soort erkenning (*pengakuan*), hoewel onze techniek precies hetzelfde is. Waarom?

¹⁶ Freeport is een zeer omstreden bedrijf dat zowel wordt bekritiseerd door (buitenlandse) milieu- en mensenrechtenorganisaties wegens het verwoesten van de natuur en het schenden van de rechten van inheemse Papoea's, als door Indonesiërs die vinden dat dit buitenlandse bedrijf hun bodemschatten plundert. Henry Kissinger, ex-minister van buitenlandse zaken en topadviseur van de Amerikaanse regering, is commissaris van Freeport. Tijdens een bezoek aan Indonesië begin 2000 besprak hij in de positie van speciaal adviseur met president Wahid allerlei algemene zaken op sociaal en cultureel gebied. Tijdens ditzelfde bezoek verzocht hij Wahid de gesloten contracten met Freeport na te komen (bron: Kompas 29/2/2000).

Omdat wij nog *western-minded* zijn. Alle producten die uit het westen komen zijn goed denken we. Maar neem nou Nike, Reebok, enzovoorts. Al die producten worden bij ons gemaakt, in Amerika gemerkt (*dicap*), om vervolgens weer duur bij ons terug te komen...

Indonesië heeft best wel een eigen ontwikkelde technologiesector in huis. We hebben het ITB en het LIPI maar daar wordt niet over gepubliceerd ¹⁷. Er is geen communicatie tussen de verschillende hightech sectoren in ons land. Technologie wordt onvoldoende geïntegreerd in de samenleving (*kurang disosialisasikan*). De regering zou beter haar best moeten doen om de eigen economie te beschermen ¹⁸.

Dergelijke tirades zijn geen zeldzaamheid wanneer je met mensen praat. Veel Indonesiërs vinden, minder of meer uitgesproken, dat buitenlandse instituties te veel zeggenschap hebben over de koers die Indonesië vaart. Dit is één van de grootste dilemma's waar moderne Indonesiërs mee te maken hebben: hoe vorm en inhoud te geven aan het streven naar ontwikkeling, vooruitgang en moderniteit, maar dan wel op een eigen manier?

Het volgende hoofdstuk gaat over de introductie en de ontwikkeling van het internet in Indonesië. Het vertoog over de informatiemaatschappij zal in dit hoofdstuk uitgebreider aan bod komen. Ook zal ik laten zien hoe gebruikers het medium op uiteenlopende manieren vormgeven en toe-eigenen.

¹⁷ *ITB= Institut Teknologi Bandung*. Prestigieuze technische universiteit en onderzoeksinstituut in west-Java. Reeds opgericht onder Nederlands koloniaal gezag, later het paradepaardje van Habibie.

LIPi= Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Wetenschappelijk onderzoeksinstituut.

¹⁸ Deze passage is een bewerking van het [interview](#) in het Indonesisch dat ik had met Yusa Sugandi op 26 april 2000.

Hoofdstuk 3

Van *underground* tot *mainstream*: de geschiedenis van het internet in Indonesië

In hoofdstuk 2 hebben we gezien dat Soekarno geprobeerd heeft om Indonesië vooral op ideologisch gebied te ontwikkelen. Soekarno besteedde minder aandacht aan de economische en technologische ontwikkeling van het land. Westerse technologie was verdacht want al snel een symbool van superioriteit en imperialisme. Liever machines uit Rusland en China.

Onder Soeharto werd westers kapitaal juist binnengelokt. Als consultant van Soeharto, vanaf 1978 minister van technologie, later vice-president en tenslotte na de val van Soeharto zelf nog even president, heeft de in Europa opgeleide [B.J. Habibie](#) een belangrijke rol gespeeld in het ontwikkelingsbeleid van Indonesië. Zijn idee was dat Indonesië arm zou blijven als het bleef vertrouwen op de export van ongeschoolde arbeid en grondstoffen. Door te investeren in hoogwaardige industrie zou Indonesië zich kunnen opwerken tot een ontwikkelde economie. Habibie stopte veel geld in grootschalige projecten zoals scheepvaart-, automobiel- en vliegtuigbouw. Ook ging veel geld naar prestigieuze hogescholen en universiteiten zoals de UI (*Universitas Indonesia*) en het ITB (*Institut Teknologi Bandung*). Habibie probeerde een geloofwaardig Indonesië op de wereldkaart te zetten, in de hoop op die manier buitenlandse investeerders aan te trekken.

In een [interview](#) uit 1995 met het dagblad *Republika* over de economische toekomst van Indonesië in de komende eeuw verwoordt Habibie een sterk besef van de achterliggende positie van het land in vergelijking met het westen. Wat Indonesië in zijn opinie mist is een goed ontwikkeld aanbod aan *human resources* ("*sumber daya manusia*"). Daarnaast is ook de infrastructuur van Indonesië onderontwikkeld en ontoereikend. Volgens Habibie begint de ontwikkeling van een land bij de technologische basis. Economie, sociale kwesties en cultuur volgen dan vanzelf wel. Ontwikkeling is niet uitsluitend een kwestie van geld, maar van het beschikken over de juiste technologische middelen. Het probleem is dat vrijwel alle hoogwaardige technologie uit de rijke en ontwikkelde landen komt. Technologie zal in de toekomst steeds belangrijker worden, net als de onderlinge afhankelijkheid van landen. Of Indonesië wil of niet, het zal de ontwikkelingen op wereldniveau moeten blijven volgen om geen verdere achterstand op te lopen.

*Habibienomics*¹ in het kort: Indonesië moet meedoen aan de wereldwijde *ratrace* om hoogwaardige technologie anders is het land voorgoed verloren. Deze strategie van Habibie is geen doorslaand succes geweest. Zo heeft bijvoorbeeld nog geen Indonesisch vliegtuig ooit voldaan aan internationale normen. Vliegtuigbouwer Merpati is inmiddels gesloten wegens

¹ Voormalig minister van economische zaken Kwik Kian Gie gebruikte deze term in een interview in 1993 met het dagblad *Kompas* (geciteerd in dit [artikel](#)) voor de ontwikkelingsstrategie van Habibie waarin economische vooruitgang afhangt van de ontwikkeling van *human resource* en het niveau van de technologie.

corruptieschandalen. Wel heeft deze technocratische instelling van Habibie gezorgd voor de overheidsgeleide ontwikkeling van het internet in Indonesië. Het Nieuwe Orde bewind zag de *information superhighway* als onderdeel van haar ontwikkelingsdroom. Het opzetten van internetdiensten via reeds bestaande lokale knooppunten (zoals postkantoren en universiteiten) werd een prestigieuze onderneming van de nationale overheid (Hill & Sen 1997: 69²).

het begin

Sinds de tweede helft van de jaren '80 hebben universiteiten in Indonesië geëxperimenteerd met computernetwerken. Door de hoge kosten is hiervan niet veel concreets terechtgekomen. Vanaf 1989 begint de overheid onder gezag van het Instituut voor de Analyse en Toepassing van Technologie (het **BPPT**) aan het ontwerp van het **IPTEKnet**, een informatienetwerk tussen verschillende overheidsinstellingen, onderzoeksinstituten en universiteiten³. Vanaf juni 1994 kunnen deze instellingen via het IPTEKnet ook toegang krijgen tot internet. Volgens *pak* ('vader' = meneer) Effendi, systeembeheerder van het BPPT, is dit netwerk opgericht

omdat Indonesië niet mag achterblijven bij het tijdperk van *globalisasi* waarin we nu eenmaal leven. In deze tijd van *globalisasi* is het internet een noodzakelijk medium voor integratie en eenwording. ... Kijk, vroeger was informatie in Indonesië gesloten (*tertutup*). Als er al informatie beschikbaar was, dan was het langzaam. In deze tijd echter is het denken over informatie onder het volk veranderd. Mensen beginnen steeds pragmatischer en kritischer te denken. Vroeger verliep alles via een bureaucratisch stappenplan. Nu is het informatietijdperk (*era informasi*) aangebroken. Er is democratie. Zaken moeten direct kunnen worden geregeld en meningen direct geuit kunnen worden. Dat is praktischer en ontwikkelder (*lebih berkembang*). Deze ontwikkeling is verbonden met het internet. Het internet geeft mensen de mogelijkheid om zélf informatie op te zoeken en een eigen mening te vormen⁴.

Ook het Ministerie van toerisme, post en telefonie (*deparpostel*) zet een eigen internet providerdienst op: WasantaraNet. Deze providerdienst is er vooral op gericht internettoegang te bieden in de meer rurale gebieden van het land. (Hill & Sen 1997). Via reeds bestaande lokale knooppunten zoals postkantoren kunnen mensen laagdrempelige toegang krijgen tot

² In hun artikel *Wiring the Warung to Global Gateways: The Internet in Indonesia* (1997) verkennen David Hill en Krishna Sen het gebruik en de mogelijkheden van het Internet in de eerste periode direct na de introductie. Zij deden hiervoor onderzoek in Yogyakarta.

³ IPTEK = *Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*, is het wetenschap- en technologieprogramma dat door het Ministerie voor Onderzoek en Technologie (RISTEK = *Riset dan Teknologi*) uitgevoerd wordt. Habibie was van 1978 tot 1996 minister van dit departement. BPPT = *Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi*, oftewel het instituut voor de analyse en toepassing van technologie, staat onder RISTEK. Onder dit ministerie vallen onder andere ook het LIPI (instituut voor wetenschappelijk onderzoek), LAPAN (ruimtevaartonderzoek), BATAN (atoomonderzoek), Baku-Sultanan (geografisch informatiesysteem), BPS (statistiek), alsmede enkele non-departementale instituten zoals het Dewan Riset Nasional.

Niet ieder departement is aangesloten via het RISTEKnet. Het departement van bosbouw bijvoorbeeld, waar Soeharto's boezemvriend Bob Hassan (onlangs veroordeeld wegens corruptie) nauw mee is verbonden vanwege zijn houtkapimperium, heeft toegang via de commerciële internetprovider CBN, die weer in handen is van een andere machtige (eveneens Chinese) Soeharto *cronie*: de Salim groep.

⁴ Uitspraak gedaan tijdens het [interview](#) in het Indonesisch dat ik met pak Effendi had 16 mei 2000.

het internet. Het grote postkantoor van Jakarta bij de *passar baroe* heeft een stuk of twintig kleurige computer *units* geplaatst, speciaal ontworpen voor kinderen, onder de slogan: *Kid-Net, cerdas & ceria* ('Kid-Net: ontwikkeld/pienter & stralend').

Naast het IPTEKnet en WasantaraNet beginnen ook commerciële ISP's (*internet service providers*) halverwege de jaren '90 met het ontwikkelen van internettoegang voor particulieren en bedrijven. Aanvankelijk is er veel verwarring over de verstrekking van licenties, zodat het een tijdje duurt voor deze commerciële providers hun diensten daadwerkelijk kunnen aanbieden. Niet duidelijk is welk overheidsorgaan verantwoordelijk is voor het beleid ten aanzien van dit nieuwe medium en aan welke voorwaarden internetproviders moeten voldoen voor het verkrijgen van een licentie. Deze kwestie komt voort uit de vraag tot welke soort media het internet gerekend moet worden. Is internet een *broadcast*-medium (informatie voor een massapubliek) zoals kranten, televisie en radio, of een *narrowcast*-medium (informatie van individu tot individu) zoals post en telefonie? Het Ministerie van Informatie *Deppen* (*Departemen Penerangan*⁵) is verantwoordelijk voor 'traditionele' zendmedia als radio en televisie. Het *Deparpostel* (*Departemen Parawisata, Pos dan Telpon*) gaat over post en telefonie. Het *Deppen* heeft de vrije verstrekking van informatie door de massamedia altijd sterk ingeperkt tijdens het Nieuwe Orde bewind. Radio, kranten en televisie zijn aangezet tot zelfcensuur onder het mom van 'verantwoording afleggen' (*bertanggungjawab*) aan het landsbelang (Hidayat 1999: 363). *Deppen* ziet in het internet een gevaar voor de normen en waarden van de Indonesische maatschappij omdat het medium onbeperkte toegang zal kunnen geven tot informatie uit de hele wereld. Internet is de handlangster van het verschijnsel globalisering en zal leiden tot buitenlandse culturele penetratie. Het *Deparpostel* daarentegen ziet in het fenomeen globalisering juist nieuwe mogelijkheden voor de toekomst van Indonesië op het gebied van economische ontwikkeling (Hill & Sen 1997: 78-82).

Het *Deparpostel* wordt uiteindelijk het verantwoordelijke ministerie voor internetaangelegenheden. **RADNET** gaat in mei 1995 uiteindelijk als eerste commerciële provider van start. Andere ISP's (*Internet Service Provider*) volgen snel. Eind 1995 zijn er 5 commerciële aanbieders, mei 1996 zijn het er 22, hoewel hiervan slechts vijftien daadwerkelijk serieuze diensten aanbieden (Hill & Sen 1997: 73). In mei 2000 noemt de IDNIC, het registratieorgaan voor Indonesische webdomeinen, [op deze site](#) een aantal van 68 ISP's⁶.

internet en reformasi

Al snel blijkt het internet een vrijplaats te zijn waar Indonesiërs zoeken naar informatie die de reguliere media niet kan publiceren. Op het internet kunnen zij meningen uiten die in kranten en op radio en televisie als subversief gelden.

Vanouds hebben studentenorganisaties een belangrijke rol gespeeld in de politieke geschiedenis van Indonesië. Studentenbewegingen zijn altijd betrokken geweest bij belangrijke politieke omwentelingen in het land. De samenwerking tussen het leger en studentenbewegingen heeft Soeharto in 1966 aan de macht geholpen en zijn bewind legitimiteit verschaft. Na de protesten tegen het regime in '77/'78 treft Soeharto maatregelen

⁵ *Departemen Penerangan* = (letterlijk:) Departement van uitzending.

⁶ In een [artikel](#) in de bijlage bij het weekblad Tempo van 12 maart 2000 genaamd *Digit@l: Menjelajah Dunia Internet: Dari Situs Politik Sampai 'E-Commerce'* ("Verkenning van de Internetwereld: van politieke sites tot e-commerce") wordt het aantal van 53 ISP's genoemd dat een principeakkoord zou hebben met het *Deparpostel*.

om studentenorganisaties in te perken. Iedere politieke activiteit op de campus werd verboden. Deze regels hebben effect. Pas tien jaar later beginnen studenten zich weer te roeren voor meer autonomie op de campus en voor zaken als de erkenning van mensenrechten en de rechten en belangen van het gewone volk (Aspinall 1995: 30-32). Een nieuwe opleving van radicaal activisme ontstaat. Voor deze ondergrondse studentenbewegingen komt het internet als geroepen. Annas Alamudi, voormalig studentenleider van de *KB-UI (Keluarga Besar Universitas Indonesia = grote familie van de Universiteit van Indonesië)*, vertelt over die periode ⁷:

Ik ben altijd al geïnteresseerd geweest in politiek en mensenrechten-issues. Ik herinner me het bloedbad van Santa Cruz ⁸. Ik begreep niets van de officiële berichten, zoals: "de mensen waren aan het demonstreren en opeens gooide iemand een granaat naar het leger." Of verklaringen als: "ze demonstreren voor onafhankelijkheid en daarom ondermijnen ze de nationale stabiliteit." Dat vond ik gewoon niet logisch. Mijn vader was journalist en ik vroeg hem: "wat gebeurt er nu echt?". Mijn vader nam telexen mee naar huis van AP, Reuters en AFP. "Hier, lees dit voor je eigen informatie, maar vertel het aan niemand", zei hij. Ik begon de overheid te wantrouwen.

Na het bloedbad bij het partijgebouw van de *PDI-P* ⁹ op 27 juli 1996 heb ik de gelofte afgelegd niet langer slechts waar te nemen, maar zelf deel te gaan nemen. Zo ben ik actief geworden in de studentenpolitiek. Ik studeerde rechten aan de *Universitas Indonesia* en sloot me aan bij de *KB-UI*. Onze eisen waren onder andere totale politieke hervormingen en de opvolging van Soeharto. Na de economische crisis eind 1997 raakten dingen in een stroomversnelling. Inmiddels begonnen ook de studenten de crisis te voelen in hun eigen portemonnee. We organiseerden demonstraties die steeds massaler bijgewoond werden.

Het internet was een medium om informatie te vinden die afweek van de overheidspropaganda die verspreid werd in de massamedia. Je begrijpt natuurlijk dat in die tijd de massamedia streng gecontroleerd werden door de overheid. Als je alternatieve informatie zocht kon je je abonneren op alternatieve blaadjes als *Suara Independent* ['onafhankelijke stem'], opgezet door de *AJI* ['verenigde onafhankelijke journalisten'] of een nieuwsletter van een *NGO* genaamd *PIJAR*. Of je kon het internet op. Er waren genoeg onafhankelijke groeperingen die berichtten over Indonesië als je de middelen en de wil had om ze te zoeken.

Aanvankelijk was het internet gewoon iets... iets *hightech* dat ik wilde hebben. Uit pure nieuwsgierigheid! Ik begon met het zoeken naar informatie over... van alles eigenlijk, gewoon om mijn nieuwsgierigheid te bevredigen. Het was pas later, toen ik meer begreep van het internet en e-mail en van encryptietechnieken, dat ik het internet ging gebruiken voor politieke doeleinden.

⁷ De hiernavolgende passages zijn vrije vertalingen van het [interview](#) in het Engels dat ik had met Annas in de nacht van 5 op 6 mei 2000.

⁸ Bloedbad van Santa Cruz: demonstratie in Oost-Timor die uitliep op een slachtpartij door het leger onder de demonstranten.

⁹ *Partai Demokrasi Indonesia-Perjuangan* (Strijdende PDI). De PDI, met Soekarno's dochter Megawati Soekarnoputri als charismatisch icoon, was één van de twee oppositiepartijen die voor de vorm onder Soeharto werd toegelaten. Na een partijcongres in Sumatra waarbij onder druk van het Soeharto-regime een marionet tot nieuwe leider werd verkozen, splitste de PDI-P zich af. Deze doorn in het oog van Soeharto werd steeds feller in haar kritiek op het bewind, totdat "Soeharto-sympathisanten" (andere lezing: het leger) het partijgebouw in 1996 bestormden en afbrandden.

Wij politieke activisten gebruikten vooral e-mail om contacten te onderhouden. Tussen onszelf onderling, maar ook met studentenorganisaties uit andere steden waarmee we tijdens een speciale reis door Java contacten gelegd hadden. We waren in die tijd hartstikke paranoïde over alles, dus gebruikten we encryptietechnieken zoals *PGP*¹⁰. Onze vrienden uit Bandung die aan de ITB¹¹ studeerden wisten daar al veel vanaf. Natuurlijk had lang niet iedereen e-mail in die tijd. Uitsluitend de midden- en bovenklasse. Maar in iedere studentenorganisatie waren er altijd wel drie of vier met toegang tot het internet, zoals ik dus. Wij mailden elkaar, verspreidden informatie en lieten dat weer aan de rest weten.

Rond de tijd dat *Detik*¹² online ging, kregen meer en meer mensen toegang tot internet, vooral in de grote steden. Mailings werden uitgeprint, gefotokopieerd en verder verspreid onder vrienden. Ikzelf denk dat niet het internet maar vooral de uitgeprinte en verspreide mailings de belangrijkste bijdrage hebben geleverd aan het vormen van meningen, al zijn die mailings natuurlijk afkomstig van het internet.

Verder merkte ik dat je de opinie van mensen kon beïnvloeden middels *IRC*¹³. In de begindagen van de beweging, in '96/'97, was ik al *channel operator* van de twee grootste Indonesische kanalen op EFnet: *channel Jakarta* en *channel Indonesia*. Eén of twee dagen voor een demonstratie zette ik als onderwerp: "demonstratie daar-en-daar, wees erbij!". Het bleek dan dat de discussies op het kanaal vaak gingen over politieke kwesties. Die discussies konden soms erg verhit zijn, maar naar mijn mening was dat zeer verlichtend ("*enlightning*")!

Een van de meest geraadpleegde informatiebronnen is de mailinglist [apakabar](#). Opgericht en beheerd door de Amerikaan John MacDougall groeit deze mailinglist uit tot hét forum voor vrije nieuwsverstrekking en meningen omtrent politieke kwesties in Indonesië. Aanvankelijk zijn dat vooral dissidente meningen gericht tegen het *Orde Baru* regime. Nadat verschillende bekende kranten en tijdschriften aandacht besteden aan het fenomeen *apakabar* veranderen de ingezonden stukken van toon en inhoud. Annas:

Voordat het internet echt populair werd in Indonesië was *apakabar* behoorlijk accuraat. Je kon geloven wat je las in *apakabar*. Maar zodra meer en meer mensen gebruik begonnen te maken van het internet, kreeg je meer opinie en minder feiten. Mensen publiceerden bijvoorbeeld claims over de rijkdommen die

¹⁰ *PGP = Pretty Good Privacy*. Zeer solide encryptietechnologie, waarbij de gebruiker een voor iedereen toegankelijke *public key* en een strikt persoonlijke *private key* aanmaakt. Iemand die een bepaald persoon een bericht wil sturen, moet in een openbaar archief op het Web de *public key* van de geadresseerde zoeken en daarmee het bericht coderen. De ontvanger gebruikt zijn *private key* om het bericht te decoderen. Uitsluitend met die *private key* kan het bericht weer ontcijferd worden. Daarom wordt deze techniek ook wel asymmetrische encryptie genoemd.

¹¹ *ITB = Institut Teknologi Bandung*. Prestigieus technisch opleidings- en onderzoeksinstituut in West-Java. Reeds opgericht onder Nederlands koloniaal gezag, later het paradepaardje van Habibie.

¹² In 1994 verbood Soeharto drie tijdschriften: *Detik*, *Tempo* en *Editor*. *Detik* is vervolgens online gegaan in juli 1998. Zie verderop.

¹³ *IRC = Internet Relay Chat*, oftewel *chatten*. Deze techniek maakt het mogelijk om in *real time*, dat wil zeggen gelijktijdig, in contact te staan met één of meerdere mensen via het internet. Net zoals je 'in het echt' ook met iemand afspreekt in een bepaalde stad op een specifieke plek, zo heb je bij IRC ook bepaalde *servers* en daarbinnen weer bepaalde *channels*. Het bijzondere aan deze 'virtuele' manier van ontmoeten is dat iedereen zijn eigen plekje, d.w.z. zijn eigen *channel* kan beginnen en beheren (dan ben je *channel operator*).

Soeharto vergaard had zonder bronnen te vermelden. Of over de vermeende betrokkenheid van de Communistische Partij in de coup van 1965. De informatie die verspreid werd op internet kreeg steeds vaker het karakter van roddels en claims die nergens op gebaseerd waren.

Steeds meer mensen krijgen toegang tot het internet. De meningen en ideeën worden diverser. Er beginnen verschillende groepen van internetgebruikers te ontstaan. Het internet gaat steeds meer lijken op een dwarsdoorsnede van de Indonesische samenleving. Die samenleving zit vol spanningen. Verschillende groepen, verdeeld op basis van etniciteit, religie, ras en (politieke) kliekjesvorming (afgekort als SARA= *suku, agama, ras, antargolongan*), voeren een voortdurende strijd met elkaar. Daarbij draait het om de vraag: wie en wat is echt Indonesisch? Het zijn aanspraken op authenticiteit. Verschillende partijen proberen elkaar buiten de 'normale' maatschappij te plaatsen met retoriek als: die radicale politieke hervormers zijn slechts een extremistische minderheid; moslims zijn een stel religieuze fanatici; christenen zijn heidenen met hun geïmporteerde Europese religie; Chinezen pikken onze beste banen in, ze gaan alleen maar met hun eigen soort om en zuigen de Indonesiërs uit; Javanen domineren de andere bevolkingsgroepen en ze denken veel te standenbewust; Bataks zijn lomp en boers, Molukkers zijn onbeheerd en heetgebakerd, die zwarte Papua's zijn helemaal primitief ¹⁴. In dit soort retoriek zit de boodschap verscholen dat, gemeten op de ladder van ontwikkeling, de andere groepen niet van deze tijd zijn maar qua ontwikkeling en beschaving achterliggen bij de groep waartoe iemand zelf behoort. Iedere groep heeft zo zijn eigen visie op de vraag hoe vooruitgang gedefinieerd dient te worden.

Ook *online* voeren verschillende groepen een 'informatieoorlog' met elkaar voor hun versie van De Waarheid. Het internet wordt een soort virtueel politiek slagveld. Veelzeggend voor de onderliggende grotere kwesties is de wijze waarop details verteld worden. Een voorbeeld is de [mailing](#) ¹⁵ die een zekere Frangkie van de *Moslem Brotherhood Association* naar *apakabar* heeft gestuurd op 28 september 1999 onder de titel "Opgepast voor de bewegingen van minderheidsgroepen". De schrijver begint met de waarneming dat er veel slachtoffers gevallen zijn en schade ontstaan is door alle onlusten. Hij stelt de vraag "wat is er nu eigenlijk echt gebeurd?" (*Apa yang sesungguhnya terjadi*) en steekt een beschuldigende vinger uit naar de hoek van de hervormers. De oppositie tegen Habibie is slechts een extremistische minderheid die zich kenmerkt door secularisme en "Islamophobia". Het zijn vooral Christenen en hun manier van protesteren is helemaal niet democratisch maar anarchistisch. De meerderheid der studenten is juist Moslim en steunt de officiële weg naar hervormingen. Zij zijn "de pure studenten" (*itulah mahasiswa Indonesia yang murni*). Bepaalde media steunen de radicale studenten in hun brutale acties. De media scheppen een beeld waarin de oppositie getiranniseerd zou worden door de bestaande orde.

... Maar in werkelijkheid is het juist de als zeer links bekendstaande student van *Forkot* ¹⁶ genaamd Annas Alamudi die opzettelijk en op brute wijze met zijn

¹⁴ Vaak heb ik dit soort opmerkingen te horen gekregen, op fluisterton maar ook openlijk. Het lijkt alsof men voorzichtiger omgaat met religieuze verschillen dan met etnische en raciale verschillen. Indonesiërs zijn behoorlijk uitgesproken in hun voorkeur voor een lichte huidskleur en hun weerszin tegen zwart. Openlijke verwijzingen naar Papoea's middels apengeluiden en holbewonermimiek wordt in allerlei kringen zeer komisch bevonden (dit was de favoriete act van één van mijn huisgenoten die lid was van de links-radicalen studentenbeweging Forkot en Che Guevarra als idool had...). Met het onderwerp 'andere religie' moet je evenwel oppassen. Stemmen zakken dan een paar decibel.

¹⁵ Deze mailing is een ingekorte versie van de door deze Frangkie beheerde website: [pagina 1](#) & [pagina 2](#).

¹⁶ In de studentenpolitiek heb je officiële organisaties, zoals de studentensenenaten, en de onofficiële bewegingen.

eigen rode VW Safari door de barricades van het legerapparaat brak, waarmee hij slachtoffers maakte onder zowel het *aparats* als onder journalisten. Toch draaiden de massamedia, die in het bezit zijn van minderheidsgroepen, de feiten om, zodat het leek alsof juist die Forkot-student het slachtoffer is geworden.

Annas zelf vertelt over het voorval:

Na de val van Soeharto bleven we demonstreren tegen de dubbelrol van het leger én tegen de speciale zitting van het Volkscongres. We wisten dat Habibie dan zou worden verkozen als legitieme opvolger van Soeharto. Op 11 november 1998 marcheerden we naar het parlamentsgebouw. Ik zou onderhandelen. Ik reed naar voren in mijn auto, maar opeens begonnen de soldaten in te slaan op de studenten die op een motorfiets reden. De soldaten kwamen ook op mij af om me te slaan. Ik probeerde te ontsnappen, stapte op het gaspedaal en trok mijn stuur naar rechts. Volgens officiële cijfers waren er negen soldaten overreden, hoewel vrienden van mij in het legerhospitaal zeiden dat er eigenlijk maar twee soldaten waren met verwondingen.

Ik weet het nog goed. Het voorval speelde op een woensdag. Op vrijdag werd er een keurig uitgeprinte nieuwsbrief rondgedeeld aan de mensen die kwamen bidden in de Al-Azar moskee waarin men claimde dat ik lid was van Forkot en een Christen met linkse sympathieën. Mijn vrienden graptten dat alles wat ze beweerden fout was, omdat ik geen lid was van Forkot, geen Christen, en links bèn, niet slechts links geneigd...

