

ポスト・スハルト 10 年目のインドネシアのメディアⅢ ——Web2.0 以後のオンライン・メディア——

伊賀司³

これまで 2 回にわたって筆者はスハルト体制崩壊後、10 年目の節目にあたってインドネシアのメディアがどのような発展を遂げているのかについてみてきたが、本稿では急速に発展しているインドネシアのオンライン・メディア、特にブログを中心に Web2.0¹ 以後のオンライン・メディアの発展に焦点を当ててみていくことにしよう。

オンライン・ニュースサイト

Web2.0 以後のオンライン・メディアについてみていく前に、まずはその前史としてのオンライン・ニュースサイトについてみておこう。

インドネシアにおいて最初期のオンライン・ニュースサイトは日刊紙『コンパス (Kompas)』を発行するコンパス・グラメディア (Kompas Gramedia) グループによる *Kompas.com* や 1994 年に発禁処分を受けた週刊誌『テンポ (Tempo)』の編集者達が立ち上げた *Tempo Interaktif* である。

その後、スハルト体制崩壊直後の 1998 年 7 月、あるオンライン・ニュースサイトが登場する。1994 年に『テンポ』とともに発禁処分を受けた雑誌『デウティック (Detik)』の元編集者であったブディオノ・ダルソノ (Budiono Darsono)² を中心に立ち上げられた *Detik.com* である。ただし、*Detik.com* はブディオノらサイト立ち上げに参加したメンバーの一部の人的繋がりを除けば雑誌

の『ドゥティック』と直接の関係はない⁴。*Detik.com* は主に政治・経済などから構成されるハード・ニュース、金融、食べ物とレストラン、スポーツ、インターネット、セレブリティ、自動車など数多くのカテゴリーに分けられた情報を提供している。この点、政治ニュースに特化したマレーシアのオンライン・ニュースサイトの *Malaysiakini* とは異なっている⁵。

この *Detik.com* が *Kompas.com* や *Tempo Interaktif* といった印刷メディアを中心に編成されたメディア・グループのサイトを圧倒し、オンライン・ニュースサイトの分野ではリーディング・プレーヤーとなっている。*Detik.com* の強みは何より他のメディア・グループと異なり、オンラインに経営を集中していることにある。そこから、プレーキング・ニュースに特化してオンラインを通じたどこよりも早いニュースを提供している。オンライン・メディアの強みを最大限生かした当初からの戦略が *Detik.com* をこの分野でのトップに押し上げた要因である⁶。

Detik.com と同様にオンラインでの情報提供に特化しているニュースサイトとしては *OkeZone* や *Inilah* なども挙げられるが、現在のところ、*Detik.com* がオンライン・ニュースサイトの分野ではフロント・ランナーである。ただし、近年では

¹ 本稿では、Web2.0 をアメリカのネットバブルが崩壊した 2001 年頃を境にオンライン上で双方向の情報伝達が可能になった状態とそれを可能にしているサービスのことを指す。Web2.0 のサービスとしてインドネシアやマレーシアでは、後述するように、ブログ、フェイスブック、Twitter や Youtube など様々なサービスが Web2.0 の範疇に含まれて認識されている。

² ブディオノは『デウティック』の編集者の前に『テンポ』の編集者も経験している。

³ 神戸大学大学院博士課程 (igatsukasa@yahoo.co.jp)

⁴ 『デウティック』を創刊し、編集長として活動していたのは映画監督であるエロス・ジャロット (Eros Djarot) であるが、オンライン・ニュースサイト *Detik.com* には関わっていない。

⁵ マレーシアとの比較では、むしろ 2008 年 3 月総選挙前に始められた *The Malaysian Insider* に近い。

⁶ 筆者はあるラジオ局で政党関係者を招いて行われた選挙トークショーの裏側を見せてもらったことがあるが、印象的だったのは、放送中にパソコンの画面で *Detik.com* のサイトが開かれて最新ニュースがチェッ

この分野で注目すべき動きがでている。2008 年末、『テンポ』で調査報道を担当していたチームがバクリ(Bakrie)・グループに新しいオンライン・ニュースサイトのアイデアを持ち込んで *Vivanews.com* を立ち上げた。バクリ・グループの傘下にはTV局のANTVやTV Oneがある。バクリ・グループとしては今後、傘下のTV局と *Vivanews.com* との間のシナジーを最大限高め、利用していくことを目指している⁷。

