

## 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 interieur<sup>1</sup>. 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 afgelegene 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

---

<sup>1</sup> 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 religie<sup>2</sup>. 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?

---

<sup>2</sup> 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 plaatsvindt<sup>3</sup>. 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 rebelle 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 groep<sup>4</sup>. Huisgenoot Iwan spreekt onder vrienden natuurlijk *bahasa gaul*. "Anders wordt je

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> 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* (etniciteit) 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 computertehnicus, 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 (*pola 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, fontein 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 Angrek ('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 eetgelegenheden 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 Aziat 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 natuurlijkheid <sup>5</sup>.

*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

---

<sup>5</sup> 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 liedjes<sup>6</sup>. 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 streekkleren. 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*<sup>7</sup>), "Niet meedoen" (*Jangan Ikut-ikutan*) en "Volg het voorbeeld van de profeet" (*Ikuti Teledan Rasul*). Valentijnsdag is een van oorsprong christelijk feest. In

<sup>6</sup> Etnische groep van west-Java

<sup>7</sup> "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"<sup>8</sup>. 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 Timor 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*)?".

---

<sup>8</sup> 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 authentiek<sup>9</sup>.

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 religie<sup>10</sup>. 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

---

<sup>9</sup> 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.

<sup>10</sup> 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* (speeltuín) 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 afhankelijkheid <sup>11</sup>.

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 ;- ) (knipoog) 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 *getroubleshoot* 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

---

<sup>11</sup> 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](http://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 medelen 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 grootste 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 euforia': *Investor* no. 18, maret 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 <sup>12</sup>? 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) <sup>13</sup>.

### **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.

---

<sup>12</sup> 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.

<sup>13</sup> Deze passage is omwille van bondigheid en leesbaarheid ietwat vrij vertaald.