In de studentenpolitiek heb je altijd twee groepen. We noemen ze de Roden en de Groenen. De Groenen zijn de Moslims en ondermijnen datgene wat de Roden doen. Ik hoorde bij de Roden. De Groenen zeggen dat wij seculier zijn of zelfs grenzend aan atheïsme. Ze verspreidden bijvoorbeeld persberichten dat de meisjes bij de demonstraties geen hoofddoekjes droegen maar minirokjes, of zoiets, en dat er een groep "revolutionair uitziende studenten" aan het hoofd stond, *whatever that means...*

Naar mijn mening is de Islam één van de meest tolerante religies die er bestaan. De echte Islam ("*true Islam*") is humanistisch. De zogeheten linkse Islam zag dat ook en sloot zich aan bij ons. De conservatieve moslims echter proberen religie te introduceren in de politiek. De Islam wordt de laatste tijd gebruikt om sentimenten te mobiliseren tegen de huidige regering. Zo riepen ze op aan Moslims voor de verkiezingen: "stem niet op seculiere partijen, want secularisme leidt tot communisme"... Religie wordt, om zo maar te zeggen, verkracht in Indonesië.

internet en vrijheid van informatie

Via het internet kunnen lokale gebeurtenissen direct globaal worden zonder tussenkomst van de controlerende nationale staat. Ooggetuigenverslagen van misstanden en protesten kunnen direct de wereldpers bereiken. Onder de *Orde Baru* filterden de gecentraliseerde en

Naast de niet-officiële bewegingen die behoren tot één campus (zoals de *KB-UI*) bestaan er ook studentenbewegingen die niet speciaal verbonden zijn met één universiteit. Eén daarvan is het radicale platform voor reformatie *Forkot* (*Forum Kota* = Stadsforum of, volgens tegenstanders als deze Frangkie, *Forum Kommunis Total*). Het Forkot heeft veel aanhangers onder studenten van de *UKI* (*Universitas Kristen Indonesia*).

gecontroleerde kranten en televisie vrijwel alle persoonlijke ervaringen en meningen uit hun berichtgeving. Vanuit Jakarta werden lokale gebeurtenissen op afstandelijke en zakelijke toon verslagen. Het internet daarentegen geeft ruimte aan een rijk geschakeerd palet van ervaringen en opinies. Mensen kunnen een persoonlijke visie geven op gebeurtenissen in hun eigen omgeving. Zo krijgen zij een stem die gehoord kan worden door de hele wereld (Hill & Sen 1997: 84-87).

Het internet is de toegangspoort naar de buitenwereld. De wereld fungeert als waakhond wanneer er lokale misstanden plaatsvinden. Op 22 mei 1998 speelde een Indonesische mensenrechtenorganisatie via het internet aan collega's in Amerika en Europa het nieuws door dat het leger van plan was de vakbondsleider Mochtar Pakpahan op te pakken terwijl hij in een ziekenhuis lag. De Amerikaanse mensenrechtenorganisatie namen contact op met Capitol Hill, alwaar verschillende dagbladen het nieuws oppikten en een brief schreven aan Madeline Albright. Binnen korte tijd stuurde de Amerikaanse ambassadeur in Jakarta een afgezant naar het ziekenhuis om Pakpahan te ondersteunen. Deze gezant was er vervolgens getuige van hoe Pakpahan uit het ziekenhuis werd gehaald door militairen ¹⁷.

Omgekeerd, via het internet wordt ook het globale direct lokaal. De berichtgeving en opinie in de wereldwijde media over de situatie in Indonesië komt via het internet weer terug ter plaatse en geeft de lokale en nationale gebeurtenissen een enorm gewicht. De meerderheid der internationale media portretteert de studentenbewegingen als nobele voorvechters van vrijheid en democratie tegenover het brute regime van dictator Soeharto. Het besef onder activisten dat de rest van de wereld hun verrichtingen nauwlettend en vol verwachting volgt, vormt een grote steun en legitimatie voor hun acties. Zij zijn bezig wereldnieuws te maken. Niet alleen sturen ze het land de richting op van democratie en vrijheid, ze schrijven tevens de koppen van de internationale pers, spelen de hoofdrol in nieuwsreportages van grote televisiestations en vullen de websites van alle belangrijke media over hele wereld (zie ook Hidayat 1999: 358).

Op websites opgericht als discussieplatform voor activisten verschijnen *postings* met steunbetuigingen van mensen uit allerlei landen. Bekijk dit [guestbook](#) op een site genaamd [Indoprotest](#). De *postings* zijn deels in het Engels, deels in het Indonesisch. Ze zijn onder andere geplaatst door Indonesiërs zelf (waaronder veel oorspronkelijke Chinezen), maar ook door Nederlandse studenten, een Maleisiër, een Amerikaanse Vietnamveteraan en een Deense politieke studentenorganisatie. Bij het lezen van deze gepassioneerde aanmoedigingen begrijp je welke morele steun dit heeft betekent voor de *reformasi*-beweging. Niet alleen komen de steunbetuigingen van over de gehele wereld, ook spreekt er uit de meeste *postings* een nauwe betrokkenheid bij de gebeurtenissen. Op een enkele dissonante toon na (in het vijfde stukje van onderen vloekt een Chinese anti-islamitische organisatie er uiterst haatdragend op los) respecteren de participanten op dit prikbord elkaars meningen.

Hoe reageert de nationale overheid op deze virtuele rebellie? De gevestigde orde lijkt op een gegeven moment te beseffen dat de tegenaanval de beste verdediging is. Het ministerie van defensie en veiligheid (*HANKAM*) bouwt samen met de Indonesische strijdmacht (*ABRI*) het [HANKAM/ABRI.net](#). Volgens het officiële statement wil het ministerie met deze website de onjuiste berichtgeving over Indonesië in het buitenland corrigeren. Commentatoren geloven echter dat medewerkers van het HANKAM/ABRI.net stiekem bezig zijn met een tegenaanval op de dissidente informatieverstrekking via mailinglists als *apakabar* en dat zij degenen zijn

¹⁷ Bron: een [artikel](#) geschreven door de *marketing manager* van grote ISP CBNnet op de website van tijdschrift InfoKomputer met de titel "de rol van het internet in de Indonesische *reformasi*" (*peranan internet dalam reformasi Indonesia*).

die veel van het pro-regeringsmateriaal op de populaire mailinglists en bulletinboards plaatsen (Hill & Sen 1997: 81-82). Er zijn ook aanwijzingen dat er is geprobeerd om internetcommunicatie te saboteren met zogenaamde briefbommen¹⁸ en dat er gespioneerd is bij *providers*. Een professor van de Universitas Gadjah Mada in Yogyakarta die 'opruierende' artikelen van het internet heeft uitgeprint en verspreid is gearresteerd (ibid: 83). Annas vertelt:

We werden natuurlijk in de gaten gehouden. Vlak voor een grote demonstratie kwam het geregeld voor dat een *provider* plotseling uit de lucht was. Dan kon je niet meer inloggen. Tsja, je weet het niet..., *anybody's guess...*, het kan ook de onbetrouwbaarheid zijn geweest van de verbindingen...

Niettemin blijft het internet gevrijwaard van systematische censuur. Dat komt voor een deel doordat de regulering van het internet niet valt onder het strenge departement van informatie (*Deppen*) maar onder het wat vrijzinniger departement voor toerisme, post en telefonie (*Deparpostel*). Een andere reden is dat het vrij lastig is om het internet te censureren. Instanties die zich daarmee zouden willen bezighouden hebben nog te weinig kennis op dat gebied. De Indonesische overheid merkt simpelweg te laat dat het internet een bedreiging vormt voor de status-quo van het regime. Vervolgens kan de regering moeilijk op haar schreden terugkeren na alle gedane investeringen in het prestigieuze moderniseringsproject van de *information superhighway*, uit angst voor gezichtsverlies en verdere aantasting van de legitimiteit.

Standaardmedia daarentegen worden steeds verder beknot. Eind 1994 verbiedt Soeharto drie toonaangevende en kritische tijdschriften: Detik, Tempo en Editor. De strengere inperking van de reguliere media geeft de ontwikkeling van het internet juist een extra duw.

Managing editor van het blad *Detik* in die periode is Budiono Darsono¹⁹. Na het publicatieverbod begint Budiono zich te interesseren voor het medium internet. Samen met een collega-journalist richt hij het IT bedrijf [Agrakom](#) op dat onder andere internetdiensten verleent aan het dagblad Kompas en aan tijdschriften als InfoKomputer en InfoBank. De webpublicaties van deze media zijn aanvankelijk rechtstreekse kopieën van de gedrukte versie. Het concept dat Budiono voor ogen heeft is het brengen van "*breaking news*", nieuws dat voortdurend *geupdate* wordt. Volgens Budiono hebben mensen in deze tijd van veranderingen behoefte aan snelle en betrouwbare informatie, vooral op politiek gebied. Soeharto is inmiddels opgevolgd door Habibie wanneer [Detik.com](#) als eerste Indonesische nieuwssite gelanceerd wordt in juli 1998. Al zijn de reguliere media inmiddels vrij van censuur, zij kunnen niet snel genoeg inspringen op de meest actuele gebeurtenissen die in deze roerige periode plaatsvinden.

Aanvankelijk kost het Budiono erg veel moeite om geloofwaardig over te komen. Informatie op internet heeft voor veel mensen de status van "afval" (*sampah*) en "roddel" (*gossip*). Door consequent naar bronnen te verwijzen met exacte aanduiding van plaats en tijd begint het vertrouwen in de internetjournalistiek te stijgen, zeker wanneer Detik steeds vaker wordt geciteerd in andere media. De bezoekersaantallen van Detik.com groeien snel. In de eerste maand wordt de site 3000 keer per dag bekeken, in maart 1999 60.000, maart 2000

¹⁸ Het versturen van enorme hoeveelheden informatie waardoor de server als het ware overspoeld wordt en *crasht*.

¹⁹ De hiernavolgende passage is gebaseerd op het [interview](#) in het Indonesisch dat ik had met Budiono Darsono op 29/4/2000.

wordt Detik.com iedere dag 426.000 keer bekeken ²⁰. Detik is en blijft daarmee de drukst bezochte Indonesische website.

Volgens Budiono is de internetjournalistiek iets typisch Indonesisch. Nergens anders in de wereld bestaat er zo'n grote behoefte aan snelle en accurate informatie over politieke kwesties als hier. Een belangrijk verschil tussen het internet en de gedrukte media is het concept "*running news*". Reguliere media wegen de verschillende invalshoeken en gezichtspunten van het nieuws meestal tegen elkaar af in hetzelfde artikel. Berichten *online* daarentegen worden zo snel mogelijk geschreven en eventueel met een volgend bericht gebalanceerd of gecorrigeerd worden. Zo ontstaan er clusters van items rond één thema.

Tweeëndertig jaar lang zijn de media in Indonesië aan banden gelegd ²¹. Informatie is altijd 'afgesloten' (*tertutup*) geweest. Nooit hebben mensen via officiële kanalen kunnen lezen, horen of zien hoe de zaken nu echt in elkaar staken. Alle informatie die anders was dan de eenzijdige staatspropaganda verkreeg je via het roddelcircuit, van horen zeggen, of met gevaar voor lijf en leden uit illegale pamfletten. Zo is een grondig wantrouwen ontstaan ten opzichte van het nieuws, vooral wanneer het van officiële zijde afkomstig is. Het internet heeft informatie op grote schaal 'geopend' (*terbuka*). Juist vanwege de oorspronkelijke *underground*-status van het internet heeft het nieuws en de informatie die via dit medium verspreid wordt een onafhankelijk status, los van de gevestigde orde. Voor het eerst biedt een medium openlijk 'andere' informatie, een uiteenlopende verzameling van feiten en meningen uit verschillende hoeken. Voor het eerst is er diversiteit en discussie mogelijk.

Nieuwssites zoals [Detik.com](#), [Kompas CyberMedia](#) en [Tempo Interaktif](#) hebben de verstrekking van nieuws en informatie via het internet 'volwassen' gemaakt. Inmiddels heeft *online* informatie voor de meeste mensen een geloofwaardig en betrouwbaar karakter. Weliswaar staan kranten en tijdschriften hoger aangeschreven wat betreft accuratesse en nuance, toch is het internet een niet meer weg te denken informatiebron. In de reguliere media kom je geregeld verwijzingen tegen naar informatie *online*.

Daarnaast beschrijven de reguliere media het internet als een nieuwsitem zelf, als een fenomeen dat steeds zichtbaarder en belangrijker en vooral steeds meer onderdeel van het dagelijkse leven wordt. Het actualiteitentijdschrift Tempo (na het verbod door Soeharto opnieuw gestart in juli 1998) heeft een vaste rubriek *Komputer* waarin wereldnieuws op computergebied (zoals bijvoorbeeld het behalen van het 1 Gigahertz kloksnelheidsrecord) gepubliceerd wordt. Ook brengt Tempo regelmatig een speciale bijlage uit over de ontwikkelingen op het terrein van computers en internet onder de naam *digit@1* ²². In de weekendbijlage van het dagblad Kompas van 6 mei 2000 staat een [artikel](#) met de titel "*Masa depan ada di jaringan internet*" (de toekomst ligt bij de internetverbinding). De auteur geeft een overzicht van de ontwikkeling van het internet in Indonesië, van vrije nieuwsverstrekker tot *e-commerce*. "Al loopt Indonesië een paar jaar achter vergeleken bij andere landen, de gelegenheid die klaarligt (*peluang yang tersedia*) is groot voor het land met het op vier-na-grootste inwonertal", aldus de auteur. De conclusie luidt dat het internet een geheel nieuwe dimensie zal brengen, hoewel tot nu toe de ontwikkeling enigszins vertraagd is door de

²⁰ Bron: bedrijfsprofiel van Detik.com, gekregen van Budiono Darsono. Deze cijfers worden afgeleid uit de unieke IP adressen van de bezoekers, waarbij men ervan uitgaat dat 5 personen één IP adres delen. Zo kan berekend worden dat per dag meer dan 200.000 gebruikers verbinding maken met Detik.com.

²¹ Ook onder Soeharto's voorganger Soekarno waren de media niet volledig vrij. Vanaf de jaren '60 verbood Soekarno alle media die niet in overeenstemming waren met zijn *nasakom*-ideologie, de samenwerking tussen nationalist, religieuzen en communisten.

²² Deze bijlage is bijvoorbeeld te vinden in Tempo *edisi* 6-12 maret 2000 en in Tempo *edisi* 3-9 april 2000.

economische malaise in de Aziatische landen. Wanneer de moeilijkheden kunnen worden overwonnen zal de toekomst aan het internet zijn ²³. De stelligheid waarmee in dit artikel beweerd wordt dat het internet veranderingen zal brengen, zonder echter duidelijk aan te geven hoe en wat die veranderingen precies zullen zijn, is typerend voor de opgewonden stemming over de toekomstmogelijkheden van de nieuwe technologie. Verder zorgt dit soort aandacht in de reguliere media ervoor dat het publiek kennismaakt met het fenomeen internet. De toonzetting van dergelijke berichten draagt bij aan het gevoel onder veel mensen dat ze er nu toch wel snel bij moet zijn of anders het gevaar lopen voorgoed 'achter te blijven in de tijd' (*tertinggal jaman, terbelakang*).

internet wordt *mainstream*

Mijn oorspronkelijke onderzoeksvraag was: welke bijdrage heeft het internet geleverd in het proces van politieke *reformasi*? Weliswaar is de focus in de loop van het onderzoek verschoven naar de recentere hype rond *e-commerce*, toch blijft deze eerdere vraag van belang. En wel omdat de introductie van het internet in Indonesië doorwerkt in het *image* van nu. Het internet verschijnt onder een dictatoriaal regime dat al 30 jaar aan de macht is geweest. Al snel wordt het internet een platform voor dissidente meningen. Niet eerder is het bewind op deze schaal en met zulk gemak bekritiseerd. Twee jaar later is het regime gevallen. Toeval? Een direct verband? Het antwoord, als dat al bestaat, is minder belangrijk dan de vraag zelf. De opkomst van het internet loopt parallel aan de maatschappelijke revolutie die plaatsvindt. In deze periode valt de Soeharto-clan, het nieuwe millennium begint, er is ongekende vrijheid van meningsuiting, universele mensenrechten komen op de politieke agenda, er is democratie, economische markten openen zich voor wereldhandel, over de hele wereld verspreid zich de *hype* rond informatietechnologie, *new economy* en *e-commerce*. Het internet en het Indonesië van de *reformasi* zijn met elkaar verbonden als een pasgeboren Siamese tweeling. Eerst heeft het internet meegeholpen met het opzijzetten van het *Orde Baru* regime. Nu zal het internet helpen met de wederopbouw en ontwikkeling van het land. *Mailinglists*, prikborden en nieuwsgroepen op het internet bewaken de vrijheid van informatie en meningsuiting. Recente ontwikkelingen op het internet zoals *portals* en *e-commerce* vervullen andere functies. *Portals* fungeren als platform voor individuele expressie en zijn broedplaatsen voor *online* gemeenschappen. *E-commerce* is een nieuw medium om zaken te doen en belooft grote economische voorspoed.

portals

Detik.com is begonnen met twee redacteurs. Inmiddels werken er 56 mensen. Detik.com haalt zijn omzet volledig uit reclame-inkomsten, zo'n 200 miljoen *rupiah* per maand, ongeveer 60.000 gulden ²⁴. Een grote investeerder uit Hongkong, Tech Pacific, heeft begin 2000 een aanzienlijk aandeel in Detik gekocht ²⁵. Met behulp van deze financiële impuls

²³ Walaupun pasaran bisnis internet di Indonesia tertinggal 2-3 tahun dibanding pasaran AS dan setahun tertinggal dengan Singapura dan Hongkong di mana infrastruktur di negara-negara ini dan masyarakat *online* berkembang dengan pesat, peluang yang tersedia masih tetap besar mengingat Indonesia adalah negara dengan penduduk terbesar keempat di dunia. Internet akan memberikan dimensi yang baru sama sekali, walaupun sekarang ini masih banyak negara di Asia termasuk di Indonesia terhambat dalam mengembangkan dan memanfaatkan peluang jaringan internet karena krisis keuangan regional dan kesulitan ekonomi di dalam negeri masing-masing. Kalau simpul kesulitan ini bisa diatasi, maka masa depan adalah internet, mulai dari *e-enterprise*, *e-commerce*, *e-banking*, dan lainnya. (Kompas 6/5/2000 p.22).

²⁴ Bron: *Indonesian Business* april 2000 p.18.

²⁵ Volgens een artikel in (Kompas 6/5/2000 p. 22) is George Soros deeleigenaar van *venture capitalist*

verschuift Detik.com de aandacht van (politiek) nieuws naar een bredere functie als *portal*. Een *portal* is als het ware een overzichtelijke 'hal' waar je het Web binnenkomt en waarvanuit je verder kunt naar andere ruimtes. De bedoeling van een *portal* is dat bezoekers als eerste op deze pagina inloggen en daar blijven om zo lang mogelijk aan de *adbanners* (reclamebalken) te worden blootgesteld. Portals als Detik bieden derhalve naast het standaard aanbod aan nieuws en artikelen ook extra services, zoals webmail, *chatting* en discussieruimtes.

In het jaar 2000 verschijnen ineens veel nieuwe Indonesisch-talige websites die zich *portal* noemen: Astaga.com, Satunet.com, Boleh.net, Natnit.net, Kopitime.com, Ojolali.com en vele andere. Dit zijn in de meeste gevallen geen kleine hobbyisten zoals Detik aanvankelijk begonnen is. Een aantal van deze sites is met buitenlands geld gefinancierd. De eigenaar van Astaga!com bijvoorbeeld is Batavia Investment Corporation, een *venture capitalist* ('durfkapitalist') die een startbedrag van \$ 7,5 miljoen in Astaga!com heeft gestoken²⁶. Eén van de twee CEO's van Astaga is een Amerikaan. Hoofdaandeelhouders zijn Zurich Insurance, Reuters Foundation en The Bank of America²⁷. Astaga!com staat officieel te boek als een bedrijf uit Mauritius om belastingtechnische redenen.

De nieuwe websites brengen, in navolging van Detik.com, vrijwel allemaal nieuws en actualiteiten. Daarnaast bieden ze aanvullende diensten zoals gratis e-mail, chatruimte en discussieforums. Ook besteden ze veel aandacht aan vrije tijd en ontspanning (*hiburan*). Al deze sites proberen de bezoeker meer te geven dan uitsluitend actueel nieuws. De bezoeker moet hier alles kunnen vinden wat hem of haar interesseert. Een [advertentie](#) van Kopitime.com bijvoorbeeld in het tijdschrift Tempo probeert de bezoeker te trekken met de slogan: "Zoek je iets? Wat je maar wilt, het is er". Vrijwel zonder uitzondering stellen deze nieuwe sites zich voor als dé onmisbare plek waar je alles kunt vinden. "Wij geven u meer!" zegt Satunet in een [krantenadvertentie](#).

De nieuwe sites zijn speciaal gericht op de Indonesische internetter. Bekende Indonesiërs schrijven columns of geven adviezen en je kunt er de laatste *gossip* over *selebriti* vinden. Een [advertentie](#) van de Singaporese *search engine* Catcha.co.id bijvoorbeeld luidt: "Echt waar, alleen Catcha.co.id bezit de meeste informatie over Indonesië. Met meer dan 8000 adressen van Indonesische websites, en iedere dag worden het er meer, kunt u alles wat u maar zoekt in een ogenblik vinden. Voor u die meer wilt weten over Indonesië, klik maar!". De website KaféGaul.com profileert zich als trefpunt voor ontspanning met [slogans](#) als: "*Klik.have fun*" en "*All you can get, komunitas, hiburan, gaya hidup*" (gemeenschap, ontspanning en *lifestyle*). In het volgende hoofdstuk zal ik dieper ingaan op de *lifestyle* rond het internet en de vorming van gemeenschappen *online*.

de hype rond e-commerce

Nu websites als Detik.com zich tot *portal* hebben ontwikkeld is de volgende stap het bereiken van de grootheid van websites als Yahoo.com. Yahoo is begonnen door een paar jonge hobbyisten en is inmiddels miljoenen waard. Dit is de droom van veel Indonesische internetondernemers. *Ibu* ('moeder' = mevrouw) Riris, één van de oprichters van Satunet.com dat sinds november 1999 'in de lucht' is, vertelt²⁸:

Techpacific. Soros wordt nauw in de gaten gehouden door de Indonesische media (door sommige verguist) vanwege zijn vermeende rol als aanstichter van de Azië crisis. Hij wordt ook bewonderd vanwege zijn economische inzicht en durf.

²⁶ Bron: *Indonesian Business* april 2000 p.16. Later is er nog eens \$ 40 miljoen in Astaga!com gestoken, vertelt Annas. Naar verluidt bezit George Soros aandelen in de Batavia Investment Corporation.

²⁷ Dat heeft Annas te horen gekregen in zijn functie als internetjournalist voor Astaga!com.

²⁸ De volgende citaten zijn vrije vertalingen van het [interview](#) in het Indonesisch dat ik met *ibu* Riris had op 7 mei 2000.

Ik was vanaf het begin al geïnteresseerd in het internet. Ik vond het een communicatiemiddel met buitengewone mogelijkheden. In die tijd werkte ik bij Datacom Asia, een groot IT-bedrijf met veel verschillende afdelingen waar ik mijn ideeën niet snel kon uitvoeren. Vervolgens hebben wij investeerders gevonden, binnenlandse en buitenlandse, waardoor we onze dromen sneller konden uitvoeren.

Aanvankelijk moeten de nieuwe sites draaien op investeringen en reclamegelden. Hier zit evenwel niet het grote geld. Uiteindelijk hopen de nieuwe sites hun slag te slaan door een *IPO* te krijgen (*initial public offering*, een overnamesom), net zoals gratis webmail *provider* Hotmail bijvoorbeeld voor een enorm bedrag is overgenomen door Microsoft toen bleek dat het succesvol was. De nieuwe internetbedrijven adverteren daarom veel. Op straat en publieke plekken, in de traditionele media en opvallenderwijs ook bij elkaar op de website. Zo hopen ze bekendheid te krijgen, vaker bezocht te worden, een groter publiek aan zich te binden, daardoor meer reclamegelden te kunnen innen en derhalve steeds meer waard te worden voor een eventuele geïnteresseerde investeerder. Het aanbieden van gratis e-mail is een van die manieren waarop nieuwe sites een vaste gemeenschap aan zich proberen te binden.

Twee jaar na het instorten van de valutamarkt is de economische crisis nog altijd voelbaar. Het internet belooft herstel en voorspoed. Het internet zal Indonesië uit het diepe dal trekken en naar een betere toekomst leiden. Een analist van het tijdschrift InfoKomputer schrijft in april 1998:

Met het internet kunnen we de handel ontwikkelen, bijvoorbeeld door bedrijven "*Go International*" te laten gaan en de internationale markt te penetreren middels het concept "*Cyber-marketing*". Niet te vergeten, veel zaken kunnen via het internet verhandeld worden want het internet zal een "markt" voor ons worden. *Online shopping*, dat is de term. Aldus, te midden van deze crisis, kan het internet een nieuw werkterrein scheppen en een nieuwe arena voor handel. Dus waarom zouden we niet beginnen het internet zoveel mogelijk te gebruiken? Hopelijk kan het internet de hulpgodheid (*dewa penolong*) worden in deze economische crisis"²⁹

Het internet straalt een aura uit van onbegrensde mogelijkheden en rijkdom. Als je nú meegaat met de ontwikkelingen dan komen de gouden bergen vanzelf, zo luidt de lokroep van de nieuwe technologie. Ondernemen op het internet betekent flexibiliteit en individueel ondernemerschap, los van de bestaande orde en de gevestigde structuren. De Indonesische markt groeit snel en zit vol potentie. "Nu is misschien 0.2 procent van het totale inwonertal verbonden met het internet, maar *it's sure to grow*", zegt *ibu Riris*. Zij formuleert de belofte van *e-commerce* als volgt:

Iedereen wil eraan meedoen ("*masuk*" = lett.: binnengaan). En ik denk dat ze gelijk hebben. Als je het niet nu doet, als je niet nú meegaat met *e-commerce*... Hoewel in dit stadium de meesten misschien alleen maar willen weten hoe en wat? In de toekomst denk ik dat het dit soort *bisnis* zal zijn die zich gaat

²⁹ Bron: dit [online artikel](#) van InfoKomputer.

ontwikkelen. Je kunt niet langer afhankelijk zijn van zogenaamd 'traditionele' *bisnis*. De *old economy*, als ze wil overleven, moet zich verbinden met het internet.

Iedereen zal het internet nodig hebben, want alles gaat efficiënter met het internet. Mensen zullen efficiënter leren, mensen zullen efficiënter handel drijven, en natuurlijk communiceren mensen efficiënter via het internet.

Efficiëntie is een van de belangrijkste ideeën die mensen hebben over nieuwe technologie. Heru Indra Putra, oprichter van een groep genaamd **KBI-UT** die internetonderwijs wil bieden aan de Open Universiteit, meent:

E-commerce zal de *kebudayaan calon* ('cultuur van de tussenpersonen of *pushers*'), veranderen. Boeren en vissers hebben nooit van hun opbrengsten kunnen genieten omdat zij worden leeggezogen door *perantaran* (tussenpersonen). Met het internet zullen zij hun producten direct kunnen verkopen in plaats van eerst via tussenpersonen te gaan zoals nu. Het internet zal de ketenen verbreken en de oude cultuur (*budaya tua, pola lama*) opzijzetten voor een nieuwe cultuur. De nieuwe cultuur moet accepteren dat Indonesië deel uitmaakt van de wereldbevolking (*masyarakat dunia*)³⁰.

Naast grotere efficiëntie is ook de met het internet verbonden kosmopolitische en vooruitstrevende uitstraling een belangrijke aantrekkingskracht van *e-commerce*. In een artikel in de speciale [bijlage Digit@1](#) van het tijdschrift Tempo stellen de auteurs dat *e-commerce* niet alleen gaat om snel veel geld verdienen. Internet en *e-commerce* straalt ook prestige uit. Bedrijven die zich bezighouden met het internet zijn bij de tijd. Al is *e-commerce* misschien nog niet direct winstgevend, bedrijven die investeren in dit gebied zijn *pionir*. Zij verkennen de weg naar de toekomst. Die vooruitstrevendheid is goed voor hun *image*. De auteurs besluiten hun artikel met de *witz* dat dankzij *e-commerce* het obscure oost-Javaanse dorpje Njuwok in de toekomst zijn *tahu* direct kan verkopen aan New York.

Hoe is deze hype rond het internet en *e-commerce ontstaan*? Hoe wordt het verspreid? Een belangrijke rol spelen de talrijke analisten en commentatoren die zich profileren als autoriteit op het gebied van digitale technologie. Deze profeten van de *revolusi digital* verkondigen het aanbreken van een nieuwe tijd. Het grootste computertijdschrift van Indonesië, InfoKomputer, publiceert een reeks artikelen waarin de voordelen van *e-commerce* ter sprake komen. Enkele uitspraken:

"*E-business* lijkt het ideale *business* model te zijn van de toekomst"³¹.

"Zonder computer zal de concurrentiekracht van onze handel verlamd raken"³².

"Weldra zullen alle mensen verbinding hebben met het internet en zal vrijwel alle handel via dit nieuwe fenomeen verlopen. U zult zelfs de president kunnen kiezen via internet"³³.

³⁰ Dit gedeelte heb ik ontleend aan een [interview](#) in het Indonesisch met *pak* Heru op 1/5/2000. Hij is de oprichter van de **KBI-UT**, de *kelompok belajar internet* (groep voor het leren van internet) aan de *Universitas Terbuka* (Open Universiteit).

³¹ Bron: [artikel](#) online van InfoKomputer.

³² Bron: [artikel](#) online van InfoKomputer.

³³ Bron: [artikel](#) online van InfoKomputer.