ブログ

近年、マレーシアではブログが流行し、2008 年の総選挙で野党の議席躍進に大きな役割を果たすなど注目されているが⁸、インドネシアでもブログはその存在感を増しつつある。あるブロガーの推計によれば、インドネシアでは 50 万を下らない数のブログがあり、後述するブロガー・コミュニティが 34 あるという⁹。

インドネシアにおけるブログの歴史はここ 10 年以内のものであることは確かだが、その短い歴史の中でもブログの世界に起こった変化から期間による分類が可能であると筆者は考えている。インドネシアのブログについて造詣が深いイクラスル・アマル(Ikhlusal Amal)はインドネシアのブログは 4 期ほどに分けられると言う¹⁰。一方、インドネシアでのブログの普及に尽力し、「ブログ

クされていたことであった。

⁷ *Vivanews.com* 編集長のカラニア・ダルマサプトラ(Karaniya Dharmasaputra)へのインタビュー。2009年3月17日。

⁸ ブログを含めたマレーシアのオンライン・メディアについては、以下を参照。伊賀司「新世代と『オールタナティブ・メディア』: 総選挙の裏側で起こっていた地殻変動」山本博之編『「民族の政治」は終わったのか? —2008 年マレーシア総選挙の現地報告と分析』JAMSディスカッションペーパー、2008年。

⁹ “Mabuk Dunia Maya, Sampai Lupa Etika,” *Kompas*, 23 November 2008.

¹⁰ イクラスル・アマルへのインタビュー、2008年12月10日、バンドン。

一の父」と呼ばれることもあるエンダ・ナスティオン(Enda Nasution)は 3 期程度ではないかと言う¹¹。両者ともブログの世界に新たに参入したブロガーの特徴や活動などから分類を行っている。本稿ではイクラスル・アマルの見方に従いインドネシアのブログを 4 期に分類しよう。

インドネシアのブログの第 1 期は 2000 年前後である。この時期にブログを始めたのがエンダ・ナスティオンやボーイ・アビアント(Boy Aviant)といったブロガーである。彼らがブログを始めた頃の話は個人の活動や日常生活についてであり、インドネシア人ブロガーが非常に少なかったこともあり、英語でブログを書く場合が多かった。因みに、エンダ・ナスティオンとボーイ・アビアントはバンドン工科大学(ITB)の出身である。この 2 人に限らず、インドネシアのブログの世界では先駆的な試みを行ったり、影響力があると思われるブロガーには ITB 出身者やバンドンに縁のあるブロガーが多いことを指摘しておこう。

第 2 期は 2002 年から 2003 年頃である。この時期に特徴的なのはオンライン上でブロガー・コミュニティが登場したことである。インドネシアのブロガー・コミュニティはブロガリアン(Blogerian)やブログバグ(Blogbag)といったオンライン上のブロガー・コミュニティを通じて始まった。その後、マレーシアやシンガポールに見られない興味深い動きが現れている。都市別のブロガー・コミュニティの登場である。

その先駆けが 2002 年 7 月にバンドンに現れたバンドン・ブログ・ビレッジ(Bandung Blog Village: BBV)である。BBVはバンドンに在住している/したことのあるブロガーが対象のコミュニティで現在、常時活発に活動している会員は約 60 名である¹²。後述するようにインドネシアで

¹¹ エンダ・ナスティオンへのインタビュー、2009年1月14日、ジャカルタ。

¹² BBV第2代代表イワヌル・イマン(Ihwanul Iman)へのemailインタビュー、2009年4月27日。

は同種の都市ブロガー・コミュニティが他の都市にも存在するが、BBVはコミュニティに参加する際には定期的に催される会合において他の構成員の承認を必要としており、比較的参加の要件が厳しい。BBVでは週 1 度の会合やスポーツ大会の催しなどの会員間の活動の他に、非会員に対しては高校性を対象にブログを広める活動や著名ブロガーによるトークショーを開催しており、新聞やラジオ等でも度々紹介されている。BBVに続いてインドネシア各地でブロガーのコミュニティが登場し、現在では、ジャカルタ、ブカシ、ジョグジャカルタ、バリ、マカッサル、アチェなどインドネシアの主要な都市部にブロガー・コミュニティが存在する。