Vrijwel alle media besteden aandacht aan het fenomeen. De grote *business*-bladen publiceren een onophoudelijke stroom artikelen over handel via internet. Gedrukte media staan vol met advertenties voor webservers, cursussen, seminars. Deze advertenties dragen bij aan het opgewonden gevoel dat er revolutionaire ontwikkelingen gaande zijn. "Want to keep up with e-commerce?" luidt de *adbanner* in een [advertentie](#) van Detik.com. Een [advertentie](#) van economisch dagblad *Jurnal Indonesia* luidt: "concurreren op het gebied van e-commerce, wie is er klaar voor?". Er worden prestigieuze [seminars](#) georganiseerd over de mogelijkheden van e-commerce. Bekende internetondernemers zoals *pak* Budiono en *ibu* Riris komen hier praten. Ook de internetmedia zelf dragen bij aan de hype. Het dagblad Kompas heeft het bedrijf Kompas CyberMedia opgericht dat zich bezighoudt met e-commerce oplossingen. Op de website publiceren ze artikelen met titels als: "Waarom u e-commerce moet bedrijven" (*Kenapa anda harus ber-e-commerce*) of "E-commerce: de nieuwe manier van handel drijven op het internet" (*E-commerce: cara baru berbisnis di internet*)³⁴. Detik.com publiceert een [uitspraak](#) van de directeur van Intel Asia Martin Geh die zegt: "alle bedrijven zullen E-Business worden".

Overall beginnen woorden op te duiken met het voorvoegsel *E-*. Zo heb je naast e-commerce de woorden *e-business*, *e-trade*, *e-marketing*, *e-retail*, *e-solutions*. Een [wervingsadvertentie](#) voor personeel van een nieuwe onderneming in de "*e-Shop world*" richt zich tot de "*e-Generation*". In een [krantenadvertentie](#) formuleert een van de vele seminars over e-commerce de happening als "*The Biggest e-Exhibitions in Indonesia*".

In het eerste kwartaal van het jaar 2000 staat de Lippo-groep in de publieke belangstelling. Deze grote bank en verzekeraar wekt nogal wat beroering met de aankondiging plotseling van *core-business* te willen verschuiven naar e-commerce. De verzekeringstak Lippo Life wordt omgedoopt tot [Lippo e-Net](#), dat met een investering van 1 triljoen *rupiah* moet gaan fungeren als *investment holding company* in initiatieven op het gebied van e-commerce. Andere plannen die *Grup* Lippo aankondigt zijn het aanleggen van een breedbandnetwerk onder de naam [KabelVision](#) en het investeren in de oprichting van een *cybercity* in samenwerking met hogeschool [Pelita Harapan](#) ('lichtpuntje van hoop') die zich presenteert als *cybercampus*³⁵.

Er ontstaat een soort van schandaal over deze plotselinge koerswijziging van Lippo. Men gelooft dat het alleen maar een publiciteitsstunt is, bedoeld om de koers van de aandelen van Lippo op de *Bursa Efek Jakarta* op te drijven. Verschillende media publiceren commentaren die stellen dat Lippo een verzekering is en dat ook gewoon zal blijven³⁶. De beursautoriteiten eisen een uitleg van Lippo³⁷. "We moeten niet gaan zeuren als de schaarse poel aan hoog opgeleide Indonesiërs naar het buitenland vertrekt, maar meegaan met de ontwikkelingen en een goede infrastructuur bieden. Daarom hebben we Lippo e-Net opgericht.", is de strekking van een verklaring die Jonathan Parapak, voormalig hoofddirecteur van telecombedrijf Indosat en nu hoogste commissaris van Lippo-E-net geeft naar aanleiding van alle commotie³⁸. Hoe dan ook, de Lippo-affaire maakt aan het publiek duidelijk dat ook de grote bestaande bedrijven het internet zeer serieus nemen en beschouwen als een medium met een groot potentieel.

³⁴ [Artikel](#) "Waarom u e-commerce moet bedrijven"; [artikel](#) "E-commerce: de nieuwe manier van handel drijven op het internet".

³⁵ Bronnen: SWA 23 maart - 4 april 2000 p.28; Tempo Digit@l *edisi* 6-12 maart 2000 p. 77.

³⁶ Zie dit [bericht](#) op de website van *Bisnis Indonesia*.

³⁷ Zie dit [artikel](#) van *Tempo Interaktif*; tevens Kompas 16/5/2000 p.13.

³⁸ Voorpagina van Kompas 15/5/2000.

maar...

Veel geschreeuw, weinig wol. Zo zou je de hype rond *e-commerce* kunnen samenvatten. Niemand lijkt precies te weten hoe zakendoen via het internet nu eigenlijk ondernomen dient te worden. Concrete voorbeelden zijn er nauwelijks. Vrijwel ieder jubelverhaal over *e-commerce* teert op de schaarse praktijkvoorbeelden die er zijn. In een interview dat ik heb met pak Budiono van Detik.com noemt hij de hype rond *e-commerce* een "gelembung", een "bubble". "Er worden toekomstdromen verkocht. Wij zien het nog niet gebeuren op de korte termijn". Toch staat Budiono op het programma van tenminste drie seminars die de komende maand gehouden zullen worden over *e-commerce*.

Handel via internet van bedrijf tot bedrijf (*B to B*) lijkt kans van slagen te hebben volgens de meeste ondernemers en analisten. Verkoop van bedrijf naar klant (*B to C*) stuit op veel scepsis. Te weinig mensen hebben een creditcard. De beveiliging is nog onvoldoende. Bovenal: de Indonesische bevolking is veel te wantrouwig om dingen te kopen via het internet. 32 Jaar *Orde Baru* hebben de mensen achterdochtig gemaakt. Ook de duikeling van het technologiefonds Nasdaq in april 2000 tempert de euforie enigszins.

toch...

Ondanks deze dompers blijft het vertrouwen in de gouden toekomst van het internet voortbestaan. Of misschien juist wel dankzij alle tegenslagen. Hoe zwaarder het lijden, des te sterker het geloof. De crisis in de internetwereld is slechts het einde van het begin. Nu alle kinderziektes zijn overwonnen kan het medium zich pas echt serieus gaan ontwikkelen, lijkt de gedachte.

underground blijft

Overigens blijft er altijd een *underground* bestaan naast de *mainstream*. Over de hele wereld zijn *hackers* bezig de grondvesten van de 'bovengrondse' commerciële infrastructuur aan 'kritische veiligheidstests' te onderwerpen. Ook in Indonesië bestaat een *hackerscene*. Gedurende mijn verblijf was de website van de vereniging van Indonesische Internet Service Providers (*APJII*) op een dag gekraakt door een collectief dat zich *antihackerlink* noemt (dit is de [boodschap](#) die zij achterlieten). Dit zijn blijkbaar geen vriendjes van de jongens van [hackerlink](#), vermoedelijk omdat *hackerlink* zich heeft laten sponsoren door enkele commerciële sites³⁹. Dat is een grote zonde in de ogen van sommige hardcore *hackers*.

Een ander soort *underground* is die van de religieuze haatsites. We zagen eerder al hoe Frangkie van de *Moslem Brotherhood Association* een actieve campagne voert tegen alles wat in zijn ogen riekt naar communisme en anti-islam. Ook de *PDI-P* (democratische volkspartij met Megawati Soekarnoputri aan het hoofd) moet het ontgelden op deze met yin & yangteken (Chinezen), hamer & sikkel (communisten) en slangen (Christenen) getooide [website](#) met de naam "het ontmaskeren van de smeergeldpraktijken van de boeven-PDI" (*membongkar praktek uang haram* [= onrein voor moslims] *PDI-Preman*).

Tenslotte is pornografie via het internet erg populair in Indonesië. Dat is althans mijn bevinding. Hill & Sen beweren in hun artikel *Wiring the Warung* (1997) precies het omgekeerde. Dit is vervolgens klakkeloos overgenomen in een artikel in *Tempo Digit@1*. Maar terloopse blikken op beeldschermen van burens in internetcafés en wat spieken in de *browsercache* van openbare computers leren wel anders. Ook kwamen mijn huisgenoten regelmatig met pornografische plaatjes aanzetten. Omdat vrijwel alle pornosites commercieel

³⁹ Zie dit [statement](#) (in het Indonesisch).

zijn kun je je natuurlijk afvragen in hoeverre porno *underground* is. In ieder geval behoort pornografie, illegaal in een land als Indonesië, niet tot de algemeen geaccepteerde *mainstream*.

de rol van de overheid

Ook de overheid bemoeit zich met het internet. Het plan [Nusantara-21](#), of *Telematika* (zie deze *MS Powerpoint presentatie* in het Indonesisch). Het is een samenwerkingsverband tussen de overheid, universiteiten en het bedrijfsleven met het doel om van Indonesië een informatiemaatschappij te maken ("empower bangsa Indonesia menuju knowledge based society"). Allerlei deskundigen doen mee, waaronder Onno Purbo van de Technische Hogeschool Bandung (ITB), Bobby Nazief van de Universitas Indonesia en Sanjaya, baas van ISP IndoNet en voorzitter van de vereniging van Indonesische Internetproviders (zie [deze site](#)). Deze drie heren hebben zich op uitnodiging van de voor internetzaken verantwoordelijke minister van post en telefonie opgeworpen als de publieke vertegenwoordigers van het medium internet. Zij zijn de drijvende kracht achter de beleidsvorming en regulatie van het medium (zie hun grotendeels Engelstalige *Powerpoint presentatie* over de toekomst die het internet zou moeten opgaan). Onder hun leiding zijn mailinglists opgericht (regulasi-internet@itb.ac.id en sysop-1@itb.ac.id) waar betrokken Indonesiërs kunnen bijdragen aan het debat over de (noodzaak tot) internetregulatie door de overheid. Op gezwollen toon stelt het Ministerie van onderzoek en technologie (*Ristek*) in een [publicatie](#) vol Engelse termen: "Het project Telematika vormt de reflectie en visie van het Indonesische volk bij het betreden van het nieuwe tijdperk, als een belangrijk onderdeel van een wereldwijde informatiemaatschappij die rechtvaardig en welvarend is" ⁴⁰. Telematika moet net als Silicon Valley een broedplek zijn voor hoogwaardige technologie. De homepage van het [BPPT](#) meldt: "you are entering the future...". Andere projecten die de overheid ondersteunt zijn het eerder genoemde *Bali Camp* en een ander initiatief tot de oprichting van een "science based city" of "techno-park" in west-Java met de naam *Bandung Hightech Valley* ⁴¹. *Habibienomics* lijkt niet volledig te zijn opgegeven.

Toch doet de overheid zelf weinig op het gebied van regulatie van het internet. Het zijn voornamelijk bedrijven en particulieren die het internet verder ontwikkelen. In haar officiële beleid legt de overheid namelijk meer nadruk op de ontwikkeling van "bescheiden technologieën" met concrete toepassingen (*teknologi yang sederhana, teknologi yang tepat guna*) op het gebied van landbouw en visserij. De ontwikkeling van *hightech* laat de overheid over aan de private sector. In de genoemde publicatie erkent het Ristek: "het volk vindt tot nu toe dat het BPPT vooral de geavanceerde technologie promoot die ver weg staat van het volk, zoals de vliegtuigindustrie" ⁴².

cijfers

Er is weinig precieze informatie beschikbaar over het aantal internetgebruikers in Indonesië. Het magazine Tempo noemt een aantal van bijna 1,5 miljoen internetgebruikers (12 maart

⁴⁰ *Sistem informasi dan jaringan Nusantara-21 atau sekarang dikenal dengan nama Telematika merupakan refleksi dan visi bangsa Indonesia dalam memasuki era baru sebagai bagian yang penting dalam masyarakat informasi global yang adil dan makmur.*

⁴¹ Zie deze artikelen op IPTEKnet over [Bali Camp](#) en [Bandung Hightech Valley](#).

⁴² *Masyarakat sampai saat ini masih lebih banyak melihat BPPT hanya mengurus teknologi canggih yang tidak akrab dengan masyarakat, seperti mengurus pesawat terbang.*

2000, p. 83). Dit aantal is gebaseerd op een berekening waarbij ervan vanuit gegaan wordt dat vijf mensen gebruik maken van één internetaansluiting. Volgens de APJII (de Indonesische Vereniging van Internetproviders) zijn er minstens 300.000 aansluitingen. Ook *Indonesian Business* (april 2000, p.12-13) komt via deze berekening uit op 1,5 miljoen internetgebruikers. Volgens een artikel in Kompas (6 mei 2000, p.22) ligt het percentage internetgebruikers rond de 0,4 procent van het aantal inwoners (de auteur verwijst naar cijfers van *International Data Corporation*). Dat betekent volgens de auteur 2 miljoen gebruikers, maar dat lijkt mij een misrekening want Indonesië heeft ongeveer 200 miljoen inwoners. In ieder geval zijn de berekende aantallen voor begin 2000 een drastische stijging ten opzichte van het jaar 1999, waarin er 400.000 internetgebruikers waren.

Wie zijn eigenlijk de internetgebruikers in Indonesië? Het magazine Tempo heeft in een speciaal aan het internet gewijde bijlage een [enquête](#) gepubliceerd die gehouden is onder 425 respondenten in de drie grootste steden van Java. Verreweg het grootste gedeelte van de respondenten (92 %) is tussen de 18 en 30 jaar. De gebruikers van het internet behoren tot de hogere inkomensklasse. Ruim driekwart van hen verdient meer dan 700.000 *rupiah* per maand (ca. fl. 250, het loon van een gewone ambtenaar). Dertig procent verdient meer dan 1,5 miljoen *rupiah* per maand. De meeste mensen gebruiken het internet vooral voor e-mail en nieuws. Zij blijven 1 à 2 uur per dag *online*. Yahoo! is de absolute favoriet onder de websites: 47 % van de respondenten geeft aan het vaakst met Yahoo! verbinding te maken en 75 % antwoordt Yahoo! op de vraag welke *portal* zij het meest bezoeken. Hotmail is de meest gebruikte e-mail *provider*, gevolgd door Yahoo! De meest bezochte binnenlandse nieuwssites zijn Kompas, Detik.com en Jawa Pos.

warnet: publieke internettoegang

Een opvallende uitkomst van deze enquête is dat 62 % van de respondenten aangeeft meestal vanuit een *warnet* het internet op te gaan. *Warnet* staat voor *warung internet*, een 'internetwinkel' vergelijkbaar met een internetcafé. Het *warnet* is gebaseerd op het idee van de *wartel* (*warung telpon*). Indonesië is een land waar veel mensen geen eigen telefoonlijn hebben. Zij gaan dan naar een *wartel* ('belwinkel') om te bellen. In de tachtiger jaren heeft de Indonesische overheid veel geld gestoken in het opzetten van deze publieke telefoondiensten. Zelfs in de kleinste dorpjes kun je een *wartel* vinden. In de grote steden staan ze op iedere straathoek. Nu beginnen de *warnet* overal op te duiken. Zelfs al hebben mensen een telefoonlijn thuis, dan nog hebben ze vaak geen computer. Bovendien zijn de inschrijvingskosten bij een internetprovider vrij hoog. *Warnet* zijn goedkoop. Prijzen variëren tussen 2000 - 15000 *rupiah* per uur. 6000 *Rupiah* (ongeveer fl. 2,-) is het gemiddelde uurtarief.

Warnet heb je in allerlei soorten en stijlen. Een doorsnee *warnet* is het Q-Net. Gedurende mijn verblijf in Jakarta maakte ik vrijwel iedere dag een wandelingetje naar dit dichtbij mijn kosthuis gelegen *warnet*. Het Q-Net ligt ongeveer vijftig meter de wijk in vanaf de drukke straat Casablanca/Jl. Satrio, precies achter het gebouw van het World Trade Centre aan de Jl. Sudirman. Het is daarom niet verwonderlijk dat de meeste bezoekers kantoormensen zijn die tussen de middag of na het werk even komen internetten. Iedere ochtend om 11:00 komt Bing, de Chinese beheerder, op zijn brommertje aanrijden om de tent open te doen. 's Avonds om 23:00 vraagt hij je vriendelijk op te stappen, want dan wil hij afsluiten. Bing zag dat de internet business "*booming*" is. Aangezien hij zelf in deze buurt woont, wist hij dat er in deze wijk nog geen *warnet* bestond. Daarom is hij hier een *warnet* begonnen. De deuren openen in oktober 1999. De financiële eigenaar van Q-Net heeft een winkel in Mangga Dua (hét centrum in Jakarta voor elektronica) waar hij computers verkoopt

van het merk Quad, vandaar de letter Q. Om het Q-Net te promoten verspreidt Bing brochures bij de banken aan de Jl. Sudirman en bij winkels in de wijk. Vrijwel onmiddellijk is het druk, gemiddeld meer dan 60 mensen per dag. Binnen is het netjes en functioneel ingericht. Er staan 15 computerunits, van elkaar afgescheiden door schotjes. Er hangen geen posters aan de muren. Als je met z'n tweeën achter één computer wil zitten zijn er extra plastic krukjes. De prijs is gemiddeld: 6000 *rupiah* per uur (ongeveer fl. 2,-), er is *airconditioning*, de computers zijn redelijk snel (166 MHz), de verbinding voor Indonesische begrippen acceptabel (tegen de 2 KB/s) en stabiel.

Tijdens mijn verblijf wordt het merkbaar drukker in Q-Net. Op een gegeven moment zijn na werktijd soms alle computers bezet. Om ruimte te bieden aan 22 extra computers wordt de ruimte erachter verbouwd. Ook is Q-Net iets meer aan klantenservice gaan doen, want her en der in de wijk beginnen er concurrerende *warnet* omhoog te schieten. Als je 4 uur achter elkaar gebruik maakt van de computer krijg je een bonus CD met populaire (westerse) albums van dit moment in MP3-formaat. Wanneer de regen iets minder begint te worden eind april staat er ineens een grote ijskast met flesjes cola en *teh botol* (ijsthee) in de zaak. In de toekomst wil Bing misschien een kortingsysteem introduceren voor vaste klanten. De klanten zijn zoals gezegd de netjes geklede kantoorbeambten van het WTC. Veel overhemden, lederen agenda's en polshorloges. Opvallend veel vrouwen ook. Samen met de eettentjes die langs de straat staan is dit dé plek om tussen de middag te verpozen voor de *white collar worker*. Er is duidelijk een soort gemeenschapje aan het ontstaan rond het Q-Net. Een van de vaste bezoekers is Stanly. Vaak zit hij samen met vrienden en collega's op het kleine pleintje voor het Q-Net koffie te drinken, of binnen een beetje te surfen en te kletsen met bekenden.

De kelder van *tower B* van het luxe winkelcentrum Pasa Raya in Blok M is volledig gericht op *hightech*. Als je de roltrap naar beneden afgaat hoor je als eerste de schietgeluiden van computerspelletjes. Even later zie je dat de hele verdieping vol staat met computers, mobiele telefoons, computergames en organizers. Hier vind je een totaal ander soort *warnet*: het Millenia Net Café. Het heeft een open cafégedeelte met een stuk of vijftien tafeltjes, een bar en een klein podium. Achter het café ligt een gedeelte met computers. Links en rechts van de bar zijn ook nog computerunits geplaatst. In totaal zijn er 29 computers, inclusief de zeven spelcomputers buiten het café. Het licht uit de spotjes aan het plafond is gedempt. Op het podium staan een drumstel en contrabas klaar. Je kunt er sandwiches eten en *fruitshakes* drinken, tijdschriften en kranten lezen en naar muziek luisteren. Of je kunt direct achter één van de computers kruipen op een met kussens beklede gedesignde computer-*unit*. De uurprijs is 7500 *rupiah* (fl. 2,50). De mensen die er komen hebben duidelijk geld. Het zijn buitenlanders en jonge meisjes in trendy outfits met een mobiele telefoon tussen schouder en oor geklemd achter de computer.

Het café is halverwege 1999 opgericht, vertelt de manager van Millenia Net Café. De naam Millenia Net Café is gekozen om het nieuwe millennium te verwelkomen. Het is een verwijzing naar de moderne en geavanceerde technologie. Het café probeert het moderne met het traditionele te verenigen. Het café zelf is vrij traditioneel ingericht. De ruimte staat vol met verwijzingen naar Indonesië. Er staan Balinese beelden bij de ingang, een fonteintje klatert achterin het café temidden van de tropische planten. Ook het menu heeft veel Indonesische gerechten. En vaak staat er Indonesische muziek op met traditionele liedjes. De doelgroep is de "dynamische consument die dorstig is naar informatie en het volgen van de ontwikkelingen in tijd en technologie". Zo'n 80% van de bezoekers bestaat uit *expats*, zegt de manager, vooral Japanners, Koreanen en Taiwanese. Het concept is gericht op het aanbieden van verschillende diensten voor verschillende bezoekers. Voor de zakenman is er de "Virtual

Office" met een scanner, kleurenprinter en digitale camera. De "gamers" kunnen er de allerlaatste spellen spelen via het netwerk. Verder is er iedere zaterdag een live-band en kun je er gewoon lekker eten en drinken net als in een gewoon café. Iedere maand organiseert het Millenia Net Café een speciale *event*. Terugkerende *events* zijn de "Jakarta Network Games Competition" of de serie lezingen over het besturingssysteem Linux (onder de naam "Linux Gaul")⁴³.

Hoewel de meeste mensen er komen voor hun eigen dingen, zoals het checken van e-mail, chatten, informatie zoeken, enzovoorts, is het bezoek aan een *warnet* toch een sociale activiteit. Mensen komen in groepjes binnen, gaan bij elkaar zitten achter één computer, praten met elkaar over wat ze vinden op internet. Zij helpen iemand die nog niet zo goed weet wat hij of zij kan op het internet, introduceren het internet aan meegenomen vrienden en vriendinnen. Vaak ook gebeurt het dat je iemand in zijn of haar eentje achter de computer ziet lachen. De fysieke omgeving wordt op zo'n moment even vergeten. Mensen beleven hun sociale wereld op zo'n moment even in een andere plaats.

Warnet zijn interessante sociale plekken. Niet alleen in de lijfelijke setting van een *warnet* vindt sociale interactie plaats, het zijn ook 'poorten' tot een virtuele setting waar mensen interacteren, dingen ervaren en emoties hebben. Het *warnet* is de plek waar de echte wereld (*dunia nyata*) en de virtuele wereld (*dunia maya*) samenkomen en de scheidslijn tussen beiden af en toe flink lijkt te vervagen. Aan de ene kant is het *warnet* als fysieke plek een belangrijke verstrekker van toegang tot het internet en een centrum voor de socialisatie van het medium. Aan de andere kant, wanneer mensen *online* zijn en hun sociale interactie zich in een zelfgekozen virtuele ruimte afspeelt, is het *warnet* juist een totaal onbelangrijke plaats, een non-lokaliteit die weggedacht dient te worden. Waar de *mall* het fel verlichte hoofdpodium vormt voor de opvoering van de consumptieve invulling van het begrip moderniteit, is het *warnet* de *backstage* setting voor de nieuwe informationele invulling van moderniteit.

In dit hoofdstuk heb ik besproken hoe het internet in Indonesië zich heeft ontwikkeld van 'bevrijder' van het *Orde Baru* regime tot 'aanduwder' van het nieuwe tijdperk. Het Nieuwe Orde bewind heeft met haar technologische toekomstidealen een belangrijke rol gespeeld in de totstandkoming van het internet in Indonesië. De 'sociale productie' van het internet is verbonden met de moderniseringsdroom van het regime. Het bewind heeft daarmee evenwel een Golem geschapen die zich uiteindelijk tegen zijn maker keert. In het eerste hoofdstuk hebben we gezien dat er sinds de oorsprong van netwerktechnologie een discours bestaat waarin het internet de verbeelding is van vrijheid, anti-establishment en individuele expressiemogelijkheid. Wellicht heeft het Nieuwe Orde bewind de potentie van dit wereldwijde discours onderschat om ook op lokaal niveau het gebruik en de perceptie van het internet te kleuren. De gebruikers van het internet zijn voornamelijk afkomstig uit de middenklasse die onder het Nieuwe Orde regime is ontstaan. Zij hebben zich het medium toegeëigend en een eigen functie en betekenis gegeven waarbij vrijheid van informatie en meningsuiting centraal staan. Voor deze groep is het internet een prima middel voor vooruitgang maar dan moet wel eerst afgerekend worden met de starre dictatoriale *Orde Baru* en zijn monopolie op informatie. Zo werd het internet allereerst een 'bevrijder' ("*teknologi pembebasan*": Hidayat 1999: 368) van de gevestigde orde alvorens het de rol als katalysator

⁴³ Bronnen: [interview](#) met de manager van Millenia Net Café op 8/5/2000 & het bedrijfsprofiel van Millenia Net Café.

van modernisering op zich kon nemen.

Het volgende hoofdstuk neemt een duik in de wereld van de Indonesische *cyberspace*. De nadruk zal liggen op de wijze waarop Indonesische internetgebruikers bijdragen aan de invulling van het begrip moderniteit. Centraal in het volgende hoofdstuk staat de vorming van *online*-gemeenschappen. Ik zal in dit hoofdstuk antwoord geven op de in hoofdstuk 1 gestelde vraag hoe de ontwikkeling van 'virtuele gemeenschappen' op het internet bijdraagt aan het project van vooruitgang en moderniteit in het Indonesië van na de *reformasi*.

Hoofdstuk 4

Virtuele gemeenschappen: fakkeldragers van moderniteit

In het tweede hoofdstuk heb ik laten zien hoe de definitie van moderniteit, die onder de *Orde Baru* vooral gericht was op individualistische consumptie, is verschoven naar het geloof in internettechnologie als dé manier om vooruitgang te realiseren. Het derde hoofdstuk ging over de ontwikkeling van het internet in Indonesië van *underground* tot *mainstream*. Ik heb proberen aan te geven op welke manier de beeldvorming rond het internet verbonden is met de vooruitgangsgeschiedenis van de *reformasi*. Daarbij is vooral de rol van de overheid en van ondernemingen in de 'sociale productie' van het internet aan bod gekomen.

Dit hoofdstuk zal het perspectief van de gebruikers verkennen. De nadruk ligt op de voorstellingen die gebruikers construeren rond informatie- en communicatietechnologie en de manier waarop deze voorstellingen een plek krijgen in de opvattingen over moderniteit.

cyberlifestyle: informatietechnologie als middel voor individuele expressie en ontwikkeling

In het eerste hoofdstuk stelde ik dat Indonesiërs in hun opvattingen over moderniteit een onderscheid maken tussen een individueel niveau en een algemeen niveau. Als eerste zullen we kijken naar het individuele niveau van moderniteit. *Lifestyle* is het kernbegrip in deze individuele invulling van moderniteit. De mogelijkheden voor individuele expressie die informatie- en communicatietechnologieën bieden sluit goed aan bij de ideeën die veel jonge Indonesiërs hebben over *lifestyle* en moderniteit. Informatietechnologie zoals het internet is voor veel jongeren een consumptieproduct. Technologie is hét middel van deze tijd om je als individu te kunnen onderscheiden, je uit te drukken en, in de woorden van Miller (1995: 17), een relatie met de wereld aan te gaan.

Informatietechnologie past bij een moderne *lifestyle*. De technologie biedt jongeren de mogelijkheid om uitdrukking te geven aan hun individualiteit en eigenheid. Voor een deel is nieuwste technologie een consumptieproduct waarmee mensen zich kunnen onderscheiden van de 'domme' massa. Net als andere consumptieproducten wordt ook technologie *gecustomized*, verpersoonlijkt. Zo zijn er talloze verschillende gekleurde frontjes te koop voor de mobiele telefoon (zie [deze reclame](#) van Motorola). Deze makkelijk opzetbare frontjes kunnen naar gelang het humeur van de gebruiker verwisseld worden. Niet zozeer het apparaat zelf maar de manier waarop je er iets speciaals mee doet en er iets eigens aan geeft, is een uitdrukking van je creatieve individualiteit. In de grote dagbladen staan advertenties waarin mooie en herkenbare nummers voor de mobiele telefoon te koop staan voor flink hoge bedragen (vanaf 500.000 tot zelfs 1,5 miljoen *rupiah* = fl. 150,- tot fl. 500,-). Met zo'n mooi en makkelijk te onderscheiden nummer ben je specialer dan de massa die een doodgewoon

moelijk nummer heeft. Zij zijn slechts één van de velen uit de brei van nummercombinaties.

Dit *customizen* zien we ook bij de computer. Met Iwan, Anton en Ocep, drie jongens uit mijn kosthuis, ben ik naar Plaza Gadjah Mada geweest waar een computerexpositie gehouden wordt. We lopen vrij snel door de tentoonstelling van de allernieuwste monitoren en allerkleinste laptops. Plotseling ziet Iwan in een etalage een blauw transparant keyboard staan waar hij onmiddellijk voor valt. Na enig onderhandelen komt de prijs op 75.000 *rupiah*. Hij is blij. Ik vraag waarom. "Ik wil gewoon iets speciaals voor mijn computer. Ik was al een tijdje uitgekeken (*bosan*) op het ouwe keyboard en bovendien liep het ding stroef. Het is een standaard wit keyboard, net als alle anderen." Maar waarom wil je dan iets speciaals, Iwan? "Yaaa, *untuk cuci mata*" ('de ogen te wassen', dit wil zoveel zeggen als je verlekken aan iets met een bijzondere uitstraling). 's Avonds probeert Iwan zijn nieuwe keyboard uit. Hij laat het keyboard nog in het plastic. Ik vraag of hij van plan is om het ding altijd in plastic te houden. Iwan antwoordt half lachend van niet, maar hij wacht op een speciale gelegenheid om het keyboard uit het plastic te halen.

Een andere keer ga ik met Iwan en Erwin 's avonds naar Mall Ambassador. Deze *mall* op de hoek van de Jl. Rasuna Said en de Jl. Satrio profileert zich als een nieuw centrum voor technologie. Er zijn veel computerwinkels en internetcafés. Een tentoonstelling van mobiele telefoons in de grote hal wordt zojuist afgebroken als we aankomen. Iwan en Erwin kijken vooral naar accessoires zoals doorzichtige keyboards (al heeft Iwan er zojuist een gekocht), grappige muizen in allerlei vormen, gekleurde floppy's, webcams, enzovoorts. Opgewonden wijzen ze elkaar op de nieuwe snuffjes. Computerwinkels spelen in op deze voorliefde door hun etalages vrijwel uitsluitend met accessoires te vullen.

Op een avond gaan we met een hele groep *anak kos* (kosthuisbewoners) naar het BiruNet, een *warnet* vlakbij de economische hogeschool Perbanas. We blijven er tot diep in de nacht. Iwan en Erwin hebben onmiddellijk een eigen *wallpaper* gemaakt voor de computer waar ze achter zitten. Iwan heeft er een gemaakt met heel groot zijn eigen naam in allerlei kleuren.

Nieuwe technologie maakt onderdeel uit van een moderne *lifestyle*. Het *lifestyle* magazine *Néo*- bespreekt in een artikel de nieuwste palmtop computers. Termen als *mutakhir* (modern) en *canggih* (geavanceerd) omschrijven de uitstraling van technologische producten. De bijbehorende [foto](#) is een goed voorbeeld van de manier waarop *hightech* appelleert aan een hedendaags gevoel van esthetiek. Niet langer is technologie een onbegrijpelijke hoop draden en schroeven, weggestopt in een ondoorzichtige doos. De half doorschijnende kunststoffen behuizingen in zachte kleuren van de palmtops op deze foto, in eenzelfde stijl als de bekende Apple I-Macs computers, roepen nieuwsgierigheid op naar het mysterie van de techniek die er in zit.

Een andere reden waarom nieuwe informatietechnologie en 'individuele moderniteit' goed samengaan is dat jongeren deze technologie gebruiken voor recreatie. Vrije tijd past bij een moderne *lifestyle* en hedendaagse informatietechnologie zoals de computer is de allernieuwste vorm van tijdverdrijf. "De Indonesische jeugd is snel verveeld", kreeg ik vaak te horen ¹. Huisgenoot Anton noemde chatten *iseng-iseng*, hetgeen zoiets betekent als 'de tijd doden'. Eerder had Thessa, een vriendin van een andere huisgenoot, mij al een mailtje gestuurd waarin ze schreef dat ze aan het "*iseng-iseng*" was. Een tochtje naar een *warnet* wordt aangeduid met de term *main internet*. Het woord *main* betekent 'spelen' en komt ook voor in een uitdrukking als *main ke rumah saya*, waarmee iemand bedoelt "kom gezellig langs bij mij

¹ *Anak Indonesia cepat bosan.*

thuis een beetje hangen en kletsen". Vermaak dus. Computers en internet zijn nieuwe vormen van entertainment. De computer als hobby is helemaal van deze tijd: spelletjes spelen, karaoke, VCD's kijken, chatten, een beetje surfen, MP3-liedjes luisteren. De oorspronkelijke betekenis van het woord *computer* is van 'rekenmachine' via 'veredelde typemachine' steeds meer verschoven in de richting van 'entertainment unit'.

Huisgenoot Ocep gaat een nieuwe computer kopen. "Voor mijn eindpaper van de studie", verklaart hij zonder al te veel overtuiging. Hierna is hij dagenlang onafgebroken bezig op zijn kamer met *wallpapers* maken, *screensavers* installeren, lettertypes en muisiconen instellen, en MP3-liedjes kopiëren van huisgenoten. Ocep is student aan de economische hogeschool Perbanas en lid van Forkot, de radicale studentenorganisatie. Zijn idool is Ché Guevarra. Van een enkel plaatje van Ché heeft Ocep allerlei verschillende versies gemaakt die hij als *wallpaper* kan gebruiken. Hij kwam eens mijn kamer inlopen en zag de doorzichtige muis die ik in Singapore heb gekocht². Hij was er meteen verrukt van: "Wah, als ik dat had geweten dan had ik je geld meegegeven om er in Singapore ook eentje voor mij te kopen!". Een paar weken later zie ik dat Ocep ook een doorzichtige muis heeft gevonden, ter vervanging van zijn standaard witte muis.

Met Emmy en haar vriendinnen ben ik een dagje meegeweest naar de *Universitas Indonesia*. In de nabijheid van deze universiteit in het zuiden van de stad wemelt het van de *warnet*. Eén ervan heeft een uithangdoek aan de gevel bevestigd: "*Be Here or Be Behind*". Emmy vertelt ze allemaal al een keer te hebben uitgeprobeerd. Nadat we wat rondgetoerd hebben in de jeep willen de meisjes naar het *warnet* op de campus. Dit is een gigantisch *warnet* met 120 computers. Het is er druk. Jongens en meisjes zitten vaak met z'n tweeën tegelijk achter één computer (meestal 2 jongens of 2 meisjes samen, soms gemengd). Zoals op vrijwel iedere openbare internetplek is ook hier het gratis down te loaden chatprogramma mIRC geïnstalleerd. Een paar uur later, als we weer terugrijden naar de stad, bespreken de meisjes uitgebreid met wie en waarover ze gechat hebben.

Een [krantenadvertentie](#) van de zoekmachine www.catcha.co.id somt allerlei zaken op die je kunt zoeken op het internet: "informatie, vrije tijd, een partner (met een ondeugende afbeelding van twee computermuizen op elkaar),..., sensatie: wat dan ook". De advertentie is er duidelijk op gericht om het internet als meer dan een "pakhuis van informatie" (*gudang informasi*) te presenteren: "Als u slim bent (*jeli*) en handig (*liai*) in het zoeken, kan het internet tevens een "privé goudmijn" (*tambang emas' pribadi*) zijn".

Websites proberen zichzelf onder de aandacht te brengen door bijvoorbeeld *hightech* hebbedingen, zoals mobiele telefoons en elektronische organizers, als lokkertje te verloten onder bezoekers van de site. Voorbeelden zijn de reeds genoemde advertentie van Catcha en deze [flyer](#) van Boleh.net. Ook *warnet* doen mee met deze trend. Veel *warnet* bieden één op de zoveel bezoekers een gratis *prepaid* kaart aan of zelfs een mobiele telefoon.

Computers, mobiele telefoons, *organizers* en andere *hightech* zijn voor een deel prestigieuze consumptieproducten. Informatietechnologie speelt echter niet alleen een rol in het 'uiterlijke vertoon' van individuele *lifestyle*. ICT dient eveneens ter zelfontwikkeling. Jongeren zijn natuurlijk niet alleen maar bezig met hun *image*. Zij hebben ook het gevoel dat leren omgaan met de computer en het internet in deze tijd een noodzakelijk onderdeel is van hun persoonlijke ontwikkeling. Om in deze maatschappij te kunnen slagen is kennis van computers en het internet nodig. Computers vormen de verbinding tussen henzelf en de wereld.

² Halverwege mijn veldwerkperiode moest ik op en neer naar Singapore voor een tweede visumtermijn van 2 maanden.

Bennie van het eettentje op de hoek heeft gisteravond tot 2 uur 's nachts bij Nixon op de kamer zitten computeren. Met grote toewijding heeft hij een officiële brief overgetypt in Microsoft Word. Deze middag vraag ik Bennie waarom hij met computers wil leren omgaan. Hij vertelt dat hij op de middelbare school al met computers heeft leren werken maar sindsdien nooit meer achter het toetsenbord heeft gezeten. "Ik ben geïnteresseerd in de ontwikkelingen van de moderne technologie, ik wil niet achterblijven", zegt Bennie. Even later brengt hij naar voren dat Indonesië binnenkort de vrije wereldmarkt (*pasar bebas dunia*) opgaat. Hij ziet dit als iets zeer positiefs. Hij is ervan overtuigd dat Indonesië hierdoor mee zal kunnen komen met de ontwikkelingen en vooruit zal gaan ("*saya pasti Indonesia akan maju*"). Indonesië zal zich kunnen aansluiten bij andere landen en kunnen concurreren op de vrije wereldmarkt.

Huisgenoot Anto heb ik laatst op zijn verzoek meegenomen naar Q-Net voor een e-mailadres bij Hotmail. Deze middag zit hij in mijn InfoKomputer te lezen. Ik vraag waarom. Hij antwoordt dat hij nog 'maagd' (*prawan*) is op computergebied. Hij wil leren over computers omdat hij denkt dat computers heel belangrijk zijn. Hij is ook heel geïnteresseerd in het internet. Uit zichzelf stelt hij voor om vanavond naar een *warnet* te gaan. Normaal gesproken is Anto tamelijk passief en straalt hij weinig ondernemingslust uit. Enkele weken later moet hij een voordracht houden voor de cursus Engels die hij volgt. Het onderwerp: internet. In zijn spreekbeurt benadrukt Anto het 'globale' karakter van het internet. "*The internet will be used now and in the future, because it contains global information*", schrijft hij in zijn *summary*. Dit idee waarbij computers en internet de schakel vormen met de rest van de wereld, zien we terug in de gemeenschappen op het net.

virtual communities: gemeenschappen op het net

Moderniteit op algemeen niveau heeft betrekking op de economische, infrastructurele en mentale ontwikkeling van een land en de mate van maatschappelijke welvaart, gelijkheid en rechtvaardigheid. Een kernwoord in dit algemene begrip van moderniteit is *gemeenschap* (*community*). Soekarno probeert een gevoel van nationale eenheid en gemeenschappelijkheid te verwezenlijken. Hij legt daarbij de nadruk op de ideologische kant van ontwikkeling. Het motto van de Indonesische staat is *Bhinneka Tunggal Ika*, eenheid in verscheidenheid. Het gebruik van dergelijke Sanskrietische woorden moet gevoelens oproepen van nationale trots en bewustzijn van de rijke historie van Indonesië. Een veelgebruikte aanduiding van Indonesië is het allesomvattende '*Tanah Air Kita*' ('ons land en water'), de Indonesische variant op het *heimat* gevoel³. Middels ideeën als *nasakom*, een politiek verbond tussen nationalisten, de religieuze hoek en communisten, en het cultiveren van 'typisch Indonesische begrippen' als *musyawarah* (overleg), *mufakat* (algemene overeenstemming) en *gotong royong* (wederzijdse hulp) probeert Soekarno tegengestelde groeperingen te verenigen binnen een politieke en nationale eenheid. Zijn opvolger Soeharto daarentegen legt meer nadruk op de economische kant van de vooruitgang. Onder zijn bewind ontstaan gemeenschappen van 'nieuwe rijken' (*orang kaya baru*: Van Leeuwen 1997). Zij vormen de toplaag van de Indonesische maatschappij. Door te dringen tot deze gemeenschap met zijn prestigieuze levensstijl is het droombeeld van vele Indonesiërs daaronder. De *reformasi* brengt een verschuiving teweeg waarbij het 'vertoon' van de consumptieve invulling van moderniteit meer en meer plaatsmaakt voor het vooruitgangsidee van een informatiemaatschappij gebaseerd op kennis en verdienste. Prestigieuze *lifestyle* als summum van ontwikkeling maakt

³ Zie voor een analyse van de wijze waarop Indonesië als nationale staat is verbeeld Benedict Anderson's *Verbeelde Gemeenschappen* (1991 p. 106-110; p.126).

plaats voor een meer gemeenschappelijke benadering van ontwikkeling en vooruitgang. Gemeenschappen *online* vormen de nieuwe 'kenniselite'. Zij zijn de bevoorrechte groep mensen met de middelen en vooral de *know how* om gebruik te maken van de nieuwe informatietechnologie en zo de toekomst van het land vorm te geven.

In het volgende gedeelte zal ik de volgende vragen aan de orde stellen. Op welke manieren creëren de leden van deze groepen een gevoel van gemeenschap? Welke bijdrage kunnen deze gemeenschappen leveren aan de invulling van het ontwikkelingsbegrip? Er bestaat niet één enkele grote gemeenschap van Indonesische internetgebruikers maar heel veel verschillende groepjes. Soms delen zij eenzelfde interesse. Meestal bestaan ze uit gebruikers die simpelweg op hetzelfde moment op dezelfde 'plaats' zijn. Hoewel Indonesische *online* gemeenschappen steeds hechter worden en zich steeds specifiekere vormen rond bepaalde gedeelde interesses, kenmerken ze zich vanwege de nieuwigheid van het medium en het nog altijd kleine aantal gebruikers voornamelijk door tamelijk gemêleerde en losse verbanden. Ondanks die diversiteit en dynamiek zijn er een aantal algemene observaties te maken bij Indonesische virtuele gemeenschappen⁴.

taal en sociale interactie

Bepaalde kenmerken van moderniteit die ik besproken heb in hoofdstuk 2 komen terug in de manier waarop mensen *online* met elkaar omgaan. Een gestructureerde manier van sociale omgang op het net is een van de peilers van virtuele gemeenschappen. We hebben gezien hoe belangrijk *bergaul* ('trendy socializen') is voor de mensen die zich rekenen tot de moderne voorhoede. Ook op het net is het taalgebruik en de manier van sociale interactie vaak *gaul*. Dat houdt onder meer in dat mensen *gaul* woorden gebruiken en op typisch Jakartaanse wijze verbuigen. Speciaal aan het *bahasa gaul* (de taal van het *gaul*) op het net is bovendien dat de woorden vaak op een afwijkende manier worden opgeschreven. Vooral de chattende *anak gaul* (jongeren) zijn zeer bedreven in het op schrift stellen van hun spreektaal. Normaal gesproken is jongerentaal spreektaal. Kranten en andere 'officiële' media schrijven *gaul*-woorden zoals dat logischerwijs volgens de regels van het *bahasa Indonesia* zou moeten. Bovendien drukken de reguliere media deze woorden meestal af in *italics* om aan te geven dat het onofficiële woorden zijn. Het medium internet maakt het noodzakelijk een schriftelijke variant te gebruiken. Het belangrijkste kenmerk van dit geschreven *bahasa gaul* op het net is dat de gangbare woorden juist níet zo worden opgeschreven zoals je ze zou verwachten. Enkele voorbeelden: het woord *gue* ('ik', officieel Indonesisch: *saya*) heeft als variant *gua* en *guo*; *lu* ('jij', Ind.: *kamu*) heeft als geschreven varianten *luu*, *lhu*, *loe*, *lho*; je schrijft *gile bener* in plaats van *gila benar* ('echt mal' of 'wauw, stoer!'); een kreet als *apa'an sih* ('wat is dit nu weer' of 'wat gebeurt er') heeft als schrijfvariant *apaan sigh*, waarbij *sigh* de *gaul*-manier is om *sih* te schrijven door de toevoeging van een schijnbaar onlogische harde klank zoals een c,

⁴ Essentieel in het begrip gemeenschap is dat een individu zich betrokken voelt bij een groter geheel en dat het grotere geheel een individu erkent als één van hen. Noodzakelijk hiervoor is het delen van iets overeenkomstigs: een geloofsovertuiging, een etnische achtergrond, een interessegebied, een taal, een gevoel van gelijktijdigheid, etc. Verder kent een gemeenschap meestal een proces van toetreding, waarbij het aspirant-lid zijn lidmaatschap moet 'verdienen'. Dit neemt tijd in beslag. Bovenstaande punten zijn redenen waarom vier maanden veldwerk in mijn geval te kort is geweest om werkelijk 'lid' te worden van een Indonesische *online* gemeenschap. Ik heb niet het gevoel dat ik het klassiek-antropologische ideaal echt bereikt heb om deel uit te gaan maken van de gemeenschap die je onderzoekt en te participeren in hun bezigheden. Ik vind dit ook niet zo'n punt. Gemeenschappen *online* zijn nu eenmaal niet zo duidelijk en vast als 'echte' gemeenschappen. Als mede-internetgebruiker en jongere voelde ik me toch wel een beetje verbonden. Maar dit verklaart wel waarom de volgende passages over Indonesische gemeenschappen naar de smaak van antropologen misschien een wat algemeen karakter hebben.

g of een k; zo is *yach donk* dus weer net wat toffer dan *ya dong* ('ja, zeker!') en *nich* de hipperre schrijversie van *nih* dat weer de vergaulde versie is van *ini* ('hier' of 'deze').

Daarnaast gebruiken jongeren op het net veel Engelse termen. Deze termen behoren tot de universele *netspeak* die gangbaar is onder de gebruikers van nieuwsgroepen en chatboxen. Een krantje dat speciaal voor de Indonesische 'netter' wordt uitgegeven door de website www.natnit.net publiceert een [woordenlijst](#) die je uit kunt knippen met de meest voorkomende '*emoticons*' en afkortingen⁵. Dit is absoluut noodzakelijke kennis voor iemand die mee wil doen met de discussie en niet voor *newbie* (groentje) versleten wil worden. Termen en afkortingen als RTFM! (*read the fucking manual*), ROTFL (*rolling on the floor laughing*), enzovoorts, fungeren als scheidslijn tussen zij die behoren tot de ingewijden en zij die onwetend zijn.

Naast een apart taalgebruik zijn ook de ongeschreven regels van het *bergaul* van toepassing op de communicatie op het internet. Dat wil zeggen: wees ad rem, hou het licht en gemakkelijk, snijd de juiste onderwerpen aan, gebruik je gevoel voor humor, denk om je zelfpresentatie. Als leidraad voor sociale interactie geldt bovendien de zogeheten universele 'nettiquette'. Dit zijn bepaalde afspraken om met elkaar om te gaan op het net. Heel kort gezegd komen de regeltjes van de nettiquette neer op: wees beleefd en doe *online* niets dat je in het echte leven ook niet zou doen.

Zo is het ook op het internet belangrijk om te weten met wie je te maken hebt (al is het natuurlijk regelmatig een punt van twijfel of de ander daadwerkelijk diegene is voor wie hij of zij zich uitgeeft). Wanneer mensen contact met elkaar zoeken tijdens het chatten, is het gebruikelijk om eerst een simpele groet (*Hi!* of *Hello*) uit te wisselen, al dan niet vergezeld van een *smiley* ☺ om je goede bedoelingen duidelijk te maken. Vervolgens is de eerste vraag meestal "*A/S/L pls?*" (*age/sex/location please*). Vaak volgen er nog enkele vragen om elkaar wat beter te leren kennen. De meeste *chatters* kiezen een *nick* (de gebruikersnaam waarmee je inlogt) die iets vertelt over henzelf. Vaak begint de *nick* van een meisje met CE_ (afkorting van *cewek* = meisje) of eindigt op_GIRL. Bij de jongens is dat CO_ (*cowok* = jongen) of _BOY.

Het internet is een medium dat een directere manier van communiceren mogelijk maakt en grotere individuele vrijheid biedt dan het echte leven. De omgangsregels uit het 'echte leven' bestaan ook *online*, zij het met wat meer speling. Op het internet kunnen meisjes zonder problemen spreken met vreemden, hetgeen normalerwijs geldt als een beetje ongepast. Tegelijkertijd levert dit het internet de reputatie op van een 'ondeugende' plek, of voor sommigen zelfs een poel van verderf. Novi, een vrouwelijke collega van Stanly van het WTC die ook vaak na het werk in het Q-Net komt, vertelde mij eens dat ze het internet vooral gebruikt om te chatten. "Maar wel alleen met bekenden", voegde ze er snel aan toe, "want er zijn veel dubieuze types op het net die vrouwen lastig vallen". Dit dubieuze imago van het net komt ook door de openlijke verkrijgbaarheid van porno. Mensen weten dat er via het internet makkelijk aan te komen is. Porno op het net is populair. Jongerenblaadjes zoals TOP publiceren bijvoorbeeld artikelen over *cybersex*, of over al dan niet gefingeerde naaktfoto's van bekende artiesten die in omloop zijn op het web, compleet met links naar de betreffende sites⁶.

Hoewel vrijwel iedere Indonesische internetgebruiker het erover eens is dat de normen en waarden *online* wat losser zijn dan in het echte leven betekent dit niet dat je zomaar alles kunt doen. Met Nixon ging ik op een middag naar een pas geopend *warnet* bij ons in de wijk

⁵ *Emoticons* zijn tekens die je kunt maken met je toetsenbord om bepaalde emoties mee weer te geven. De meest bekende emoticon is de *smiley* ☺.

⁶ TOP maart 2000 p. 14-23.

zitten chatten. Achter elkaar begon Nixon nieuwe windowtjes te openen ⁷. Hij zocht contact met meisjes die hij uitzocht op hun aantrekkelijke *nick*, zoals *ce_cakep* (knap meisje), *ce_keren* (gaaf meisje), *ce_cari_co* (meisje zoekt jongen) of *ce_nakal* (ondeugend meisje). Op een gegeven moment kreeg hij antwoord terug van één van de meisjes. Na enkele introductievragen vroeg hij wel erg *to the point* of ze het al eens had gedaan ("*sudah ML?*" = 'make love'). Resoluut nam het meisje afscheid. "Van dat soort vragen hou ik niet" zei ze. Hoe snel Nixon ook was met het aanbieden van verontschuldigheden, hij had het verpest en leek daar oprecht wat beschaamd onder.

Ook Elnar vertelt dat ze hier niet van gediend is. Elnar is een meisje van 23 dat ik op een feestje heb leren kennen. Ze zegt een enthousiast internetgebruiker te zijn en vooral veel te chatten. Ze houdt ervan om met anderen in contact te komen, het leven van anderen te leren kennen. Dat doet ze via chatten en niet in het echte leven omdat ze niet de tijd en de gelegenheid heeft om met bepaalde mensen in contact te komen. Daarmee bedoelt ze vooral buitenlanders, jongens wel te verstaan ("*cowok dong!*" zegt ze ondeugend). Ze kiest chatpartners uit op hun *nick*. Ze houdt ervan om een beetje te spelen met de bestaande grenzen van fatsoen door verleidende vragen (*pertanyaan menggoda*) te stellen. Iemand met de *nick* SEXYBOY vraagt ze bijvoorbeeld "hoe sexy ben je dan wel?". Maar ze houdt er niet van om *sayang* (schatje), *baby* of *sweetie* genoemd worden, ook al is het een grap.

Elnar erkent dat de omgangsregels op het internet een stuk vrijer zijn dan in het echte leven. "Ga weg, je stoort me" zegt ze soms tegen een meisje als ze geen zin heeft om met haar te chatten. Meestal begint ze met enkele algemene vragen zoals "wat voor werk doe je?", "waar woon je?". Vervolgens wordt het wat specifiekker zoals "wat is je levensfilosofie?". Ze zoekt graag naar meningen en schuwt kritiek niet. Afhankelijk van haar bui en met wie ze aan het praten is, kan Elnar soms best wel persoonlijk worden en emotionele dingen bespreken. Daar hoeft voor haar helemaal geen *face-to-face* contact voor te bestaan. Integendeel: "*saya lebih bebas di internet*" (ik ben vrijer op het internet). Taal is volgens Elnar meestal geen barrière. De ander is vaak ook geen *native speaker* van het Engels. Het internet is voor haar half serieus, half entertainment. Ze heeft al eens iemand via het internet ontmoet in het echt. Een Australiër. Het eerste contact werd gelegd met chatten, vervolgens via e-mail, toen de telefoon en uiteindelijk in levende lijve. Best eng vond Elnar dat. Gelukkig hadden ze van tevoren de afspraak gemaakt dat het alleen voor de vriendschap was.

Communiceren via het internet, en in het bijzonder chatten, kun je zien als een nieuwe manier van *bergaul*. Enerzijds is het licht en sociaal. Het is een makkelijke en spontane manier om met anderen kennis te maken. De juiste woorden en uitdrukkingen kennen, op creatieve en vernieuwende wijze spelen met taal, jezelf presenteren en een bepaalde stijl overdragen, up-to-date en interessant zijn: al deze kenmerken van *gaul* vinden we terug in de manier waarop jongeren het internet gebruiken. Tegelijkertijd heeft het een onderliggend

⁷ Je hebt twee manieren om te chatten. De simpelste manier is in te loggen op een website die de mogelijkheid tot chatten biedt. Deze site zelf zorgt dan voor een *client*, een hulpprogramma om *in real time* (tegelijkertijd) in verbinding te staan met andere mensen die deze site bezoeken. Meer mogelijkheden biedt het gebruik van een lokale *client*, een chatprogramma dat op je eigen computer draait, zoals het gratis down te loaden mIRC. Met dit programma kun je direct verbinding maken met één van de vele IRC *servers*. Een *server* is de computer die jou verbindt met andere gebruikers. Voor de snelheid kies je een *server* die een beetje in je eigen regio staat. In Indonesië is dat vaak een Australische *server*. Vervolgens kies je een *channel*, een specifiek kanaal waarop je samen met een aantal mensen gelijktijdig kunt praten. Je krijgt een overzicht van alle *nicks*, de schuilnamen waaronder de andere chatters zijn ingelogd op dat kanaal. Je kunt meedoen in de groepsdiscussie. Meestal is dat erg warrig en wordt je stug genegeerd tenzij je een bekende bent. Je kunt ook met iemand persoonlijk contact zoeken. Door een *nick* te selecteren open je een klein nieuw windowtje waarin je boodschappen kunt typen die direct naar die persoon gaan.

motief, namelijk het leggen van contacten en het bouwen aan je eigen netwerk. Het internet is natuurlijk bij uitstek een netwerkomgeving. Jij kiest zelf waar je bent, als wie of wat je je voordoet en met wie je praat. Contact maken is veel makkelijker dan in het echte leven omdat het op jouw voorwaarden gebeurt.

plaats

Naast een eigen taal en gestructureerde manieren van sociale interactie, is een ander kenmerk van *online* gemeenschappen de factor plaats. Waar mensen met elkaar communiceren kan een gevoel van gemeenschap ontstaan. Een voorwaarde is een gedeeld eigen 'territorium'. Zo kunnen mensen die elkaar geregeld tegenkomen op een gegeven moment 'bekenden' van elkaar worden. In het futurologische discours over internet en de informatiemaatschappij wordt de rol van fysieke plaatsen soms onderschat of zelfs afgeschreven, omdat nieuwe technologie je in staat stelt om overal en altijd te communiceren. Dat is natuurlijk niet waar. Sterker nog, ook *online* is de beleving van plaats van belang.

Een vergelijking tussen het internet en de stad is snel gemaakt⁸. Net als een stad is het internet voor de nieuwkomer groot, chaotisch en divers. Gaandeweg creëert de bewoner zijn eigen plekken. Bewoners maken een stad kleiner en overzichtelijker. Net als bewoners van een stad bakenen 'netters' zekere gebieden af als 'bekend' en 'van mij'. Er bestaan bepaalde knooppunten, 'marktplaatsen' of fora, die fungeren als verzamelpunt voor 'bewoners'. Dit zijn de plekken waar zij zich thuis gaan voelen, met anderen omgaan en een gevoel van gemeenschap creëren. Plaats is verbonden met ideeën over moderniteit. Zoals Jakarta het tastbare centrum is van moderniteit in de echte wereld (*dunia nyata*), waarbinnen bepaalde plekken fungeren als knooppunten voor diegenen die zich rekenen tot de moderne urbane gemeenschap, zo zijn er ook in de virtuele wereld (*dunia maya*) bepaalde centra aan te wijzen van moderne *lifestyle* (*gaya hidup moderen*). Dit soort plekken zijn *chatrooms*, mailinglists, *bulletinboards* (prikborden) en bepaalde websites.

Detik.com is een van de hipper websites van Indonesië. Astaga!com schiet snel omhoog als dé plek om te zijn. Een ander trefpunt van online gemeenschappen is KaféGaul. Wat bieden deze plekken? In de eerste plaats vind je er de allernieuwste nieuwtjes en de allerlaatste informatie. Nieuws wordt hier nog dampend en stomend opgedist. Daardoor is het bijna alsof je er zelf bij bent. Verder bieden deze websites diensten zoals gratis e-mail. Mensen gaan naar deze plaats om hun postbus te legen met hun persoonlijke correspondentie, hun vertrouwelijke brieven, hun contact met vrienden, met familie overzee. Ze gaan er graag naartoe en kijken vaak ook nog even rond. Websites hebben er natuurlijk belang bij om de ontwikkeling van gemeenschappen aan te moedigen. De grotere websites bieden daarom ook de mogelijkheid om met mensen te kletsen, boodschappen achter te laten op prikboards, adviezen te vragen over van alles en nog wat. Zowel aan andere bezoekers van die site als aan speciale redactieleden. Zo heeft Detik.com de bekende TV-dokter Lulu Kamal weten te strikken om bezoekers van de site met medische adviezen terzijde te staan.

tijd

Een derde kenmerk van *virtual communities* is de factor tijd. Wanneer mensen geregeld contact met elkaar hebben kan een beleving van gelijktijdigheid en gemeenschappelijkheid ontstaan. Bij *real time* toepassingen zoals IRC (chatten) en ICQ (een programmaatje waarmee

⁸ Eén van de eerste internetproviders in Nederland heette [De Digitale Stad](http://DeDigitaleStad) en was uit een soort idealisme opgezet over de mogelijkheden die het internet kon bieden voor de vorming van nieuwe gemeenschappen. De oude startpagina van De Digitale Stad leek op een stadsplattegrond met een aparte topografie voor bewoners en toeristen, een marktplein/forum, bibliotheek, gemeentehuis, etc.

je kunt zien of één van je kennissen *online* is) kies je er beiden voor om op hetzelfde moment met elkaar te praten. Ook bij andere vormen van communicatie die niet per sé in *real time* verlopen, zoals prikborden, mailinglists en e-mail, is er op een bepaalde manier sprake van 'gelijktijdigheid'. Indonesische internetgebruikers behoren allen tot de groep mensen die bij de tijd is. Zij kunnen overweg met de computer. Zij weten waarvoor een muis dient, hoe je moet e-mailen, waar afkortingen als WWW, HTML en IRC voor staan, wie Bill Gates is, wat termen als *booten*, *server*, software en *crash* betekenen.

Op de website van Detik.com verschijnen in de eerste maanden van 2000 verscheidene prikborden onder de naam *cybercanda* ('cybergrappen') met onderwerpen als:

[Als Bill Gates minister van onderzoek en technologie wordt.](#)

[Als alle bedrijven E-Business worden.](#)

[Als Gus Dur commissaris van een Dot-Com bedrijf wordt.](#)

[Wiranto en Windows 2000.](#)

[Als de lonen van ambtenaren zouden stijgen.](#)

Bezoekers van Detik.com mogen korte reacties posten op deze *bulletinboards*. Aangezien al deze *topics* toespelingen zijn op actuele gebeurtenissen in Indonesië van het moment, levert dit vaak zeer gevatte commentaren op.

De *topic* "als Bill Gates minister van onderzoek en technologie (*Ristek*) zou worden" verwijst naar het voornemen van president Gus Dur om enkele ministers uit zijn kabinet te vervangen omdat ze niet meewerken aan zijn beleid. Enkele *postings* hierop zijn:

- Oei, da's gevaarlijk! Alle massagraven van slachtoffers van speciale legeroperaties in Aceh en Oost-Timor zullen worden ge-*Empty Recycle Bin*-ned. (18/2/2000) Ide: Chan AM.
- Mensen die nog met Netscape werken zullen iedere keer bij het internetten worden getroffen door een bij wet bepaalde *Illegal Operation*. (16/2/2000) Ide: olefina.
- Er zal een nieuwe partij opgericht worden met de naam Partai Linux Perjuangan⁹ (5/2/2000) Ide: h3n.
- Republiek Indonesië zal van naam veranderen in Republiek Windonesië. (5/2/2000) Ide: Herry S Nugroho.
- Dan zal Gus Dur alleen maar een *Drag & Drop* hoeven uitvoeren voor de *reshuffle* van zijn kabinet. (3/2/2000) Ide: mbagusi.
- Het ministerie van *Ristek* zal een hoop chauffeurs nodig hebben, want ieder nieuw toegevoegd apparaat heeft een eigen '*driver*' nodig. (31/1/2000) Ide: Ami.
- Omdat er nog teveel *bugs* zijn zal *Indonesia Baru* [= 'het Nieuwe Indonesië'] vervangen worden door *Indonesia 2000 build 146A*. (26/1/2000) Ide: ereleye.

Naar aanleiding van het [interview](#) met de baas van Intel Asia Martin Geh waarin hij stelt dat

⁹ 'Partij van de strijdende Linux', een verwijzing naar de PDI-P (*Partai Demokrasi Indonesia-Perjuangan*, een verboden afsplitsing van één van de twee symbolische oppositiepartijen onder Soeharto) en het steeds populairder wordende *operating system* Linux, dat een bedreiging vormt voor de monopoliepositie van Microsoft Windows.

in de toekomst alle bedrijven *e-business* zullen worden, is de *topic* "als alle bedrijven *E-Business* worden" gezet. Enkele reacties zijn:

- Er zullen zoveel nieuwe woorden beginnen met een 'e-' dat het nieuwe woordenboek voor 99% gevuld zal zijn met woorden die beginnen met de letter 'e'. (14/3/2000) Ide: Pempekplg.
- Er zullen nieuwe onderzoeksobjecten zijn en journalistieke verslagen die tot de verbeelding spreken: een vervreemde bevolking, *uncivilized*, *alienated*, omdat ze niet via het internet kunnen kopen. (14/3/2000) Ide: ys yes.
- De oorlog van onze landgenoten in Ambon, Halmahera, Aceh, etc. wordt virtueel uitgevochten, als *multiplayer* spel, en de kopstukken van het GAM¹⁰ hoeven zich niet meer in het oerwoud te verstoppen maar kunnen thuis gewoon achter hun PC-tjes zitten. (5/3/2000) Ide: ARI.

Bij het prikbord "Wiranto en Windows 2000" luidt de introductie "zoals Windows 2000 een veelbesproken onderwerp is in de IT wereld, zo is er in de politiek op het moment één naam punt van overleg: generaal Wiranto¹¹. Wat is de overeenkomst tussen Wiranto en Windows 2000?" Een paar *postings*:

- Als Gus Dur een computer uitschakelt die draait op Windows 2000, verschijnt de tekst op het scherm: "*It is save now to turn Wiranto down*". (24/2/2000) Ide: creepy.
- **Windows:** *This program has performed illegal operation and will be shutdown. If problem persists, contact the vendor.* **Wiranto:** *This general has performed illegal operation and has been resigned. If problem persists, contact International Human Right Court.* (24/2/2000) Ide: Kariage.
- In Windows moet dat wat crasht *ge-troubleshoot* worden. Van Wiranto moet datgene wat *trouble* veroorzaakt *ge-crasht* en *ge-shoot* worden. (20/2/2000) Ide: Jeson.

Gus Dur komt met het plan om de salarissen van ambtenaren flink te verhogen om corruptie tegen te gaan. "Als de salarissen van ambtenaren stijgen" ontlokt de volgende commentaren:

- De ambtenaren zullen allemaal hun eigen server hebben en zich bezighouden met het *hacken* van elkaars computer. Hun favoriete mikpunten zullen de websites zijn van ICW [[Indonesia Corruption Watch](#)], Komnas HAM [[nationale mensenrechtencommissie](#)], etc. (25/1/2000) Ide: FIZBOY.
- Uw aspiraties en initiatieven zullen stranden in: *...Site found...Waiting for Reply...Waiting for Reply...Waiting for Reply...* (24/1/2000) Ide: uhills.

Een andere pagina op Detik.com onder de naam [51 FAQ](#) (*frequently asked questions*, door Detik '*Frequently ngAnyelke Questions*' = 'vaak irritante vragen' gedubt) is een verzameling grappen die te maken hebben met computers en het internet. Enkele voorbeelden:

- **Wat is het verschil tussen *bahasa* [=taal] Java en *bahasa Jawa*?** Van allebei denkt men

¹⁰ GAM (*Gerakan Atjeh Merdeka*) = beweging voor de vrijheid van Aceh.

¹¹ Generaal Wiranto was opperbevelhebber van de Indonesische strijdkrachten ten tijde van Soeharto en de *reformasi*. Zijn optreden in oost-Timor en Aceh heeft op een gegeven moment nogal wat kritiek gekregen in verband met misdragingen door soldaten en schendingen van mensenrechten. Uiteindelijk is hij ontslagen door Gus Dur.

dat het officiële talen zijn. Java wordt door internetprogrammeurs als officiële taal gezien. Het Javaans wordt door de politici van Indonesië als officiële taal beschouwd ¹².

- **Waarom verdwijnen plaatjes van politieke activisten die ik gedownload heb zo vaak van mijn harde schijf, hoewel ik ze niet heb weggegooid?** Hmm ... wat voor Intel zei je dat er in je computer zit ¹³?

- **Wat is de connectie tussen Internet en het aftreden van Soeharto?** *Well ...* ik denk dat er geen duidelijke oorzaak-gevolg is. De twee verschillen heel erg: met Internet wil iedereen altijd maar connecties maken, terwijl mensen zich veel moeite getroosten om aanwijzingen van hun connectie met Soeharto kwijt te raken sinds zijn aftreden.

- **Welke gevolgen heeft het als ik mijn kinderen cookies ¹⁴ geef?** Wanneer ze hun 15de verjaardag vieren zullen ze zo'n 18 Gb aan *junk email* gekregen hebben.

Nog een [grappige site](#) van Detik is die waar ze allerlei denkbeeldige nieuwsitems brengen uit het jaar 2009. De rollen in de wereld zijn tegen die tijd precies omgedraaid:

- Donderdag 30/12/2009 15:50 WIB

Bill Gates : It's all over!

Microsoft wordt gekocht door Pertamina ¹⁵.

De beslissing van Pertamina om 100% aandelen van Microsoft te kopen schokt de wereld. Na het overnemen van tientallen vooraanstaande software- en hardwarebedrijven zoals Lotus/IBM, Adobe, Borland, Yahoo, en Cisco kan Pertamina eindelijk zijn positie opnieuw consolideren als bedrijf nummer één in de wereld voor het vierde achtereenvolgende jaar.

- *presidentiële toespraak:*

Hulplening aan IMF slechts \$1 Miljard

President van de Republiek Indonesië Budiman Sudjatmiko ¹⁶ verduidelijkt wederom dat de regering van Indonesië slechts 1 miljard dollar (1 % BNP 2009) aan hulpbronnen zal toewijzen aan het IMF. Dit wordt veroorzaakt door de jaarlijks groeiende nucleaire begroting.

- *Onlusten zijn moeilijk in te dammen*

De aanvaringen op het IRC kanaal IndonesiaNet blijven maar voortduren. 100 users in één klap disconnected.

De onlusten die ontstaan zijn doordat een bomscrip van de ene groep is beantwoord met een granaatscrip van de tweede groep, waardoor niet minder dan 100 gebruikers in één klap eraf gegooid zijn. Tot op heden blijft de onenigheid voortduren en naar verluidt zijn al meer dan 50 sites vernield en is het conflict doorgedrongen tot enkele FTP servers.

- **Als gevolg van een overstroming bij Cengkareng ¹⁷:**

¹² Dit grapje verwijst naar de dominantie van Javanen in de politiek van Indonesië en de programmeertaal Java.

¹³ 'Intel' is niet alleen de bekende processorfabrikant maar is ook de gangbare term voor de zeer beruchte binnenlandse veiligheidsdienst die regelmatig mensen deed verdwijnen.

¹⁴ *Cookies* zijn piepkleine pakketjes die door een server op de harde schijf van de bezoeker worden geplaatst (kijk onder Windows maar eens in de map C:\WINDOWS\Cookies) om bijvoorbeeld voorkeursinstellingen of een inlognaam te bewaren. Aangezien deze *cookies* een persoonlijk herkenningsnummer krijgen en reeds geplaatste *cookies* weer gelezen kunnen worden door de volgende site waar je naartoe gaat, zien sommigen dit als een bedreiging voor de privacy van de gebruiker.

¹⁵ *Pertamina* is een totaal corrupt en a-dynamisch staatsbedrijf in aardolie.

¹⁶ Budiman is de leider van de PRD (*Partai Rakyat Demokrasi*), een socialistische/communistiche partij die onder Soeharto verboden was. Budiman zelf heeft jarenlang in de gevangenis gezeten.

¹⁷ Cengkareng is het vlak aan zee gelegen gebied bij het internationale vliegveld Soekarno-Hatta waar vrijwel ieder jaar in het regenseizoen delen van overstromen.

800 datatransfers zijn uitgesteld, 35% *users* annuleren hun transfers.

• De Dollar en aandelen

1 Rp =US\$ 7,250.00.

Deze grappen van Detik illustreren het belang van plaats op het net. Detik.com heeft een beetje een heldenstatus als eerste Indonesische website waar vrije informatie te vinden was. Dit soort gewaagde grappen, vol zelfspot en openlijke kritiek op de overheid, zijn daarom bij uitstek op hun plaats op de site van Detik.com. Bovendien, met een goede grap of snedige opmerking op Detik.com laat je een persoonlijke *mark* achter op een zeer zichtbare en gerespecteerde plek. Het is een virtuele *tag*: 'ik was hier!'.

Ook illustreren de grappen de beleving van 'gelijktijdigheid' die ik hierboven noemde als een kenmerk van de virtuele gemeenschappen. Het zijn actuele grappen over hedendaagse onderwerpen. Je moet echt 'van deze tijd' zijn om ze te snappen. Het is een *entre-nous* van mensen die dezelfde grappen en actualiteiten waarderen. Indonesiërs zijn dol op taalgrappen en *insider*-grappen die blijk geven van 'bij-de-tijd-zijn' en op de hoogte zijn van actuele gebeurtenissen. Door middel van deze nogal specifiek aan technologie gerelateerde grappen met allerlei Engelse termen onderscheiden de grappenmakers zich van de 'onwetenden' en de 'dommen'. Zo creëren zij een 'wij onder elkaar' gevoel: we begrijpen elkaars grappen. Hier vind je soortgenoten die net als jij begrijpen waar de toekomst naartoe gaat en daar een bijdrage aan leveren. Dit meedoen, reageren op elkaar en gezamenlijk bijdragen aan iets, al is het maar een lijst met grappen, is één van de pijlers van gemeenschappelijkheid.

Tenslotte, naast het delen van een taal, sociale omgangsvormen, plaats en gelijktijdigheid is ook het medium internet zélf onderdeel van de beleving van gemeenschap. Het internet verbindt, niet alleen in letterlijke zin, maar ook op symbolisch niveau. Het internet onderscheidt de overwegend jeugdige gebruikers van de generaties boven hen die er een rotzooitje van gemaakt hebben. Het internet verenigt mensen in een nieuwe frisse stroming, *computer literate*, van deze tijd en niet besmet met de zonden van de corrupte oude orde. Gemeenschappen *online* zijn de *avant-garde*, de voorhoede die als eerste gebruik maakt van het nieuwe medium. Aan het inzicht in wat er gaande is en wat gaat komen ontlenen zij morele autoriteit over de toekomst die het land op dient te gaan. Virtuele gemeenschappen maken aanspraak op de status van de nieuwe elite. Een kenniselite gecentreerd rond het vermogen te kunnen omgaan met moderne manieren van informatieverbreiding, met een gemeenschappelijke taal, dezelfde omgangsvormen, een gedeelde interesse in nieuwe techniek en een overeenkomstige visie op de toekomst van het land.

virtuele gemeenschappen en vooruitgang

Zoals eerder opgemerkt: verschillende partijen hebben er baat bij om voorstellingen van *masyarakat digital* (digitale samenleving) en *kommunitas internet* (internetgemeenschap) de wereld in te helpen. In feite verkopen websites twee dingen aan hun adverteerders: een trendy *image* van vooruitstrevendheid en een snel groeiende ideale doelgroep. Websites die hun inkomsten uit reclamegelden halen, proberen middels *branding* (het opzetten van een merknaam) een doelgroep aan zich te binden. Natuurlijk doen internetondernemers hun best om hun website voor te stellen als een gezellige en hechte gemeenschap. Dit beeld lokt andere gebruikers en dat levert weer nieuwe inkomsten op. Die inkomsten (*revenue*) zijn niet alleen concreet in de vorm van reclamegeld, maar ook in de vorm van een betrouwbare en gewilde uitstraling en bekende merknaam. Het is juist dit *image* en de bijbehorende beloften van

gouden bergen op het internet dat de meest waardevolle *revenue* vormt voor websites. Om deze revenue te verzilveren willen internetondernemers dan ook vaak zo snel mogelijk de overstap naar de beurs maken of wachten op een overnamesom.

Internetondernemers koesteren hun gemeenschappen als concrete en waardevolle *asset*. Budiono Darsono heeft er als oprichter van het IT bedrijf Agrakom en de grootste website van Indonesië Detik.com belang bij om de ontwikkeling van het medium zo rooskleurig mogelijk voor te stellen. In de toekomst zal Detik.com een "*online* dorpsgemeenschap van Indonesiërs" worden (*perkampungan online orang Indonesia*), zegt Budiono¹⁸. Met klem wijst hij erop dat Detik nu al volledig draait op "reële inkomsten" uit reclame, in tegenstelling tot al die nieuwe websites die met een hoop buitenlands geld binnenkomen en niets anders dan "luchtbellen" verkopen en "*e-commerce* dromen". Budiono kan een triomfantelijk lachtje niet verhullen wanneer hij vertelt over de enorme voorsprong van Detik.com op al die nieuwkomers. Detik heeft, als eerste vrije nieuwsverstrekker in Indonesië, hard gevochten voor de geloofwaardigheid van het medium en krijgt daar nu de *credits* voor.

Toch gaat het te ver om virtuele gemeenschappen af te doen als een strategisch verzinsel van de internetondernemingen, een opgeblazen voorstelling van iets dat in wezen slechts een oppervlakkige vorm is van tijdverdrijf. Een sceptische blik ten aanzien van de wijze waarop ondernemers en semi-wetenschappelijke internetgoeroes voorstellingen van 'virtuele gemeenschappen' produceren, hoeft nog niet automatisch te betekenen dat we die dan maar moeten bestempelen als onbetekenend. We zullen ook moeten kijken naar de beleving van gemeenschap door de gebruikers van het internet.

Daarbij is het ook weer niet zo dat de 'producenten' van het idee virtuele gemeenschap louter economische rationales hebben terwijl de gebruikers die virtuele gemeenschappen 'construeren' er verheven ideologische voorstellingen op na houden¹⁹. Onder beide partijen vind je beide motivaties. De internetondernemers die ik gesproken heb denken niet alleen maar aan hun portemonnee. Het zijn zelf bevlogen internetgebruikers met een visie op de toekomst van het medium en van het land. Onder de gebruikers zijn er verschillende motivaties aan te wijzen waarom zij betrokken zijn bij het internet en deel willen uitmaken van een vorm van gemeenschap op het net.

Communiceren *online* draagt bij aan je zelfontwikkeling. De manier van met elkaar omgaan is assertief. Je kiest je eigen gesprekspartner. Jij hebt het heft in handen. Er is lef voor nodig om een wildvreemde zomaar aan te spreken. Op het net is dit weliswaar makkelijker omdat de ander jou toch niet kan zien, maar toch vereist het een zekere creativiteit en inzet om een goed gesprek te voeren met de beperkte middelen die er zijn. Durf en assertiviteit hebben een plek in de opvattingen over van moderniteit. Passiviteit en angst voor het onbekende zijn kenmerken van diegenen die *kampungan* zijn.

Voor Elnar hoort zelfstandigheid en het vormen van eigen meningen en opinies bij het internet. Het internet maakt een hoge mate van individualiteit mogelijk die voorheen veel minder sterk was, vertelt ze. Vroeger bijvoorbeeld werd je persoonlijke mening heel sterk gevormd door je directe omgeving. Je verkreeg je eigen mening via de meningen van anderen.

¹⁸ Bron: [interview](#) met Budiono op 29/4/2000.

¹⁹ Het is een beetje de trend binnen de culturele wetenschappen om de consument meer aandacht te geven dan de producent. De productiezijde wordt meestal beschouwd als een constante rationele: maximale winst maken, hoe dan ook, maakt niet uit waarmee. De consument daarentegen is de 'creatieve constructivist' die op vaak originele wijze een eigen draai geeft aan de starre voorschriften van de producent en het materiële van een 'echte' betekenis voorziet.

Maar nu vorm je veel meer je eigen mening aan de hand van de informatie die je zelf zoekt, "*sendiri, mandiri*" (alleen en zelfstandig). In het echte leven zegt Elnar onder vrienden wel eens "dat weet ik niet" of "daar heb ik geen mening over". Maar wanneer ze *online* is wil ze niet "*primitif sekali*" (erg primitief) lijken. Op het internet wil Elnar overal iets van af lijken te weten en overal een mening over hebben. "*Di Internet, saya tidak mau sound like a fool*" (op het internet wil ik niet als een dwaas klinken), verklaart ze, maar een "*kelihatan intelektual*" (intellectuele uitstraling) hebben en "*pintar sekali*" (heel slim) lijken.

Het gaat echter niet alleen om uitstraling of vertoon, zoals reeds gezegd. Het kunnen omgaan met computers en het internet is een noodzakelijke *asset* voor iemand die van deze tijd wil zijn. Het is een toegevoegde waarde waarmee je je kansen op de arbeidsmarkt vergroot. Valery is de beste vriend van Stanly. Zij hebben met elkaar gemeen dat ze beiden een buitenlandse vader hebben: die van Valery is Russisch. Samen zijn ze vaak te vinden in het Q-Net. Valery is vergeleken met Stanly wat meer op de hoogte van de technische kant van het internet. Hij wil alle facetten van de computer leren kennen, zegt hij. Bij verschillende gratis providers zoals www.freeservers.com en www.unit.myfreeoffice.com heeft hij al webruimte geregistreerd. Hij heeft ook al een eigen website gemaakt op vale.4mg.com. Valery doet dit naar eigen zeggen om informatie over zichzelf te publiceren voor toekomstige werknemers. Hij wil zich presenteren via dit medium om zijn toekomstkansen te vergroten. Dit past in het '*selfmade*' beeld van de informatiemaatschappij: iedereen die met computers kan omgaan en een goed idee heeft kan miljonair worden. Dat is inderdaad precies wat Valery wil. "Ik ga een fortuin maken met computers en *e-commerce*" zegt hij met stelligheid. Momenteel werkt Valery voor Bali Camp, het technologiepark à la Silicon Valley.

Door deel te nemen aan het leven op internet draag je bij aan de ontwikkeling van het land. In de nieuwe visie op vooruitgang dient Indonesië zich te ontwikkelen tot een 'globale informatiemaatschappij'. Kennis en informatie zijn centrale begrippen in deze visie. Door je de beginselen van de informatiemaatschappij eigen te maken en erin te participeren, help je mee aan het groter worden van de poel aan *human resources* waar Indonesië zoveel behoefte aan heeft. De gebruikers van het internet vormen een groeiende groep *computerliterate*s die de burgers van de nieuwe informatiemaatschappij moeten worden. Zij dragen bij aan de verbetering van de infrastructurele voorzieningen op het gebied van communicatie en aan de belangrijke plaats van vrije informatie en kennis in het 'nieuwe Indonesië'.

Tevens zetten zij Indonesië voor de ogen van buitenlanders op de wereldkaart als een beschaafd en geloofwaardig land. Veel buitenlanders vragen aan Elnar hoe Indonesië is, of Indonesië niet heel veel sloppenwijken heeft. Ze voelt vaak dat er een beeld bestaat in het buitenland van Indonesië als een arm en achterlijk land. Elnar probeert dan uit te leggen "het is hier ook modern, wij hebben ook fabrieken, eigen vliegtuigen en internet".

Lidmaatschap van een *online* gemeenschap draagt bij aan de ontwikkeling van het medium internet zelf. Hoe meer mensen meedoen des de beter. Het vertrouwen in het medium internet dient groter te worden. In de eerste plaats zijn het natuurlijk de *e-commerce* en internetondernemers die deze gedachte stimuleren. In een promotiekrantje van de website www.natnit.net staat een afbeelding van een [browseradresbalk](#) met de uitnodigende woorden: **mari://bersama/kita.bangun/internet-indonesia** ("kom laten we samen het internet in Indonesië ontwikkelen"). Pak Budiono van Detik.com meent dat de vorming van *online* gemeenschappen een noodzakelijke voorwaarde is voor het succes van *e-commerce* ondernemingen. Pas wanneer mensen elkaar beginnen te vertrouwen en elkaar positieve verhalen gaan vertellen over de mogelijkheden van het net zal ook het vertrouwen in het

medium toenemen, zegt hij. Het internet moet eerst gesocialiseerd worden ("*harus disosialisasikan*") om succesvol te worden in Indonesië. Pas wanneer een grote groep mensen het internet gaat gebruiken en als noodzakelijk ervaart voor het dagelijkse bestaan, kan het medium aanslaan en daarmee het land omhoog trekken.

Ook onder de gebruikers leeft de wens om het medium vooruit te helpen. Op de website van KafeGaul.com vind je verschillende fora onder de naam *ceritakita* ('onze verhalen'). Onder de rubriek internet is een [prikbord](#) gewijd aan het testen van snelheden van internetverbindingen. Eén van de vaste 'bewoners' (*warga*) van het forum heeft een link geplaatst waar je kunt nagaan hoe snel de verbinding is bij je ISP. Veel reacties gaan over langzame verbindingen. Ene RM_Yoshi_SSH plaatst bijvoorbeeld de opmerking dat de kabelmodemverbindingen van Indosat zo langzaam zijn omdat ze gewoon via een 56k lijn verlopen... "Wanneer kunnen wij toch eens vooruit komen?" roept hij uit en plaatst een *smiley* met knipog vol zelfspot (*Kapan yah kita bisa maju?*).



Op de Dalnet mailinglist (milis@bawel.or.id) roept iemand met de naam "didith the NetSaint" op om over te stappen van Dalnet naar een andere IRC server. Die is veel sneller en uitgebreider, beweert deze didith in [deze mailing](#) die als *signature*²⁰ de spreuk heeft: "*Chatting is use full if you have a lot friend and experiance*". *Linux Is My Favorite OS*.

De populariteit van het besturingssysteem Linux onder veel Indonesische internetgebruikers is opvallend (zie bijvoorbeeld de sites www.indolinux.com en www.linux.or.id of mailinglists zoals kpli@jakarta.linux.or.id of linux-setup@linux.or.id). Er bestaan opvallende parallellen tussen de gedachte achter Linux, de beeldvorming rond het internet en de geest van de *reformasi*. Linux is een *open source* besturingssysteem gebaseerd op Unix (zoals Windows gebaseerd is op DOS) dat voornamelijk door een nogal los-vast groepje informatica experts in hun vrije tijd ontwikkeld wordt. Via het internet stellen zij het systeem gratis beschikbaar met zogenaamde open broncodes²¹. Dat wil zeggen dat je zelf veranderingen en verbeteringen kunt aanbrengen in programma's en het resultaat weer aan iedereen mag doorgeven. Het systeem wordt zo voortdurend verbeterd en *geupdate*. Iedereen kan eraan meedoen, nieuwe programma's schrijven, bestaande programma's modifieren en weer doorgeven op voorwaarde dat de broncodes voor iedereen beschikbaar blijven. De filosofie achter *open source* software past bij uitstek bij de 'oorspronkelijke' gedachte van het internet: een zelfstandig systeem, niet centraal geleid, door iedereen voor iedereen, niet opgezet vanuit winst oogmerk maar vanuit een 'hogere gedachte'. Die vrijheid en het rebelse *image* spreekt veel Indonesische internetgebruikers aan. Het starre monopolie van Microsoft Windows lijkt op de alleenheerschappij van de *Orde Baru*. Bill Gates is de Soeharto van de computerwereld en Linux is *reformasi*. Ontwikkelaars en gebruikers van Linux helpen niet alleen het systeem vooruit, zij treden tevens toe tot een wereldwijde gemeenschap van mensen die onafhankelijkheid nastreven van 'Micro\$oft' en de vrijheid om zelf te bepalen welke applicaties zij draaien en hoe die eruit zien.

Door lidmaatschap van een virtuele gemeenschap kan een individu zich op één hoogte

²⁰ 'Handtekening' onderaan een e-mail.

²¹ De meeste programma's voor Linux en andere op Unix gebaseerde *open source* besturingssystemen worden verspreid onder de zogeheten GNU GPL (*GNU is Not Unix General Public License*, zie [deze website](#)). Dit is een speciale vorm van copyright, waarbij de gebruiker de expliciete rechten krijgt om een programma te modifieren, te kopiëren en verder te verspreiden, alsmede de verplichting om deze rechten weer door te geven aan de volgende gebruiker (zie [dit voorbeeld](#)). Software onder de *GNU GPL* is gratis en voor iedereen toegankelijk, ook wanneer ze voor systemen onder Windows geschreven zijn, zie bijvoorbeeld www.sourceforge.net.

plaatsen met de gemeenschap van ontwikkelde wereldburgers. Elnar zegt hierover: "Het internet is een land waar mensen inwoner van kunnen worden" (*Internet ada suatu negara di mana orang bisa jadi warga negara*). Voor Elnar betekent het gebruik van het internet lid worden van een nieuwe wereldwijde gemeenschap (*jadi anggota*). De vergelijking die Elnar maakt van *online* gemeenschappen als een vorm van nationaliteit is treffend. Wat Benedict Anderson zegt over nationaliteit als een verbeeld gevoel van gemeenschappelijkheid tussen mensen die elkaar niet persoonlijk kennen en waarschijnlijk ook nooit zullen leren kennen, geldt ook voor de gemeenschappen op het internet. Het gaat er niet om of de 'bewoners' echt iedere dag met elkaar op dezelfde plaats zijn en dezelfde bezigheden en interesses hebben. Het gaat om een verbeeld gevoel van gemeenschappelijkheid met andere internetgebruikers, een gevoel dat gebaseerd is op de beleving van gelijktijdigheid, het delen van dezelfde ruimte, dezelfde omgangsvormen en een overeenkomstige visie op het medium als sleepwagen van vooruitgang.

Natuurlijk kun je de miljoenen gebruikers van het internet wereldwijd als geheel moeilijk één gemeenschap noemen. Ook in Indonesië is er al duidelijk sprake van nichevorming en diversificatie op het net. En voor sommige mensen is het internet niet veel meer dan een functioneel medium zonder al die 'verheven' ideologieën over gemeenschappen. Toch beleeft een aanzienlijk deel van de Indonesische internetgebruikers dit gevoel van gemeenschappelijkheid. Het erbij willen zijn, "to be part of history in the making" (Hidayat 1999: 357-359) is ook bij de ontwikkeling van het internet een belangrijke drijfveer.

Virtuele gemeenschappen fungeren als een overbrugging tussen de individualistische 'consumptieve' opvatting van moderniteit en het gemeenschappelijke 'informatie' denken over moderniteit. Informatietechnologie zoals computers en internet zijn zowel de consumptieartikelen die passen bij een moderne, prestigieuze *lifestyle* als ook de middelen die een rol spelen in het creëren en beleven van gemeenschappelijkheid. Zo draagt informatietechnologie bij aan het huidige project van vooruitgang waarin openheid, gerechtigheid, meedoen met de rest van de wereld, informatie en kennis centraal staan.

Tot nu toe heb ik het voornamelijk gehad over de open verbinding met de wereld die mogelijk is gemaakt door het internet en de connotatie van dit 'globale' medium met moderniteit. Dit is maar één kant van het verhaal. Hoewel het 'globale' en het 'kosmopolitische' veel aantrekkingskracht uitoefent op moderne Indonesiërs, bestaat er duidelijk ook waardering voor 'eigenheid' en 'authenticiteit'. Eerder heb ik gesteld dat het verenigen van deze beide richtingen een van de grootste dilemma's (of uitdagingen) van moderne Indonesiërs is. In het laatste hoofdstuk zal ik bekijken welke plaats ideeën over eigenheid en lokaliteit innemen in het begrip moderniteit. Vervolgens zal ik laten zien hoe het internet tot iets 'eigens' gemaakt wordt.

Hoofdstuk 5

Moderniteit, eigenheid en het internet

In het eerste hoofdstuk heb ik de volgende onderzoeksvraag geformuleerd: welke rol speelt het internet in het denken over vooruitgang en moderniteit in het Indonesië van na de *reformasi*? Belangrijke andere vragen die zijn gesteld luiden: in hoeverre is het internet in Indonesië een 'globaal' of 'westers' fenomeen en in hoeverre is het 'typisch Indonesisch'? Op welke manier wordt informatietechnologie in Indonesië 'geconsumeerd' als massaproduct en op welke manieren wordt het tot 'iets eigens' gemaakt? Hoe belangrijk vinden mensen lokaliteit en eigenheid in hun ideeën over- en hun uitingen van moderniteit? Hoe worden begrippen als informatiemaatschappij, globalisering en moderniteit geproduceerd en geconstrueerd als betekenisgevers?

In de daarop volgende hoofdstukken zijn het begrip moderniteit, de geschiedenis van het internet en de vorming van *online* gemeenschappen aan bod gekomen. In het tweede hoofdstuk heb ik laten zien hoe er een verschuiving plaatsvindt in het denken over moderniteit van individualistische consumptie naar een 'technologische' invulling met een meer gemeenschappelijke basis. Het derde hoofdstuk vertelde hoe het internet in Indonesië aanvankelijk geassocieerd werd met de geest van de *reformasi* en later de belofte ging vertegenwoordigen van economische voorspoed en algemene ontwikkeling. Het vierde hoofdstuk ging over de rol die 'virtuele gemeenschappen' spelen in het denken over vooruitgang en moderniteit.

In dit laatste hoofdstuk zal ik de draden van het betoog bij elkaar brengen. Tot nu toe ging het betoog vooral over het universele karakter van het internet en de rol die dit beeld speelt in het denken over moderniteit. In dit hoofdstuk zal ik stellen dat moderniteit niet los te zien is van thema's als eigenheid, lokaliteit en traditie. In dit laatste hoofdstuk zal de wijze waarop Indonesiërs deze thema's verwerken in hun moderniteitsbegrip aan bod komen. Deze scriptie gaat in hoofdzaak over de seculiere en gematigde visie op moderniteit. Indonesië is een divers land en niet iedereen denkt op dezelfde manier over vooruitgang. Daarom zal ik ook kort aandacht besteden aan andere ideeën over moderniteit. Vervolgens zal ik de vraag beantwoorden waarom juist het internet zo'n grote rol speelt in de hedendaagse opvattingen over moderniteit. Tot slot zal ik beknopt ingaan op twee thema's uit de debatten rond de 'globale informatiemaatschappij'. Eén thema is het ontstaan van nieuwe maatschappelijke scheidslijnen doordat groepen zich clusteren en afzonderen in eigen niches op het internet. Een ander punt is de 'digitale kloof' die volgens velen dreigt te ontstaan wanneer een deel van de maatschappij in een deel van de wereld steeds meer gaat draaien op moderne informatietechnologie terwijl het andere deel van de bevolking geen toegang heeft tot deze middelen.

moderniteit...

Wat zijn de beweegredenen en motivaties van Indonesiërs wanneer zij zich *en masse* in de wereld van het internet storten? Wat trekt hen zo aan in zaken als consumptie, *lifestyle*, vrije tijd, *bergaul* en levensgenieten? Onder de *Orde Baru* is consumptie verheven tot het boegbeeld van vooruitgang. Lizzy van Leeuwen beschrijft in "Airconditioned Lifestyles" (1997) hoe een groep van 'nieuwe rijken' heeft kunnen profiteren van Soeharto's bewind. De nieuwe rijken hebben een cultuur van openlijk consumeren die het onderscheid benadrukt tussen wij en zij, schoon en vuil, modern en achterlijk, binnen en buiten. Als je kunt consumeren dan ben je geslaagd.

In "Dromenjagers in Bandung" (2000) beschrijft Yatun Sastramidjaja deze verschijnselen onder jongeren als tekenen van een prestigieuze levensstijl (*gaya hidup gengsi*). Deze levensstijl is voor hen een manier om zich te verzetten tegen de verstikkende voorschriften van het *Orde Baru* systeem. *Gengsi* (prestige) is het kernwoord van een nieuw kader dat jongeren onderling creëren om zich te onttrekken aan de starre heersende orde. Deels is deze *lifestyle* gebaseerd op de voorschriften van het bestaande systeem, deels ook op een eigen bewerking van 'globale' populaire cultuurinvloeden. Consumptie is *empowerment* van hen die 'vervreemd' zijn van de productieprocessen zelf. Als je niets kunt en niets mag, is consumptie de enige manier om je in de wereld te kunnen uiten. De *gengsi* die hoort bij overdadige consumptie is niet alleen een vorm van uiterlijk vertoon, het is ook een middel dat van pas kan komen. Persoonlijke prestige trekt anderen aan. Het bezitten van uitgebreide netwerken is een noodzaak in een samenleving waarin je niets puur en alleen op verdienste voor elkaar krijgt.

De begrippen moderniteit (*modernitas*), ontwikkeling (*perkembangan, pembangunan*) en vooruitgang (*kemajuan*) zijn drijvende krachten op alle niveaus van de Indonesische samenleving. Het komt terug in de politiek, het culturele debat, de economie en in het denken en handelen van individuen. Uit het verhaal van Lizzy van Leeuwen blijkt dat de opvattingen over moderniteit onder de groep van *orang kaya baru* ('nieuwe rijken') gevangen zit in behoudzucht en herhaling. Deze groep heeft onder de *Orde Baru* een plaats op de eerste rij bemachtigd en klemt zich hier met beide handen aan vast. Hun ideaal van moderniteit is in feite bereikt, al kan het natuurlijk altijd *nóg* meer, *nóg* mooier, *nóg* groter... Zij hebben de dynamiek van het streven naar welvaart als het ware gevangen in een *freeze frame*.

Maar het denken over vooruitgang en feitelijke stilstand gaan niet samen. Het onderzoek van Yatun vindt plaats in de nadagen van de Nieuwe Orde. De door haar geportretteerde *lifestyle* van toekomstloos hedonisme onder jongeren legt de contradictie bloot van een gemeenschappelijk ontwikkelingsideaal dat onder een star, corrupt en onvrij systeem slechts voor een select groepje individuen bereikbaar is. De nadruk in haar betoog ligt op de manier waarop individuen hun persoonlijke prestige proberen te vermeerderen, niet op de gedeelde voorstellingen van Indonesiërs over de wijze waarop de toekomst gestalte moet krijgen. Zoals ze zelf aangeeft in haar eerste hoofdstuk, de jongeren lijken zich op dat moment te hebben afgewend van toekomstidealen. Het moderniteitsbegrip is in een crisis geraakt, beland in een "*cul-de-sac*".

De *reformasi* betekent een omslag. In het politieke systeem, maar ook in het denken over moderniteit. Na de *reformasi* geven mensen voorzichtig een nieuwe invulling aan de begrippen vooruitgang en ontwikkeling. We hebben gezien dat deze nieuwe invulling bestaat uit toekomstidealen als: de transformatie naar een informatiemaatschappij, het vergroten van de *human resources* van het land, waardering voor kennis en verdienste in plaats van connectie en prestige, en de wens om op één hoogte komen met de rest van de wereld.

...en eigenheid

De wijze waarop mensen moderniteit definiëren en van betekenis voorzien is een afspiegeling van de dromen die zij hebben over de toekomst. Dit betekent niet dat moderniteit een radicale breuk is met het verleden, een schip op roekeloze pionierstocht naar maagdelijk nieuw land. Het hedendaagse moderniteitsbegrip is juist stevig verankerd in het verleden. Tot nu toe heb ik de meeste aandacht besteed aan het toekomstgerichte en universele karakter van het begrip moderniteit. De huidige opvattingen over moderniteit gaan evenwel hand in hand met een herwaardering van 'innerlijkheden' zoals traditie, culturele eigenheid, lokaliteit, religie, normen en waarden.

Het beste uit het verleden moet worden gekoesterd, bewaard en vereerd als de essentie van de eigen kracht. Door middel van de cultivering van culturele eigenheid kunnen landen zich op de globale markt profileren ten opzichte van elkaar. Cultuur is een *comparative advantage*, een economische *asset* op de wereldmarkt. Het zijn dergelijke overwegingen die bijvoorbeeld leiden tot de restauratie van het oude stadscentrum (*kota*) van Jakarta. Maar cultuur is natuurlijk meer dan alleen een rationele economische overweging.

De beleving van culturele eigenheid speelt een grote rol in het dagelijkse leven. Misschien juist nog wel het meest voor hen die behoren tot de groep van moderne Indonesiërs. Eerder noemde ik het verenigen van globale invloeden en eigenheid een van de grootste dilemma's voor moderne Indonesiërs. Voor mensen die écht van deze tijd zijn bestaan er geen problemen, alleen uitdagingen. De mate van succes waarmee je deze beide schijnbaar tegenstrijdige polen met elkaar kunt verbinden en laten samensmelten in jouw eigen unieke *lifestyle* is een graadmeter voor moderniteit. In het tweede hoofdstuk hebben we gezien dat zij die er een moderne *lifestyle* op na houden gezien willen worden als onafhankelijke individuen. Ze willen speciaal zijn, zich onderscheiden van de massa. Moderniteit is individualiteit, originaliteit, lef en progressiviteit. Tegelijkertijd moet moderniteit gegrond zijn in een bepaalde vorm van oprechtheid en authenticiteit. Aldus eet de moderne Indonesiër *nasi* met sambal, is dol op Indonesische soaps en artiesten, speelt met de Indonesische taal, trouwt het liefst op traditionele manier, verwerkt *batik* en *songket* in kleding en interieur¹. Moderniteit beweegt zich binnen de kaders van eigenheid.

Een mooi voorbeeld is de televisiecommercial van het Indonesische kruidnagelsigarettenmerk *Dji Sam Soe*. Een goed uitziende jongeman van een jaar of 30, gekleed in overhemd, nette broek en schoenen, komt met zijn gloednieuwe auto in de stromende regen vast te staan op een afgelegen modderweg die versperd wordt door een kudde koeien. Hij stapt enigszins geïrriteerd uit en probeert tevergeefs de beesten naar de kant van de weg te duwen. Met een gebaar van wanhoop gooit hij zijn armen in de lucht. Je ziet hem denken: dit is Indonesië... In het volgende shot blijkt hij toch een sympathieke kerel wanneer hij met natte haren en doorweekt overhemd drinkt van een dampende mok tussen een arm bejaard boerenechtpaar. Met de oudjes aan zijn lippen voert hij glimlachend een levendige conversatie. Reclamemuziek overstemd hun gespreksonderwerp. Dat geeft ook niet. De *point* is duidelijk. Er is communicatie tussen de rijke stadsjongen die het helemaal gemaakt heeft en het arme echtpaar van het platteland. Deze moderne zakenman is niet

¹ Sommige auteurs hebben gewezen op het verschijnsel *invention of tradition*. Mensen scheppen een eigen ideaalbeeld van hoe hun traditie eruit gezien moet hebben vanuit bepaalde (politieke) motieven en propageren dit als eeuwenoude eigenheid. Hoe het ook zij, dat de zoektocht naar authenticiteit niet altijd berust op gedegen historisch besef bewijst de trend om namen te spellen zoals dat vóór de spellingsmodernisering uit de jaren zestig gebeurde. Een *u* wordt *zo* weer een *oe*, de *y* een *j* en de *c* een *tj*. Suharto wordt Soeharto, Wijaya wordt Widjaja. Deze spelling klinkt wel lekker oud en gedistingeerd, maar is natuurlijk door de Hollanders geïntroduceerd.

wezenlijk anders dan het traditionele echtpaar. Hij weet waar hij vandaan komt. Dit zijn z'n wortels. De werkelijk moderne mens heeft respect voor zijn traditie. En toevallig is dat precies de boodschap die dit (tamelijk dure) kruidnagelsigarettenmerk wil uitdragen: de typisch Indonesische *kreteks* passen prima bij de moderne Indonesiër die niet klakkeloos westerse *rokok putih* (gewone sigaretten) wenst te roken.

Moderniteit heeft niet traditionaliteit als antithese. Moderniteit en traditie kunnen juist prima samengaan. Traditie is een deel van jezelf. Het heeft jou mede gemaakt tot het unieke individu dat je bent en het zou van weinig bewustzijn, respect en integriteit getuigen indien je dit verloochent. Het gemis aan beschaving en cultuur, een niet-bewuste levenshouding, het berusten in een uitzichtloze situatie waarin zovele anderen je al voorgegaan zijn en angst voor het nieuwe, dát is waar de moderne Indonesiër zich tegen afzet. Dat is geen traditie maar *kampungan*.

rationaliteit...

Het begrip moderniteit wordt vaak gekoppeld aan rationaliteit. Rationaliteit is voor een deel een mentale instelling. De rationele levenshouding uit zich in een hoge mate van zelfbewustzijn, de wens om een bestaande situatie te verbeteren en een zorgvuldige toekomstgerichte planning hoe dit het beste kan gebeuren. Rationaliteit is ook een proces. Het is een efficiënte manier van denken en handelen. Niet bureaucratisch en omzichtig maar pragmatisch en *to the point*. Rationaliteit is een voorwaarde voor verlichting en beschaving. Rationele idealen als vrijheid, gelijkheid en verdraagzaamheid zijn de ontsnappingswegen uit de primitieve, irrationele emoties en angsten en de onwetendheid die het land zo achterlijk houden en leiden tot alle problemen op grond van SARA (*suku, agama, ras, antargolongan* = etniciteit, religie, ras en politieke groepjesvorming).

Met Nixon ben ik op bezoek bij een vriend van hem die in dezelfde wijk woont, genaamd Roy. We zijn wat aan het babbelen. Nixon en Roy, alletwee oorspronkelijk uit Medan afkomstige Bataks, zijn net in een eensgezinde discussie verwickeld over de Chinezen in Jakarta die zich toch maar keurig hebben aangepast in vergelijking tot de Chinezen in Medan. "Daar hoor je alleen maar van *cing, cong, wang, li*, terwijl ze hier zelfs boos worden als iemand hen in het Chinees aanspreekt!" Opeens komt de oudere broer van Roy binnenvallen. Hij is een stevige kerel van een jaar of 35 met een mooie baan bij een assurantiëkantoor. Hij ploft neer in de luie stoel, legt zijn gloednieuwe minuscule Ericsson T.28 op tafel, trekt de Ray Ban zonnebril van zijn neus, legt hem zorgvuldig naast de telefoon en begint zijn betoog. De onderontwikkeling van Indonesië is voor een groot deel te wijten aan de sterke rol van traditie, vindt hij. Neem nou een beetje traditionele bruiloft: je bent zó 25 miljoen rupiah (ongeveer fl. 8.000,-) kwijt aan het feest, het eten, onderdak voor familie en vrienden die van ver komen, 'zakgeld' voor de gasten, enzovoort. Al dat geld wordt over de balk gesmeten in plaats van geïnvesteerd in nuttige en winstgevende zaken. Dat is in het westen wel anders, weet hij. Een staande receptie van twee uur na afloop van de bruiloft en hup, klaar is kees. De hang naar traditie is de schuld van alle achterstand. Op school bijvoorbeeld krijg je verplicht vanaf het allerlaagste niveau tot aan het allerhoogste niveau een paar uur per week les in de staatsfilosofie en in je eigen religie². Als je nou nog eens iets nieuws zou leren over een andere religie, OK. Maar jaar in jaar uit krijg je hetzelfde te horen. Onzin! Waarom kunnen al die verspilde uren op school niet besteed worden aan zinnige vakken zoals Engels?

² Iedere Indonesiër heeft op zijn *KTP* (persoonsbewijs) verplicht een door de staat goedgekeurde godsdienst vermeld (Moslim, Christen, Katholiek, Boeddhist, Hindoeïst).

...en emotie

Traditie is verkwistend. Daarom is het irrationeel. Toch is het juist die irrationele, emotionele kant van traditie die als waardevol wordt gezien. Een traditionele bruiloft is voor Indonesiërs veel mooier en prestigieuzer dan een westerse bruiloft. Omdat er veel geld doorheen gejaagd wordt, natuurlijk. Maar ook omdat er een bepaald respect en trots voor culturele eigenheid uit spreekt en de bereidheid om hiervoor op 'irrationele wijze' geld te verspillen. Dit is een belangrijk punt bij de verbintenis tussen traditie en moderniteit: het is een rationeel en bewust genomen besluit om bepaalde traditionele culturele elementen, al gelden deze misschien als irrationeel, te incorporeren in een moderne levenswijze. De waardering voor traditie is een bewuste keuze. Je neemt zelf de vrijheid om te zeggen: dan doe ik maar lekker irrationeel maar het is tenminste iets van mijzelf. Het is een vorm van 'rebelse' originaliteit om je niet alleen door universele criteria van rationaliteit te laten leiden, maar ook door eigen emotionele waarden van traditie.

Het kiezen voor de 'irrationele' eigenheid van traditie is ook een manier om je af te zetten tegen de dominantie van het westen, en dan met name Amerika. In alles loopt Amerika voorop: technologie, economie, onderwijs, infrastructuur, democratische politiek. Maar één ding hebben ze niet en dat is een oude beschaving en traditie. Amerika mag dan wel een economische reus zijn met een enorme militaire macht die de wereld de meest hoogwaardige technologie te bieden heeft, maar wat leveren ze op cultureel vlak? Hamburgers, cola en Hollywood. Dit is kunstmatig vermaak, geen echte cultuur. Amerika heeft geen verfijning en geen inherente beschaving, is de gedachte. "Komen ze ons een beetje vertellen hoe wij onze binnenlandse kwesties aan moeten pakken terwijl daar de kinderen elkaar overhoop schieten met pistolen... *gila!* ('geschift')", zegt Stanly minachtend om aan te geven dat de ware barbarij niet hier maar dáár plaatsvindt³. Veel Indonesiërs ergeren zich aan de houding van Amerika. "Amerika moet eens ophouden met politieagentje van de wereld te spelen" merkt huisgenoot Iwan op tijdens een discussie. De gedachte is: waar haalt Amerika het morele recht vandaan om andere landen, met veel oudere beschavingen en culturen, te vertellen wat ze moeten doen? Het benadrukken van de 'irrationele' eigenheid en traditie is zo ook een vorm van rebellie tegen de meester.

Het kiezen voor traditie en eigenheid is gebonden aan een bepaalde context. Moderne, modieuze vrouwen die nog niet dood zouden willen worden aangetroffen in een traditionele *kain* en *kebaya* wanneer ze in het winkelcentrum zijn, dragen dit weer wel met trots op een bruiloft van familie of vrienden. Vooral speciale gebeurtenissen zoals het huwelijk en begrafenissen worden vaak op traditionele wijze omlijst, terwijl het gewone dagelijkse leven 'modern' is. Sommigen zien dit als een teken dat cultuur steeds meer een 'waar' wordt dat mensen naar believen consumeren ("*commodification of culture*"). Cultuur is in moderne samenlevingen een product dat aan- en uitgetrokken kan worden als een jasje wanneer dit zin en betekenis geeft aan een speciale gebeurtenis.

Een van de belangrijkste criteria voor de keuze lijkt te zijn hoe belangrijk die gebeurtenis of situatie is voor de positionering van het individu ten opzichte van een bepaalde groep⁴. Huisgenoot Iwan spreekt onder vrienden natuurlijk *bahasa gaul*. "Anders wordt je

³ In deze periode staat in de kranten het verhaal van een 5-jarige Amerikaanse kleuter die zijn zusje doodschoot met het pistool van zijn ouders.

⁴ De beleving van identiteit is buitengewoon complex en veelzijdig in Indonesië. Het heeft de gelaagdheid van een ui: familie, vriendenkring, etnische groep, soort en niveau van educatie, stand en klasse, politieke overtuiging, geboortestreek, raciale kenmerken en huidskleur, religie, nationaliteit, regio. Ongetwijfeld heeft de beleving van gevoelens van eigenheid ook te maken met het sterke wantrouwen dat heerst ten opzichte van andere groepen.

uitgemaakt voor *kampungan* of *kuber* (*kurang bergaul* = onvoldoende hip)". Maar wanneer hij bij zijn familie is in oost-Java schakelt hij over op het beleefdere standaard-Indonesisch, of wanneer hij weet dat de ander ook Javaan is onmiddellijk in het Javaans. Hij zegt "*lebih bangga*" (trotser) te zijn op zijn eigen streektaal. Iwan wil ook niet per sé in Jakarta blijven wonen de rest van zijn leven. In ieder geval heeft hij een hekel aan Javanen die eenmaal in Jakarta aangekomen alleen nog maar *bahasa Betawi* willen praten, ook wanneer ze weer onder de Javanen zijn.

Maar traditie is niet altijd een rationele en contextgebonden keuze. Een essentieel kenmerk van traditie is juist dat mensen het zien als vast en inherent, permanent en tijdloos. Traditie bestaat als het ware buiten de mens om, bijvoorbeeld als de 'geest' van een volk. Juist in de 'emotionele' beleving van *agama* (religie) en *suku* (ethniciteit) onderscheidt de moderne Indonesiër zich van de westerling. Moderniteit is niet alleen maar kil economisch rationalisme maar ook de emotionele en esthetische beleving van het verleden. In het begrip moderniteit zit naast een veelal expliciet geformuleerde rationele denkkant ook een irrationele belevingskant of gevoelskant. Die is niet zo goed in woorden te vangen. Het is een gevoel en een inherent weten (*maklum*) in plaats van een beredeneren.

Een van de terreinen waar dit het duidelijkst naar voren komt, is dat van de *pedukunan* ('bovennatuurlijke zaken') en de *mistik* (mystiek). In het begin van mijn verblijf in Jakarta werd mijn laptop gestolen (een eenvoudig ding gelukkig ;-)). We hadden wel een vermoeden wie dat gedaan kon hebben maar wisten het niet zeker. Enkele huisgenoten stelden op een gegeven moment voor om een *orang pintar* ('wijze man') te raadplegen. Die zou vast en zeker meer kunnen vertellen. Volgens mijn huisgenoten kan een goede *orang pintar* de dader zelfs op afstand doden. Mijn huisgenoten, waaronder studenten aan de economische hogeschool, een bankemployee, een gediplomeerd computertechnicus, waren volstrekt serieus hierin. Hun stemmen zakten in volume, ze keken ietwat schichtig om zich heen alsof er een boze *dukun* ('tovenaar') achter hen stond en ze begonnen te vertellen over voorvallen die ze zelf hadden meegemaakt. Geen van allen konden ze uitleggen hoe het werkt. "Vreemd hè? Tsja, en toch bestaat het echt, Mike!" verklaarden ze en daarmee was de discussie afgesloten. Beide werelden kunnen naast elkaar bestaan zonder in conflict te komen.

In dagblad Kompas staat een [advertentie](#) voor het vrouwen tijdschrift Swara Kartini met een speciale editie over *Mistik & Pedukunan* ('magie'). "Geloof niet dat het moderne leven is ontsnapt aan mystiek en magie. Er zijn hooggeplaatsten die de hulp inroepen van een *dukun* opdat ze niet van hun plek vallen. Veel bedrijven nemen mystieke elementen mee wanneer ze een belangrijke beslissing moeten nemen, het kantoor moeten herordenen, als ze een bedrijfsstrategie zoeken, enzovoorts. ... Waarom blijven mystieke elementen toenemen onder de moderne bevolking, in het bijzonder in de stedelijke gebieden?".

In het wekelijkse actualiteitenblad Tempo van 6-12 maart 2000 (p.87) verschijnt onder de vaste rubriek *agama* (religie) een artikel over gebruiken zoals *santet* ('zwarte magie') die *nonrasional* zijn, maar al zo oud als de tijd zelf (*sepanjang zaman*). Hoe gaan de godsdiensten om met deze gebruiken? Er bestaan inderdaad kwade krachten, zeggen de geestelijken die aan het woord komen. Een effectief afweermiddel tegen deze duivelse krachten is religieuze discipline, zoals vijf keer per dag bidden. Een middel dat volgens Tempo 'meer hout snijdt' (*lebih masuk akal*) is de *Frekuensi Generator Energi Prima*. Dit is 's werelds eerste anti-zwarte magie machine (*mesin antisantet*). *Santet* is niets anders dan negatieve energie en deze machine onderschept die golven. Hij is ontwikkeld door een aan de ITB afgestudeerde werktuigbouwkundige. Hij kost 20 miljoen *rupiah* (ongeveer fl. 7000,-) en er worden er zo'n zes per jaar van verkocht.

opposities

Het denken over het verschijnsel globalisering verloopt vaak via een nogal zwart-wit patroon. Globalisering staat daarin lijnrecht tegenover lokaliteit, universaliteit tegenover eigenheid, eenheid tegenover diversiteit, kunstmatigheid tegenover authenticiteit. Tegenstanders van globalisering gebruiken deze dichotomieën voor hun stelling dat globalisering het einde zal betekenen van authentieke lokale traditie en eigenheid. Daarvoor in de plaats dreigt volgens hen een universele eenheidsworst te komen, een verwerpelijke Amerikaanse brei van *low culture* en artificieel massavermaak. Voorstanders van globalisering gebruiken deze tegenstellingen voor hun punt dat de vorming van wereldwijde verbanden het einde zal betekenen van de schaarste, de lage productiviteit van lokale markten, de inefficiënte arbeidsmentaliteit, de corruptie, het wanbestuur, de schending van universele rechten van de mens en de onwetendheid en achterlijkheid. Niet de cultuur maar alleen de mentaliteit (*polo berpikir*) zal veranderen.

In deze verhitte discussies staat het cultuurbegrip centraal. De vraag is niet óf er iets verandert. Daar is iedereen het wel over eens. De vraag is: wát verandert er. Is de 'kern' van cultuur onherstelbaar aan het afbrokkelen onder de moker van de Amerikaanse massacultuur of verandert slechts de 'schil' van de tijdgebonden mentaliteit? Wat is de essentie van de eigen cultuur en moet behouden blijven? Wat zijn slechts hinderlijke remmen op de vooruitgang van het land en mag 'gestroomlijnd' worden? In het volgende gedeelte zal ik bekijken hoe mensen in het hedendaagse Indonesië met deze tegenstellingen omgaan.

Het idee van 'globalisering' wordt gebracht als de beste (en enige) manier voor nationale staten, bedrijven, organisaties en ambitieuze individuen om in de toekomst iets te kunnen bereiken. De Indonesia Expo 2000 is volgens deze [advertentie](#) de "grootste en meest prestigieuze internationale tentoonstelling aan het begin van de 21-ste eeuw". Deze tentoonstelling, waar allerlei bedrijven komen uit verschillende landen om kennis uit te wisselen en contacten te maken, is "de brug naar superioriteit van de nationale handel op de globale markt".

Ook regionaliteit is belangrijk in de 'globale economie'. Deze eeuw moet nu eindelijk maar eens écht de eeuw van Azië worden. Steeds meer organisaties benadrukken de potentie van Azië als economisch superblok naast Amerika en Europa. Indonesië is lid van de ASEAN (economische associatie van Aziatische landen) en de APEC (*Asian-Pacific Economic Community*). Er is gesproken over de vorming van een AMF als Aziatische tegenhanger van het IMF. Binnenkort zal Indonesië toetreden tot de AFTA (*Asian Free Trade Association*). Op technologisch gebied hoopt Indonesië als een van de grootste landen van Azië te gaan behoren tot de belangrijke spelers op de wereldmarkt. Veel van de *hightech* producten in de winkels zijn afkomstig uit Azië: het Koreaanse LG Electronics is groot in monitoren, Acer verkoopt de meeste computers, etc. In dit [artikel](#) op de website van InfoKomputer meent een Australische professor dat de regio Azië binnen vier jaar de plaats van Amerika en Europa zal overnemen op het gebied van *e-commerce*. Australië, Nieuw-Zeeland, Singapore en Korea zijn al zeer productief op de markt van de TI (*Teknologi Informasi*). Landen als India en China hebben grote potentie. Ook op het gebied van de (beeld)cultuur richt Indonesië zich op andere Aziatische landen. Manga-achtige stripjes naar Japans voorbeeld zijn erg populair. In dit soort strips en tekenfilms spelen sprookjesachtige figuren tegen de achtergrond van een futuristische samenleving (zie bijvoorbeeld deze [winamp skins](#) die op een CD-Rom met MP3 muziek staan).

Niet alleen universaliteit en regionaliteit hebben een plaats in het globale

ontwikkelingsdiscours maar ook lokaliteit. De Indonesische nationale overheid voert sinds de *reformasi* een expliciete politiek om de voorheen sterk gecentraliseerde bestuurlijke macht over te dragen aan de regio's en provinciën. Niet alleen scheelt het veel geld, het is beter voor de ontwikkeling van het gebied. Een belangrijk onderdeel van het discours is het recht op zelfbeschikking en behoud van culturele eigenheid van iedere bevolkingsgroep. De wereld bestaat uit culturele *units*, een mozaïek van verschillende geuren, kleuren en smaken die met z'n allen het wonderschone gevarieerde buffet van planeet aarde vormen. Naar aanleiding van Olympische Spelen 2000 in Australië besteden Indonesische media aandacht aan de ondergeschikte positie van de Aboriginals in de Australische maatschappij en hun strijd voor zelfbeschikking en meer rechten (Tempo 1-7 mei 2000 p. 48-57). De ironie is dat lokale groepen, zoals de afscheidingsbeweging in Aceh, zich zeer bewust zijn van de macht van het globale en hier ook ongegeneerd gebruik van maken. In hun gevecht voor lokale belangen en eigenheid weten zij de aandacht van de internationale media op zich gericht en houden spandoeken met Engelse teksten omhoog (zie deze [foto](#) in Tempo magazine).

De versmelting van globaliteit en lokaliteit is te zien in de winkelcentra. De meeste *malls* proberen ondanks het universele concept iets Indonesisch te verbeelden. Vaak zijn in de prestigieuzere malls palmen en andere tropische planten in grote bloembakken geplaatst, fonteinen en watervalletjes klateren langs rotspartijen. Deze attributen creëren een tropische idylle waarbij de natuurlijke woestheid gecultiveerd is. Negatieve zaken als hitte en klamheid, lawaai en stank, chaos en gevaar zijn buiten gehouden. Het is een contextgebonden verwijzing naar de plaats waar de *mall* staat: in het tropische Indonesië. Dit is een moderne plek waar die natuur binnengehaald is, getemd en veilig.

Namen van *malls* en kantoorgebouwen zijn gekozen om het eigen Indonesische karakter van de plaats te benadrukken. Een *mall* als Taman Anggrek ('orchideeëntuin') moet visioenen oproepen van een tropische orchideeënpracht. De naam van de *mall* Plaza Gadjah Mada verwijst naar een Hindoeïstische godheid. Kantoorgebouwen in Jakarta hebben vaak namen die beginnen met het Sanskrietische *Wisma* ('gebouw').

In veel malls vind je een *foodcourt*. Dit zijn gelegenheden met allerlei verschillende restaurantjes eromheen waar je eten kunt halen. Je hebt hier de Amerikaanse MacDonalds, Wendy's en Kentucky Fried Chicken en het Japanse Hoka Hoka Bento, maar vaak zijn er ook Indonesische restaurantjes volgens *fastfood* concept. Midden in Plaza Senayan, één van de meest prestigieuze malls van de stad met internationale designwinkels, is een restaurant waar je traditioneel Indonesisch kunt eten, gepresenteerd in *tempo doeloe* stijl. Zoals je van een moderne eetgelegenheid mag verwachten wordt het eten netjes en verzorgd opgediend, in tegenstelling tot het eten buiten op straat in een *warung*. Er hangen foto's van koloniale tafereeltjes, er zijn palmbomen geplaatst. Zelfs de MacDonalds en andere fastfoodketens, voor velen het symbool van universele massacultuur, proberen op een bepaalde manier iets Indonesisch te brengen. Naast de bekende Big Macs kun je er ook rijst met kip krijgen en kleine scheurzakjes met sambalsaus.

Beelden uit bekende Hollywood-films worden gebruikt voor Indonesische reclamespotjes. Een shampoomerk gebruikt voor zijn televisiereclame een scène uit *The Matrix* waarbij een paar duistere figuren de held belagen op het dak van een gebouw. "Ben je klaar (*kamu siap?*)", vraagt een van de boeven. De held antwoordt: "wie is er bang? (*siapa takut?*)". Net als in de film ontwijkt hij vervolgens de afgeschoten kogels door zich bliksemsnel achterover te laten vallen. De kogels scheren in *slow motion* langs hem heen. Eén kogel maakt zelfs een keurige scheiding in zijn prachtig glanzende halflange haar! Een autoverzekeringsbedrijf

gebruikt voor zijn [krantenadvertentie](#) een beeld uit de Disney film *The Lion King*. Een nieuwe glimmende auto torent bovenop een rots in de Afrikaanse savanne uit boven allemaal ongelukkig kijkende barrels die blijkbaar niet verzekerd zijn bij dit bedrijf.

De strikte scheidslijnen tussen universaliteit en eigenheid, eenheid en diversiteit, globaliteit en lokaliteit lijken in veel van deze gevallen niet te passen. Net als moderniteit en traditie, of rationaliteit en mystiek, kunnen globale invloeden en lokale eigenheid vaak prima naast elkaar bestaan. In dagblad Kompas staat een [advertentie](#) voor een reeks uitgaven van de grote boekhandel Gramedia op het gebied van *Spiritualitas*. In de reeks vind je titels over onder andere I Ching, Al Qur'an, Zen, de bergrede van Jezus, Tao, Bhagavad Gita en Falun Gong. Vrijwel al deze uitgaven hebben in de titel "... *bagi orang modern*" (voor de moderne mens). Zelfontwikkeling en spiritualiteit horen bij de moderne mens. Enerzijds is dit een universeel verschijnsel, een uiting van een 'globale cultuur'. Overal ter wereld immers gaan dit soort spirituele boeken als koek over de toonbank. Tegelijkertijd kun je dit zien als een lokaal verschijnsel. Religie speelt in de levens van veel Indonesiërs een grote rol. Religiositeit is een verplicht onderdeel van de *pancasila*, de staatsfilosofie van Indonesië waar iedereen zich aan hoort te houden. Bovendien is het 'eigen' aan de Aзияat om zich met spirituele dingen bezig te houden. Deze boeken komen tegemoet aan die 'typisch Indonesische behoefte'. Je kunt dit verschijnsel op beide manieren proberen uit te leggen. Geen van beide snijden hout alleen op zichzelf staand. Pas wanneer je beide kanten van de analyse bij elkaar voegt kan de volle betekenis duidelijk worden. Juist de synthese tussen universele moderniteit en eigenheid is kenmerkend voor de moderne Indonesiër.

Het denken over moderniteit kenmerkt zich naast een rationele en verlichte blik op de toekomst eveneens door een 'romantische' kijk op het verleden. In hoofdstuk 1 zagen we dat er in de wetenschap is afgerekend met de zogeheten 'modernistische' visie op vooruitgang als een rechtlijnig proces dat via een universeel stappenplan verloopt. In plaats daarvan is de nadruk komen te liggen op eigen vormen van ontwikkeling. In dit eerste hoofdstuk heb ik ook gewezen op het verschijnsel dat wetenschappelijke kennis op bepaalde manieren doorsijpelt in de visies en belevingen van 'leken'. Zo maakt het hedendaagse concept van ontwikkeling een cirkelbeweging tussen enerzijds de rationalistische vooruitgangsgedachte en anderzijds de romantische zoektocht naar eigenheid en natuurlijkheid⁵.

Pak Heru, dezelfde man van de wijsheid "*ayam goreng* wordt voor de urbane migrant *fried chicken*", drukt het opnieuw treffend uit: "primitieven willen modern worden en kleren gaan dragen. Moderne mensen willen juist primitief worden en gaan naakt lopen". Dorpelingen fantaseren over de stad als een plek waar een uitdagend en beter leven wacht. Stedelingen fantaseren over het platteland als een plek waar nog een onbedorven en puur leven bestaat. Een voorbeeld. Het commerciële televisiestation RCTV zendt af en toe tussen de programma's door *leaders of bumpers* uit, een soort van reclames voor het station zelf in de trant van 'het KRO-gevoel' of 'TROS: de grootste familie van Nederland'. De camera maakt een langgerekte duikvlucht langs 'typisch Indonesische' taferelen, zoals met palmen omzoomde rijstvelden, vulkanen en traditioneel geklede dorpsbewoners die hun traditionele

⁵ Een antropologische kritiek zou kunnen zijn dat ik hiermee typisch Europese begrippen als verlichting en romantiek toepas op de voorstellingen en belevingen van Indonesiërs. Als een boemerang is dat weer mijn kritiek op de antropologie die volgens mij teveel de nadruk legt op het andere in plaats van te kijken naar het overeenkomstige. Als ik één ding heb geprobeerd met deze scriptie is het wel te laten zien dat we leven in een wereld waarin het steeds vaker voorkomt dat mensen uit verschillende gebieden overweg kunnen met dezelfde kaders en gaan denken volgens deze begrippen.

dans doen, om uiteindelijk door het raam van een traditioneel houten huis in te zoomen op een gelukkig gezinnetje dat naar een splinternieuwe super-breedbeeld televisie kijkt. In een andere *leader* zien we een gezin dat midden in een oogverblindend groen *sawah*-veld onder het dak van een bamboe huisje een televisie heeft geïnstalleerd. Deze spotjes verbeelden de wensdroom van het traditionele landelijke Indonesië waar geen armoede en ellende bestaat en waar het geen rotzooitje is. Op het platteland vind je nog het essentiële, pure bestaan. De spotjes schetsen de ideale versmelting van ontwikkeling en authenticiteit.

Een ander voorbeeld is de karaoke-sessie bij Ocep op de kamer. Op een avond loop ik eventjes bij Ocep langs. Met Nixon en mijn buurman Adon is hij aan het karaoken op zijn nieuwe computer. Het apparaat is echt een entertainment-unit geworden. Hij heeft speakers geleend van iemand, een microfoon en een paar VCD's. Eén van die VCD's staat vol met Sundanese liedjes⁶. De jongens zijn echt aan het genieten en enthousiast aan het meezingen. Ocep komt uit Sukabumi (west-Java) maar zijn ouders komen oorspronkelijk uit Manado. Terwijl hij het Sundanees eigenlijk niet spreekt probeert Ocep ijverig mee te doen met de ondertitelde liedjes. Al deze liedjes hebben een videoclip. Meestal bestaat de clip uit traditionele tafereeltjes, zoals batikkende vrouwtjes, rijstvelden en bergen, dorpjes, weelderig groene natuur, en een zanger of zangeres in traditionele streekkleden. Er spreekt een soort hunkering uit naar het simpele traditionele leven.

andere vormen van moderniteit

Wat de kern van eigenheid precies is en in welke verhouding traditie en nieuwigheid vermengd moeten worden tot het vooruitgangselixer is in een divers en verdeeld land als Indonesië het onderwerp van felle discussies. Tot nu toe heb ik een seculiere en materialistische invulling van het concept moderniteit beschreven als wenselijk ideaal voor de meeste hoofdstedelijke Indonesiërs. Maar deze vorm van moderniteit wordt ook gevreesd en gehaat.

Vooraf vanuit de hoek van de zogeheten modernistische moslims (*Muhammadiyah*) ligt deze opvatting van moderniteit onder vuur. Zij stellen hiertegenover een eigen vorm van moderniteit, gebaseerd op de Islam. Deze hoek ziet ontwikkeling en versterking van geestelijk waarden en religieuze moraal als oplossing voor het gebrek aan discipline, de corrupte geest en domheid die heersen. Zij stellen *taat* ('religieuze toewijding en discipline') tegenover het wereldlijke *disiplin*. Religieuze toewijding kan een mentaliteitsverandering teweegbrengen zonder negatieve bijwerkingen zoals overconsumptie, moreel verval, decadentie en verlies van eigenheid.

Het dagblad *Republika* is de stem van dit moderne Islamitische deel van de samenleving. Op zondag 13 februari (p.3) besteedt *Republika* aandacht aan Valentijnsdag dat in Indonesië steeds populairder wordt. Naast een beschrijvend artikel over Valentijnsdag, staan artikelen met de koppen: "Dat is niet onze cultuur" (*Itu Bukan Budaya Kita*) en "Dit is cultureel kolonialisme" (*Ini Merupakan Penjajahan Kultural*). Valentijnsdag wortelt noch in de waarden van de Islam noch in de Indonesische cultuur, luidt de boodschap. Het is een poging van anti-islamitische groepen om de jonge generatie van de Islam te vervreemden. Ingezonden brieven van moslimleiders onderaan de pagina koppen: "Dat leidt tot vrije seks" (*Itu Mengarah Seks Bebas*)⁷, "Niet meedoen" (*Jangan Ikut-ikutan*) en "Volg het voorbeeld van de profeet" (*Ikuti Teledan Rasul*). Valentijnsdag is een van oorsprong christelijk feest. In

⁶ Etnische groep van west-Java

⁷ "Vrije seks", seks voor het huwelijk, is wel het meest aansprekende toonbeeld van de lage moraal en decadentie die in het westen heerst.

de Koran staat: "wanneer je de cultuur van anderen (die geen moslim zijn) overneemt, zul je ook deel van hen worden".

Uit de megafoons van de moskeeën schallen op vrijdagmiddag de preken die waarschuwen voor het morele verval van de jeugd aan wereldlijke materialistische zaken. Er is grote angst dat de jeugd van nu een "lost generation" gaat worden die de eigen Indonesische wortels verliest. Dit deel van de Indonesische samenleving wil vooral de zuiverheid van de eigen leefwijze en cultuur behouden. De invloed van technologie is een serieuze bedreiging voor die zuiverheid. Enkele pagina's verder in dezelfde Republika schrijft de voorzitter van de vereniging van 'familievriendelijke media' (*MARKA: Media Ramah Keluarga*) over pornografie op VCD die overal verkrijgbaar is. Net als met drugs is het gevaar dat jonge kinderen die ermee in aanraking komen steeds meer behoefte zullen krijgen aan die prikkels, net als een verslaving (Republika 13/2/2000 p.14).

De progressief-linkse hoek is niet zozeer tegen westerse technologie en culturele invloeden alswel tegen de economische en politieke dominantie en de patroniserende houding ten opzichte van de arme landen. Vooral organisaties als IMF en de *Bank Dunia* (Wereldbank) moeten het ontgelden. "International MotherFuckers" staat op een spandoek die een aanhanger van de linkse democratische Volkspartij PDR (*Partai Demokratis Rakyat*) draagt tijdens een demonstratie die alle nationale televisiezenders haalt. De auteur van een boekje over de rol van studentenbewegingen in verschillende landen vanaf de jaren zestig noemt deze organisaties "verlengstukken van wat door Soekarno neo-kolonialisme en imperialisme genoemd is. Met de programma's van deze instituties wordt slechts een kleine politieke en economische elite versterkt die iedere economische potentie uit het volk zuigt met hun jargon gericht op globale concurrentie en vrije markten"⁸. Indonesië zou meer moeten investeren in *lowtech*. Help eerst de arbeiders, de boeren en de vissers met technologie waar ze wat aan hebben (*teknologi yang tepat guna*) in plaats van telkens te investeren in prestigieuze *hightech* projecten.

Niet alleen 'extremisten' zijn tegen het globale concept van vooruitgang. Ook 'gewone' Indonesiërs zetten vraagtekens bij het in hun ogen al te westerse ontwikkelingsideaal. In hoofdstuk 2 hebben we al gezien hoe Yusa van het WTC-Jakarta de kritiek op de bemoeienis vanuit het westen verwoordt. Een ander voorbeeld met dezelfde strekking is te lezen in [dit ingezonden stukje](#) van 10/2/2000 op het politieke forum van Detik.com. Iemand stelt dat er een buitenlandse samenzwering lijkt te zijn om Indonesië te doen laten vallen. CNN bijvoorbeeld tekent landkaarten van Indonesië waarin Aceh en TimTim een andere kleur hebben. Ook vraagt hij zich af of de universele mensenrechten (HAM) gewoon een trend zijn of "een [westerse] poging om Indonesië te doen laten vallen". De forumleider relativeert: "De buitenlandse invloed op Indonesië is al een oud verhaal. Kijk maar in de krant, op TV, als je achter je computer zit, kijk maar naar de accessoires die je leven leuk maken, probeer maar eens in je eigen hoofd te kijken, kijk maar naar de Borobudur, de Prambanan, het Monas. Welke van die dingen zijn nou echt Indonesisch (*asli Indonesia*)?".

⁸ Di bawah panduan lembaga-lembaga kapitalis internasional seperti IMF dan Bank Dunia pemerintah-pemerintah ini [verwijzing naar voorgaande regel: pemerintah yang dihasilkan dalam proses perjuangan] seakan menjadi perpanjangan dari apa yang oleh Soekarno disebut sebagai neo kolonialisme dan imperialisme (Nekolim). Dengan komando program-program lembaga-lembaga itu, yang diperkuat hanyalah sebagian kecil elit politik dan ekonomi untuk menghisap seluruh potensi rakyat, dengan jargon-jargon menuju persaingan global dan pasar bebas (Supartono 1999: 10).

Technologie is in de beleving van veel mensen iets artificieels. Indonesiërs gebruiken vaak het woord *canggih* als aanduiding van de nieuwste snufjes op technologisch gebied. Dit woord betekent geavanceerd en modern maar heeft ook de connotatie gekunsteld en artificieel. Technologie is de tegenpool van wat doorgaat voor zuiver, natuurlijk en oorspronkelijk. Ook de semantische tegenstelling tussen *dunia maya* ('virtuele schijnwereld') als aanduiding voor de wereld *online*, en *dunia nyata* ('concrete waarneembare wereld') als aanduiding voor de niet door technologie gemedieerde wereld, geeft aan dat Indonesiërs technologie tot iets onechts rekenen. Ervaringen die je verkrijgt via technologische media zijn minder authentiek⁹.

Deze visie komen we onder allerlei groepen tegen. In de Kompas van 19 en 20 april 2000 staan ingezonden artikelen van de hoofddocent kunst en design aan de ITB (*Dosen Program Magister Seni dan Desain ITB*). Het zijn uittreksels van een seminar over *Spiritualitas Cyberspace: Agama-agama dalam Internet* (Spiritualiteit in *cyberspace*: religies op het internet). Dit seminar is gehouden naar aanleiding van een boek van de Amerikaan Jef Zaleski over de invloed van het internet op religie¹⁰. De schrijver van de artikelen betoogt dat *cyberspace* de plaats van de 'geest' (*roh*), de 'ziel' (*jiwa*) en 'God' (*Tuhan*) dreigt in te nemen. Het elektronisch-digitale lijkt op het spirituele, de ziel dreigt een stukje informatie te worden dat kan worden opgeslagen en vermenigvuldigd en de computer wordt de nieuwe God. Deze verering van technologie leidt tot vervreemding van het lichaam (*'keterasingan' atau 'alienasi manusia dari tubuhnya*) en een kunstmatige vorm van intelligentie (*'kecerdasan artifisial'*). Maar waar blijft de zuivere spirituele ervaring (*pengalaman spiritual yang sejati*) in deze artificiële wereld? Een spirituele ervaring verkrijgt je door contact met een tastbaar lichaam: het kijken naar een film, het luisteren naar muziek, het zien van een schilderij. Nooit via een virtueel medium zoals het internet. Het internet is een "machine van de kapitalistische begeerte" (*mesin hasrat kapitalisme*). *Cyberspace* wordt gevormd door de ideologie van het "*kapitalisme global*". Dat kapitalisme neemt nu een nieuwe vorm aan: "*cyber-capitalism*". Zijn grootste kritiek is dat *cyberspace* draait om snelle, opeenvolgende bevrediging van impulsen en lusten en daardoor geen ruimte overlaat voor bezinning en alles wat met spiritualiteit te maken heeft. Hij pleit voor een gematigde visie op het internet als een

⁹ Van massamedia zoals televisie en films wordt vaak gezegd dat ze het einde inluiden van de authentieke ervaring. Mensen krijgen zoveel van hun ervaringen en kennis via de media dat ze hun leven daaraan spiegelen. Ze gaan die 'artificiële' wereld als referentiepunt gebruiken voor hun 'echte' leven. Die 'artificiële' realiteit krijgt de naam 'hyperrealiteit'. Ook in Indonesië speelt dit fenomeen. Uit mijn aantekeningen:

De enorme populariteit van soapseries in Indonesië komt voort uit het nogal dubbele karakter. Enerzijds komt hierin een leven van voorspoed naar voren zoals dat bestaat in de gedeelde fantasieën van veel Indonesiërs. Anderzijds beleven de rijken uit de soaps precies dezelfde ellende als de armen. In functioneel opzicht zijn de soaps daarom een soort stoomafvoer voor de frustraties van de armen. Persoonlijke problemen van de armen worden gereduceerd tot draaglijke proporties. Verder vertegenwoordigen de soaps als het ware de poort tot de 'Indonesian Dream': dé manier om toe te kunnen treden tot de wereld van rijken, van binnenuit de mensen met status te leren kennen en bepaalde situaties en proporties in vergelijking met de uitvergrootte *bigger-than-life* problemen van de mensen uit de soaps. Bovendien gedragingen te leren inschatten. De soap is, net als de *mall*, een medium waardoor het volk in contact staat met de wereld van rijkdom, glamour, en weelde. Gedurende een half uur (of zo lang de soap maar duurt) leeft de kijker mee in die wereld, fantaseert zichzelf in die wereld en beleeft, als toppunt van verbeelde realiteit, zowel de voorspoed als de tegenspoed. In het kijken naar de soap komt het gemeenschappelijke hopen op een mooi en enerverend leven tot uitdrukking, een leven dat de moeite waard is om op televisie te komen en door anderen bekeken te worden.

¹⁰ Dit in het Indonesisch vertaalde boek genaamd *Spiritualitas Cyberspace, Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Beragama* ('Spiritualiteit in Cyberspace, hoe computertechnologie het religieuze leven beïnvloedt': 1999 Mizan, Bandung) ligt in alle grote boekhandels. Het genoemde seminar is mede door Mizan de uitgeverij georganiseerd.

'versiering van het leven' (*hiasan hidup*) in plaats van een 'levenswandel' (*jalan hidup*). *Cyberspace* moet gezien worden als niet meer dan een *ruang impian* (ruimte voor dromen), een *taman bermain* (speeltuim) en een *dunia fantasi* (fantasiewereld).

internet en eigenheid

Informatietechnologie lijkt op het eerste gezicht in alles het tegendeel van de emotionele beleving van traditie, eigenheid en lokaliteit. Technologie is de concrete manifestatie van de opperste rationaliteit. Het is het product van systematiek en logisch denkwerk. Efficiëntie is één van de meest genoemde voordelen van de nieuwe informatie- en communicatietechnologieën. Middels technologie kan alles goedkoper, sneller, schoner, zuiniger, eerlijker. Technologie is geen authentieke vorm van cultuur maar een artificieel product. Technologie heeft geen intrinsieke waarde, zoals bijvoorbeeld een kunstobject of traditie, maar is simpelweg een gebruiksvoorwerp. Tenslotte, veel Indonesiërs zien informatietechnologie zoals het internet als een universeel medium. Het verbindt de wereld en brengt zowel alle soorten informatie als vreemde cultuurinvloeden binnen handbereik. De verspreiding van technologie is een onderdeel van de materiële kolonisatie die plaatsvindt. Het Indonesische volk heeft een onverzadigbare trek naar al het moois en nieuws dat uit het buitenland komt. Dit creëert nieuwe relaties van afhankelijkheid¹¹.

Hoe verenigen Indonesische gebruikers en producenten dit 'globale' medium met lokaliteit? Op welke manieren maken zij zich dit universele medium 'eigen'?

De grappen op Detik.com waar we in het vorige hoofdstuk om hebben kunnen schateren zijn een goede illustratie van de synthese tussen de universaliteit van het net met culturele 'eigenheid', zowel in *form* als in *content*. Aan ene kant hebben we globaliteit. In veel grappen komen termen in het Engels voor. Het gebruik van Engels als wereldtaal is de standaard *form* van communicatie op het internet. Ook de korte, gevatte antwoorden zijn typerend voor de licht cynische stijl van communiceren op het internet waarbij je veel dingen met een ;-)
(knipoo) moet nemen. Verder zijn de met computertermen doorspekte grappen op Detik.com toespelingen op de computerindustrie zelf. Uit dit soort '*technobabble*' of '*netspeak*' blijkt adequate kennis van zaken op het gebied van computertechnologie en van recente gebeurtenissen in de *industry* (vooral Microsoft is een voortdurend terugkerend onderwerp). Het behoort tot de standaarduitrusting van de doorgewinterde internetgebruiker en bepaalt een groot deel van de *content* van het net. Aan de andere kant hebben we eigenheid. De verbuigingen van Engelse termen verloopt volgens de Indonesische grammaticale regeltjes. Bijvoorbeeld: *harus di-troubleshoot* ('moet getrouleshoot worden'), *menginstallkan* ('installeren'), *di"Empty Recycle Bin"* ('ge-empty recycle binned'). In zoverre is de *form* weer lokaal te noemen. En ook inhoudelijk gezien zijn de grappen toespelingen op de lokale Indonesische situatie. De gevatte opmerkingen verwijzen naar recente gebeurtenissen uit de politiek of bepaalde *running gags*. Iedereen die op de hoogte is van het Indonesische nieuws zal deze grappen begrijpen.

[Www.gadogado.net](http://www.gadogado.net) is een *online* veiling van tweedehands spullen. Via deze website kun je spullen te koop aanbieden of een bod doen op aangeboden artikelen. Gadogado is een schotel van allerlei verschillende groenten met pindasaus. Op de website wordt een mengelmoesje van artikelen aangeboden. De naam gadogado is niet alleen een voor Indonesiërs betekenisvolle referentie naar iets met als eigenschap 'variëteit'. De term verwijst

¹¹ Deze mening uitten enkele huisgenoten van mij, studenten aan de economische hogeschool Perbanas.

tevens naar 'echt Indonesisch eten' en moet zo het typisch Indonesische karakter van de website uitdrukken.

Het Singaporese www.soundbuzz.com is een site waar je legaal (tegen betaling) muziek in MP3 formaat kunt downloaden. Soundbuzz.com profileert zich als een site die zich speciaal focust op de Aziatische markt. De bedenkers van Soundbuzz zijn hoge figuren bij MTV Asia. Soundbuzz.com moedigt mensen aan in advertenties om hun eigen demo op te sturen (dit wordt een beetje misleidend 'upload' genoemd). Als die goed is wordt hij geplaatst op de website. Soundbuzz claimt verder dat van elke 1000 nummers die zij aanbieden er tenminste 50 van eigen bodem komen. Veel *dangdut* dus.

Nieuwe technologie hoeft niet altijd te leiden tot "teloorgang van eigen cultuur" maar kan juist versterkend werken. Ook de religieuze hoek kan profiteren van de ontwikkelingen. Veel mobiele telefoonaanbieders adverteren openlijk tot hun Islamitische klanten die op bedevaart naar Mekka gaan om een telefoon mee te nemen. Zo kunnen ze het thuisfront een veilige aankomst meedelen en verslag uitbrengen van hun verblijf (en laten fantaseren over de dag dat zij zelf op bedevaart zullen gaan). In Plaza Gadjah Mada verkopen ze cd-roms met *Al-Qur'an* (Koran) & *Al-Hadis* (wetten) versie 6.31 en 6.5. En zelfs de nieuwe moskee in de buurt van de hogeschool Perbanas laat zien mee te gaan met de tijd: op de minaret prijkt een prachtige sikkal in groen neonlicht.

de romantiek van informatietechnologie

Softwarepiraterij is heel groot in Indonesië. Zelfs in de grote prestigieuze malls kun je ervan uitgaan dat alle cd-roms met software, games, MP3-muziek, videofilms gekopieerd zijn. Naast puur economische motieven van handige ondernemers kun je softwarepiraterij ook zien als een uitwas van het discours dat de informatiemaatschappij omgeeft. De informatie-economie is gebaseerd op de toegevoegde waarde die de beschikking over kennis biedt, niet om de waarde van de kennis zelf. Veel commerciële bedrijven besteden geld en moeite aan onderzoek zonder dat hier direct winst mee te behalen is. Bedrijven in de IT bijvoorbeeld dragen vaak actief bij aan de ontwikkeling van open source software en bieden dit gratis aan de (niet-commerciële) particuliere gebruiker puur ten behoeve van hun reputatie. De 'oude' kapitalistische geldeconomie is gebaseerd op het tot 'waar' (commodity) maken van materiële en immateriële zaken. Deze economie draait op schaarsheid, restrictie en privatisering van hulpbronnen en kennis. Waarde in de informatie-economie is niet gelegen in het krampachtig vasthouden en beschermen van verworven kennis en hulpbronnen maar juist in het voortdurend verder ontwikkelen en vernieuwen ervan. Oude dingen hebben geen commerciële waarde meer, nieuwe dingen wel. De clash tussen 'oude' en 'nieuwe economie' leidt tot verschillende perspectieven. Wat voor de ene hoek ordinair jatten is, zien anderen als het delen van 'algemeen intellectueel bezit ten behoeve van het maximale geluk van de grootst mogelijke groep'. Het kopiëren van software (of het delen van muziek zoals op Napster) is voor de laatste groep niet zozeer een misdrijf alswel een daad van verzet tegen grote monopolisten en een opnieuw toe-eigenen van zaken die met macht en uit winstbejag onttrokken zijn aan de gemeenschap.

Een grote rol in het cultiveren van het romantische informationele discours speelt de *open source* beweging. Deze wereldwijde beweging, die sterk vertegenwoordigd is op het internet, pleit voor de optimale ontwikkeling van kennis en technologie door middel van volledige openheid van broncodes, onbeperkte vrijheid van informatie en het veelal gratis verspreiden van software. 'Terug' naar een gemeenschappelijk delen van (intellectueel) bezit, iedereen dient zijn eigen kleine steentje bij te dragen aan de gemeenschap. In deze autonome gemeenschap maken de gebruikers hun eigen techniek zonder dat daar multimiljardairs en

grote bedrijven voor nodig zijn. Daarbij gaat het wel om individuele *credits*, je goede reputatie. Erkenning, prestige en waarde verkrijgt je op basis van verdienste: wat je kunt inbrengen voor de gemeenschap.

De populariteit van informatietechnologie, in het bijzonder internet, is grotendeels te danken aan het succes waarmee de technologie zijn 'artificiële karakter' weet te omhullen in een mantel van romantische beeldvorming en idealen. Het discours rond informatietechnologie is enerzijds gebaseerd op 'verlichte' kenmerken zoals openheid van informatie, vrijheid, gelijkheid, efficiëntie en wereldwijde communicatie. Daarnaast incorporeert dit discours 'reeds van oorsprong' romantische trekjes: het idee dat het net een autonoom organisme is dat ruimte geeft aan zeldzame biotopen van culturele diversiteit die anders geen leefruimte zouden hebben; de egalitaire *access for all* gedachte dat iedereen ter wereld toegang zou moeten krijgen tot het net; het onbetwistbare 'natuurrecht' op de onbelemmerde verspreiding van alle vormen van informatie; de totale expressievrijheid; het gevoel van gemeenschappelijkheid onder de *netizens*; de mogelijkheden die het net biedt tot *grassroots* ontwikkeling van de armen zonder grote investeringen of tussenpersonen; het net als een broedplek van anarchie en rebellie tegen de grote multinationals, commerciële reuzen en andere uitwassen van de grote boze echte wereld.

Het internet heeft het aura van een nieuwe 'technologische natuurstaat', een Hobbesiaans Leviathan voor de moderne mens, een pretparkvariant op het Wilde Westen, waarin geen centraal leiderschap heerst en iedereen mag doen wat hij of zij wil. De belofte van *e-commerce* komt voort uit dit beeld van het internet als een onontgonnen goudmijn waar het kostbare erts voor het opscheppen ligt. Het romantische beeld van pionieren en gelukszoekerij is een belangrijke factor in de hype rond *e-commerce*. De hype is nog eens extra versterkt is door de revolutionaire politieke omwenteling in Indonesië. Het internet en *e-commerce* maakt mensen "*terhipnotis euforia*" ('gehypnotiseerd door de euforie': *Investor* no. 18, *mare* 2000 p. 86).

In de *Tempo* van 20-26 maart 2000 staat een artikel getiteld *Pesona* (bekoring). De auteur, Goenawan Mohamad, begint zijn betoog met de stelling dat de mens ten alle tijden gelooft in iets dat niet concreet is:

Vroeger vereerden mensen hun voorouders. Zij uitten dat bijvoorbeeld in de zorg voor een boom. ... In het begin van deze 21-ste eeuw lijkt het internet deze rol over te nemen. Goederen worden tot amuletten (*jimat*) gemaakt ("*fetish*" zegt Marx) omdat het kapitalisme erin slaagt om van dingen (*benda*) goederen (*barang*) te maken. Zo krijgen dingen iets dat er in werkelijkheid niet vanzelf aan kleeft, namelijk een marktprijs, een ruilwaarde. Dingen worden ook symbolen (*lambang*), bijvoorbeeld voor een *lifestyle* en voor prestige.

Het is verwonderlijk dat in deze eenentwintigste eeuw het leven vol zit met dit soort niet-concrete zaken, vol met bijgeloof bovenop bijgeloof (*takhayul*). Waarom investeren mensen in aandelen van websites? Dingen die niet concreet zijn maar slechts plaatjes en tekens op het scherm van een monitor? Ooit dachten mensen dat moderniteit (*modernitas*) kwam wanneer de wereld geen bekoring (*pesona*) en betovering (*sihir*) meer zou uitstralen, wanneer mensen geen ontzag meer zouden hebben voor de natuur. Walter Benjamin schreef in zijn *Passagen-Werk* over het Parijs aan het eind van de negentiende eeuw. Het stedelijk landschap, reclameborden en etalages, interieurs van gebouwen en andere tekenen van ontwikkeling die typerend waren voor deze industriële tijd vormden een geheel nieuwe 'plattegrond van het leven' (*peta hidup*). Thans kunnen we spreken

over de terugkeer van de bekoring (*pesona*) en van de sprookjes (*dongeng*). Bekoring kan betovering (*sihir*) betekenen en betovering kan verlamming ("melumpuhkan") betekenen. Sprookjes of mythen (*mitos*) stellen de tijd voor als iets dat niet zal veranderen. Maar zullen we nu werkelijk aan het 'einde van de geschiedenis' (*akhir sejarah*) beland zijn ¹²? Benjamin, een Marxist, zou hebben gezegt van niet. Zijn *Passagen-Werk* wil de versmelting van mythologie met de historische context laten zien.

Bekoring en betovering kunnen heel interessant zijn. Iedere keer veranderen ze weer van gedaante, en dat in zeer korte tijd (Tempo 20-26 maart 2000 p. 122) ¹³.

verdere vraagstukken

Bekoring en betovering kunnen ook gevaarlijk zijn. Mensen kunnen blind raken voor wat er om hen heen gebeurt. De vorming van *online* gemeenschappen kan betekenen dat mensen een eigen niche opzoeken van gelijkgestemden en eigen waarden en waarheden gaan hanteren buiten de maatschappij om. Gemeenschappen kunnen zo nieuwe mozaïekjes worden, eigen besloten eilandjes die de Indonesische samenleving nog verder uit elkaar drijven dan deze al is. Eerder heb ik laten zien dat er in de Indonesische *dunia maya* (virtuele wereld) niet alleen maar gevoelens bestaan van gemeenschappelijkheid. Verschillende groepen op het net vechten een soort informatiestrijd uit voor hún versie van wat echt is en hún visie op vooruitgang. Groeperingen op religieuze, politieke, en/of etnische grond kunnen zich makkelijk verenigen op het net. Via het internet werven ze nieuwe leden en kunnen ze ongestraft allerlei haatdragende meningen uiten over andere groepen.

Een andere issue is dat er een 'digitale kloof' dreigt te ontstaan waarbij slechts de intellectuele toplaag van de bevolking (die grotendeels samenvalt met de hoogste inkomensklasse) toegang heeft tot het medium en het gebruikt in het dagelijks bestaan. De kloof gaapt steeds wijder naarmate de maatschappij meer gaat draaien op informatie en kennis. Moeten we eerst zorgen voor veilig drinkwater of voor de ontwikkeling van de algemene technologische standaard? Deze uitspraak van Habibie geeft één van de centrale dilemma's aan in het denken over vooruitgang. Iedereen is het er over eens dat de mate van succes van het internet als duwwagen van vooruitgang afhangt van de gelijkwaardige representatie van verschillende bevolkingsgroepen op het net. De informatiemaatschappij kan pas slagen als de overgrote meerderheid daadwerkelijk toegang heeft tot moderne informatietechnologie en ermee om kan gaan. Pas dan zal de natie als geheel een algemeen welvaartspeil kunnen bereiken zoals dat in de meeste westerse landen bestaat. Pas dan zal Indonesië werkelijk *moderen* zijn.

¹² Dit is ongetwijfeld een verwijzing naar Francis Fukuyama's *The End of History*, waarin hij betoogt dat we de perfecte maatschappij bijna bereikt hebben met ons democratische, liberale en kapitalistische bestel en dat de geschiedenis zijn einde bereikt heeft.

¹³ Deze passage is omwille van bondigheid en leesbaarheid ietwat vrij vertaald.

Conclusie

In deze scriptie heb ik geprobeerd een beeld te schetsen van het begrip moderniteit in Indonesië. Ik heb beschreven hoe het denken over ontwikkeling en vooruitgang van het land in de huidige *era reformasi* samenhangt met het gebruik en de betekenis van het internet. Ik zal in het kort de belangrijkste zaken opsommen.

Onder het Nieuwe Orde regime van Soeharto is het internet opgezet als een onderdeel van het ontwikkelingsideaal. Al snel wordt het internet tegen de regering gebruikt. Ongecensureerde informatie is via het internet vrij verkrijgbaar. Studentenorganisaties wenden het medium aan voor het verspreiden van ideeën en het organiseren van protestacties tegen het regime. Het medium speelt tevens een belangrijke rol in de legitimering van de *reformasi*-beweging dankzij de steunbetuigingen van over de hele wereld. Mede dankzij deze rol in het proces van *reformasi* krijgt het internet de connotatie met vrijheid, openheid en verandering. Na de val van het Nieuwe Orde bewind groeit het internet uit van een ongeregeld verzetsmedium tot een betrouwbare bron van actuele informatie. Cruciaal hierin is de moeite die ondernemers steken in het promoten van het internet als een geloofwaardige bron van informatie. Een strategie van veel nieuwe websites is om bekende en gerespecteerde Indonesiërs als redacteur aan te trekken. Het internet wordt steeds serieuzer en is alomtegenwoordig in de reguliere media, publieke ruimtes en de dagelijkse gesprekken. Een hype ontstaat rond de economische belofte van *e-commerce*. Handel via het internet kan de economie uit het slop trekken na de crisis en Indonesië laten meedoen met de rest van de wereld. De brede inburgering van het internet kan het ontwikkelingspeil van de bevolking omhoog helpen schroeven. De *online* gemeenschappen van Indonesische internetgebruikers spelen een voortrekkersrol in de ontwikkeling van het land in dit nieuwe tijdperk van *reformasi*. Zij vormen een nieuwe elite dankzij hun kennis van computers, het *up-to-date* zijn met de allernieuwste ontwikkelingen en de connectie met de wereldwijde groep van *computerliterate*s. Via het internet zijn zij 'wired': aangesloten op de rest van de wereld.

Vooruitgang is een breuk met het achterlijke verleden. De begrippen *perkembangan*, *kemajuan* en *pembangunan* (ontwikkeling, vooruitgang en 'opstanding') cultiveren de hoop dat verderop een beter leven wacht. Het denken over moderniteit neigt naar een utopische toekomstvisie. Het geloof in vooruitgang impliceert paradoxaal genoeg een eindstadium van ontwikkeling, een ideale wereld waarin geen armoede, achterlijkheid en ellende meer bestaan. Moderniteit heeft sinds de onafhankelijkheid verschillende gedaantes aangenomen.

Soekarno wil breken met het feodale stelsel en het koloniale verleden waarin bepaalde maatschappelijke groepen hoger op de rangorde staan dan anderen. Hij probeert een nationaal bewustzijn en een gevoel van saamhorigheid te kweken. Zijn Indonesië buigt niet langer onder het juk van de koloniale mentaliteit. Dit moderne Indonesië draagt 'eenheid in verscheidenheid' in het devies. Soekarno ontwikkelt een totaalvisie waarin alle groeperingen en partijen samenwerken aan de toekomst van het land. Grootse projecten dienen het volk te

verenigen en te verheffen. In zijn ideologische politiek begint Soekarno zich steeds meer tegen de structurele ongelijkheid van de wereldorde te keren.

Onder de *Orde Baru* van Soeharto is economische welvaart en consumptie de manier om af te rekenen met het verleden waarin de culturele en intellectuele elite nog altijd de dienst uitmaakt, waarin materiële welstand niet voor de gewone Indonesiër beschikbaar is en waarin Indonesië hard op weg is de internationale risee te worden als aanvankelijk veelbelovend maar jammerlijk in communistische dweperij afglijdend ontwikkelingsland. Soeharto zoekt juist toenadering tot de westerse landen om kapitaal binnen te halen en zo het welvaartspeil omhoog te schroeven. Een aanzienlijke groep mensen profiteert van zijn politiek. Een nieuwe stratificatie op basis van welvaart en uiterlijk vertoon ontstaat. De cultuur van openlijke consumptie en prestigieuze *lifestyle* is de zichtbare uiting van moderniteit. Het geeft aan dat je iets bereikt hebt, dat je iemand bent. Ook al kun je niet alles kopen, alleen al door de hunkering, het delen van het consumptieve ideaal en het voorstellen van een toekomst waarin dit ideaal werkelijkheid wordt, kun je jezelf tot de groep van moderne mensen rekenen. Wanneer je rondloopt in de *mall* tussen al die prachtige dingen en die mooie ontwikkelde mensen kun je je, al is het maar voor even, in die utopie wanen. In de verheerlijking van het materiële ligt de hoop besloten dat het land ooit in staat zal zijn om mee te kunnen komen met de ontwikkelde landen en in welvarende gelukzaligheid te kunnen leven. Blijkt dat niet te lukken voor de gehele maatschappij, dan toch tenminste voor jouzelf en je naasten. De spanning tussen de collectieve vooruitgangsdroom en de grimmige realiteit van ongelijk verdeelde welvaart is de voedingsbodem voor *reformasi*.

De economische crisis is de uiteindelijke druppel die het Nieuwe Orde regime doet vallen. In dit tijdperk van *reformasi* is informatietechnologie hét symbool geworden voor een nieuwe vorm van moderniteit. Ook nu weer is moderniteit een breuk met de oude orde van decadentie, groepjesvorming, corruptie, ondoorzichtigheid en onvrijheid. Aanvankelijk is het internet de bevrijder van de heersende *Orde Baru*. Daarna wordt het de aanduwer van het 'Nieuwe Indonesië'. In deze spannende periode waarin vooruitgangsgeloof, optimisme en euforie touwtrekken met bezinning, introspectie en scepsis over de toekomst van het land, is internet het wondermiddel voor economische groei, mentale ontwikkeling en democratie. Informatietechnologie luidt een tijdperk in van efficiëntie en economische voorspoed, waarin informatie vrij toegankelijk is, dingen in alle openheid gezegd kunnen worden en waarin nieuwe gevoelens van gemeenschappelijkheid ontstaan. Ondanks dit gelijkheidsideaal zijn virtuele gemeenschappen een nieuwe elite, met zowel de missie om zoveel mogelijk mensen te laten participeren in de informatiemaatschappij alsook de wens om zich te onderscheiden van de computeranalfabeten en de '*newbies*' op basis van technologische kennis en een eigen 'nettiquette'.

De aantrekkingskracht van het internet is dat het dit idee van vooruitgang kan verenigen met de beleving van eigenheid. Een overtuigend vooruitgangsideaal moet gegrond zijn in een gevoel van zekerheid en vastigheid. Het dient de goede elementen uit het verleden te incorporeren in de toekomstbelofte. Vandaar dat ook traditie, lokaliteit en eigenheid belangrijke thema's zijn in het hedendaagse moderniteitsbegrip. Het internet is niet per definitie het vehikel van een globale massacultuur naar westers model maar geeft ook ruimte aan lokale meningen en alternatieve stemmen.

verdere punten

Deze scriptie gaat over moderniteit. Niet alleen de moderniteit die expliciet geformuleerd is in grootse toekomstvisies, maar vooral ook de moderniteit die besloten ligt in de associaties, connotaties en fantasieën die mensen hebben bij bepaalde zaken. Het begrip moderniteit is in

Indonesië een van de belangrijkste motieven achter denken en handelen. Natuurlijk denken mensen altijd na over de toekomst van henzelf, van familie en vrienden, van het land en van de wereld in het algemeen. We kunnen spreken over een cultureel 'discours' of 'vertoog' rond moderniteit wanneer mensen op grote schaal voorstellingen delen en overdragen die gaan over een nieuwe toekomst. In het hedendaagse vertoog rond moderniteit speelt informatietechnologie een centrale rol. Informatietechnologie is zowel de aanduwer als de graadmeter van ontwikkeling. Mensen gebruiken technologie niet alleen, ze construeren tevens een constellatie van sociaal-culturele voorstellingen en fantasieën rond die technologie. Het zijn juist dit soort 'ideologische' voorstellingen die tot de toekomstverbeelding spreken en van invloed zijn op de plaats van technologie in het vooruitgangdenken.

Vaak gaat het in de antropologie (in ieder geval in de meerderheid der monografieën die tijdens de studie gelezen moeten worden) om het inzichtelijk maken van *het vreemde, het andere*. In dit onderzoek heb ik geprobeerd om juist *hetzelfde* als uitgangspunt te nemen. De 'betovering' door de techniek is natuurlijk niet een verschijnsel dat alleen in Indonesië voorkomt. Eén van de pretenties van deze scriptie is te laten zien hoe mythen rond technologie ontstaan en welke rol deze mythen spelen in de 'informatiemaatschappij'.

De geschiedenis van internet in Indonesië is een scenario dat een voorbeeld kan vormen voor andere landen. Het is het verhaal van een dictatoriale overheid met een toekomstvisie die op een dood spoor zit, een overheid die een technologische vos in het kippenhok binnenlaat en zo bijdraagt aan haar eigen val. In het bijzonder denk ik aan China, een wereldgrootmacht die aan de ene kant mee wil doen met de wereldwijde economische en technologische dynamiek maar ondertussen probeert vast te houden aan een communistisch ontwikkelingsideaal onder leiding van een allesoverziende overheid. De geschiedenis van het internet in Indonesië geeft redenen om te vermoeden dat de toestand in China wel eens zeer explosief zou kunnen zijn. Hoe hard de Chinese overheid ook probeert de klauwen en tanden uit het internet te trekken, het is waarschijnlijk dat het medium op een bepaalde manier bijdraagt aan een mentaliteitsverandering. Voorlopig wordt het internet nog aan China aangepast, in plaats van dat China zich aan het net aanpast. Een speciale commissie is *fulltime* bezig het internet te zuiveren van kwalijke invloeden door de toegang tot websites te blokkeren. De toekomst van China is een *testcase* voor de potentie die het internet vaak krijgt toegedicht als drijfveer achter sociale veranderingen. Het wordt spannend in hoeverre China het paradigma van de sterke bureaucratie en het communistische gelijkwaardigheidsideaal kan laten bestaan naast-, of misschien zelfs op een 'eigen Chinese manier' kan verenigen met het paradigma van de vrije informatiestroom en het individuele ondernemerschap dat het internet omgeeft, en met een nieuwe differentiatie van de samenleving langs technologische grenzen.

In Indonesië zijn deze veranderingen voor een deel gerealiseerd. Daarmee zijn de zorgen van het land nog niet automatisch verdwenen. Corruptie en schandalen, etnische en religieuze onlusten, afscheidingsbewegingen, armoede, werkloosheid en milieuvervuiling blijven obstakels op de weg naar moderniteit. Het internet, wil het al deze problemen kunnen oplossen, moet echt een wondermiddel zijn. De omvang van de problemen maken het geloof in wonderen wel erg aantrekkelijk. Pas met de tijd zal de concrete bijdrage van het internet aan het proces van modernisering zichtbaar worden.

Literatuur

Achterhuis, Hans (ed.)

1992 De Maat van de Techniek: zes filosofen over techniek. Baarn: Ambo.

Anderson, Benedict

1995 Verbeelde Gemeenschappen: bespiegelingen over de oorsprong en de verspreiding van het nationalisme. Amsterdam: Mets (oorspronkelijke Engelse uitgave uit 1983).

Appadurai, Arjun

2000 *Grassroots Globalization and the Research Imagination*. in:

Aspinall, Edward

1993 Student Dissent in Indonesia in the 1980s. Clayton: Monash University.

Aspinall, Edward

1995 *Students and the Military: regime friction and civilian dissent in the late Suharto period*. in: Indonesia volume 59 pp. 21-44.

Aspinall, Edward (ed.)

1998 The last days of president Suharto. Clayton: Monash Asia Institute.

Castells, Manuel

1996 The Information Age: Economy, Society and Culture vol.1: The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell.

Castells, Manuel

1997 The Information Age: Economy, Society and Culture vol.2: The Power of Identity. Oxford: Blackwell.

Castells, Manuel & Peter Hall

1994 Technopoles of the World: the making of twenty-first-century industrial complexes. London: Routledge.

Dery, Mark (ed.)

1994 Flame Wars: the discourse of cyberculture. Durham: Duke University Press.

Hidayat, Dedy H.

1999 *Pers, internet, dan rumor dalam proses delegitimasi rezim Soeharto*. in: Kisah perjuangan reformasi (editor: Selo Soemardjan). Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, pp. 347-374.

High-Level Expert Group for the European Commission

1997 Building the European Information Society for us all: final policy report of the high-level expert group. (te vinden op: <http://www.ispo.cec.be/hleg/Building.html>)

Hill, David T. and Sen, Krishna

1997 *Wiring the Warung to Global Gateways: the Internet in Indonesia.* in: Indonesia #63: Cornell University, pp. 67-89.

Idayanie, L.N. & Ismail, Mustafa & Laksmi, Gita W. & Parera, Philip & Silalahi, Levi & Srihartini, Rinni & Suryalibrata, Rian & Wardhana, Tereshkova K.

2000 *Berdagang dari Njuwok ke New York.* in: Digit@l. Menjelajah Dunia Internet: dari situs politik sampai `e-commerce' (speciale bijlage van het weekblad Tempo, 12 maart 2000), pp. 63-69.

Ismail, Mustafa & Suryalibrata, Rian

2000 *Mau ke Kemayoran atau Karawaci?* in: Digit@l. Menjelajah Dunia Internet: dari situs politik sampai `e-commerce' (speciale bijlage van het weekblad Tempo, 12 maart 2000), pp. 77.

Jones, Steven (ed.)

1997 Virtual Culture: identity and communication in cybersociety. London: Sage.

Jones, Steven (ed.)

1998 Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-mediated Communication and Community. London: Sage.

Korff, Ruediger

1996 Global and Local Spheres: the diversity of Southeast Asian urbanism. Bielefeld: Universiteit Bielefeld.

Laksmi, Gita W. & Silalahi, Levi & Suryalibrata, Rian & Wardhana, Tereshkova K.

2000 *Bermulai dari politik, kini berdagang pun jadi.* in: Digit@l. Menjelajah Dunia Internet: dari situs politik sampai `e-commerce' (speciale bijlage van het weekblad Tempo, 12 maart 2000), pp. 56-58.

Leeuwen, Lizzy van

1997 Airconditioned Lifestyles: de nieuwe rijken in Jakarta. Amsterdam: Het Spinhuis.

Low, Morris

1998 *From walkmans to smog masks: consumption and over-consumption in Asia.* in: Asian Studies Review volume 22 #3, pp. 373-388.

Low, Setha

1996 *Spatializing Culture: the social production and social construction of public space in Costa Rica.* in: American Ethnologist volume 23 #4, pp. 861-879.

Miller, Daniel

1994 Material Culture and Mass Consumption. Oxford: Blackwell (oorspronkelijke uitgave:

1987).

Miller, Daniel

1995 *Consumption as the vanguard of history: a polemic by way of an introduction*. in: Miller, Daniel (ed.) Acknowledging Consumption: a review of new studies. (p. 1-57) London: Routledge.

Mitchell, W.

1995 City of Bits. Cambridge MA: MIT Press (Hoofdstuk 4: p. 46-105).

Negus, Keith

1997 *The Production of Culture*. in: Paul Du Gay (ed.) Productions of Culture/Cultures of Production. London: Sage in association with The Open University. (pp. 67-104).

Sastramidjaja, Yatun L. M.

2000 Dromenjagers in Bandung: twintigers in het moderne Indonesië. Amsterdam: Het Spinhuis (mijn paginanummering verwijst naar het manuscript "Dromenjagers in Bandung: twintigers in de val van de Nieuwe Orde" en wijkt waarschijnlijk af van het boek).

Scott, Allen J.

1998 Regions and the World Economy: the coming shape of global production, competition and political order. Oxford: Oxford University Press.

Short, John Rennie & Kim, Yeong-Hyun

1998 *Urban Crisis/Urban Representations: Selling the City in difficult times*. in: Tim Hall & Phil Hubbard (eds.) The Entrepreneurial City: geographies of politics, regime and representation. Chichester: John Wiley & Sons (pp.55-75)

Supartono, Alex

1999 Mahasiswa Bergerak: belajar dari perlawanan dan perjuangan internasional 1960-an. Jakarta: YLBHI (Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia).

Verstraeten, Hans

1996 *Media and the transformation of the public sphere*. in: European Journal of Communication volume 11 #3, pp. 347-370.

Webster, Andrew

1990 Introduction to the Sociology of Development (second edition). London: MacMillan Press (oorspronkelijke uitgave 1984).

Webster, Frank

1995 Theories of The Information Society. London: Routledge.

Wicaksono

2000 *Yahoo! Masih nomor satu*. in: Digit@l. Menjelajah Dunia Internet: dari situs politik sampai 'e-commerce' (speciale bijlage van het weekblad Tempo, 12 maart 2000), pp. 83-85.

Wilde, Rein de

1997 *Ironies of the Eighth Day: reflections on the modern faith in the compatibility of community, democracy, and technology* (niet uitgegeven).

Summary

This thesis explores the way the Internet and the information society are thought of as the new modernising forces in contemporary Indonesia. It is based on research done from January to May 2000 in Jakarta for my studies in anthropology at the University of Amsterdam. The scientific context in which to place this thesis would be: the information society, globalisation, modernity and cultural representations of material artefacts (more specifically: representations of technology).

Initially, my plan was to investigate the way information technologies like the Internet and cellular telephones have helped in spreading *pro-reformasi* (reform) ideas and in the actual organisation of student protests aimed at *reformasi*. Upon my arrival I was struck by the sudden outburst of enthusiasm about the potential of particularly the Internet for development. The central question therefore is: how is the Internet being conceptualised as a means for modernising the country?

The Internet represents a breach from the old order and a new point of focus for conceptualising modernity in this *era reformasi* ('era of reform'). Information technology is seen as the most recent 'road to progress', as well as the standard by which to measure progress itself. This thesis looks in particular at the realm of ideas that surround information technology. Like most material artefacts, the Internet is the object of fantasies, images and expectations. These are ideological constructions, apart from the primary functions, that 'embed' a technology in society, give it meaning and a role to play. These ideas *subjectify*, so to say, a technology. It then becomes some sort of actor with an inherent capacity to do things, like in this instance "guiding Indonesia on the road to global convergence", as one advertisement for an Internet seminar proclaims.

The first chapter sets out to draw the social and political context of *reformasi* in Indonesia. It then moves to a more theoretical level. Topics that are important for the argument are briefly discussed, such as consumerism, information society, and globalisation.

The next chapter gives an overview of the concept of modernity. There has been a shift in the way modernity is seen. Under the New Order, prestigious consumption had been the key symbol of modernity. The discrepancy, however, between the stated goal of general public affluence and the grim reality of unevenly distributed wealth and corruption, has led to a crisis in the concept of modernity. At the dawn of a new millennium, the advent of information technology and the start of a new era called *reformasi* bring about more emphasis on transparency, merit, knowledge and capacity, instead of prestige and connections.

In the third chapter I discuss the historical development of the Internet in Indonesia. The Internet originated in the New Order technocratic ideal of an "information super highway". Instead it was used as a tool against the regime. After that, the Internet becomes more mainstream, a true hype even, especially concerning the promises of e-commerce. In this chapter I also bring up some statistics and discuss the phenomena of the *warnet*, the public Internet access points.

The main argument in the fourth chapter is that online communities are becoming the new elite in Indonesia, based on openness, knowledge and computer literacy, while defining membership by their own set of rules. These 'virtual communities' are the avant-garde that define and set out the communal road to the future.

The final chapter pays attention to tradition, authenticity and cultural diversity. I argue that these concepts are not necessarily contrary to modernity, but are incorporated into it. The attraction of the Internet in conceptualising modernism is that, while the Internet connects people, organisations and countries to a worldwide flow of ideas and goods, it is seen also as a place where cultural diversity can freely roam, as one of the last vestiges of anti-commercial idealism, and as a stronghold against universal mass culture.