ブログの第 3 期は 2004 年頃である。この頃になると、IT 技術者、大学講師、ジャーナリスト、法曹関係者など専門職に就く人々がブログの世界に参入し始めた。因みに、ジャーナリストのブログは個人のブログも多いものの、日刊紙『コンパス』のジャーナリストが投稿するブログを中心に集めた *Kompasiana* のようなサイトも近年登場している。

ブログの第 4 期はここ 2~3 年のことである。特に 2007 年から 2008 年頃にかけて 10 代から 20 代前半の若い世代のブロガーが現れ始めた。そして、この若い世代のブロガーの特徴として、ブログだけでなく、Twitter や後述するフェイスブック (Facebook) などとあわせて活用する傾向がある。

このようにインドネシアのブログはここ 10 年弱でブロガーの社会的背景が多様化するとともに、そうした多様な個人を結びつけるためのブロガー・コミュニティのようなネットワーク形成を促進する仕組みが整備されてきた。その成果は 2008 年 11 月 22 日に開催されたペスタ・ブロガー (Pesta Blogger) の盛況ぶりから知ることができるであろう。

ブロガーの祭りであるペスタ・ブロガーは 2007

年に第 1 回が始まり、“Blogging for Society”をテーマに企画された 2008 年の第 2 回ペスタ・ブロガーには筆者も参加した。2008 年のペスタ・ブロガーはインドネシア各地からジャカルタに約 1500 人のブロガーが集まり¹³、当日の会場となったBPPT (科学技術省の入っているビル) はブロガーでごった返していた。様々なプログラムが朝から夕方まで続いたが、筆者が特に興味深く感じたのは、ペスタ・ブロガーの参加者と協賛者である。参加者についてはインドネシア各地からのブロガーは勿論のこと、オーストラリア、シンガポール、フィリピンといった海外からもゲスト・スピーカーとしてブロガーが参加していた。その中には「ブロガー」の看板で 2008 年の選挙に挑み、下院に当選したマレーシアの著名ブロガーのジェフ・ウィー (Jeff Ooi) の姿もあった¹⁴。協賛者については、IT やメディア関連の民間企業だけでなく、情報省、観光省、科学技術省の 3 省が合同でペスタ・ブロガーに協賛していた。情報省は現役大臣がオープニング・セレモニーで挨拶を行い、他の 2 省からも高官が出席するなど政府もブログに注目している点が見て取れた。また、在インドネシア・アメリカ大使館も協賛者であったことも注目すべき点である。

フェイスブック

ブログとともにここ 2~3 年の間に急速に広まりつつあるのがソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS)¹⁵ である。インドネシアでは 2004 年頃から SNS のフレンドスター (Friendster) が若者を中心に人気があったが、フレンドスターを抑

¹³ “Mabuk Dunia Maya, Sampai Lupa Etika,” *Kompas*, 23 November 2008.

¹⁴ インドネシアのブロガーの多さと政府、企業も一体となったブログの推進活動にジェフ・ウィーも非常に驚いていた様子であった。

¹⁵ SNS とはオンライン上で、趣味、嗜好や価値観等を共有する人々のコミュニティの形成を促進するサービスのことを言う。

えて 2008 年から急速に広まりつつあるのがフェイスブック (Facebook) である。フレンドスターが現在のところ友人探しのツールに留まっているのに対し、フェイスブックはビジネスや選挙キャンペーンのツールとしても用いられ始めており、今後、着実な普及が予想される。筆者の個人的経験を言えば、インドネシアではメディア関連 NGO による討論会やワークショップが催される際にはフェイスブックを通じた通知があり、これが非常に役立った。

選挙とインターネット

2009 年はインドネシアでは 5 年に 1 度の議会選挙と大統領選挙が行われる年だが、オンラインの世界でも選挙に向けて様々な動きがみられる。各政党のホームページ、オンライン・メディアの新たな選挙向けページは当然として、筆者がしばしば確認していたのはメディア NGO の ISAI (Institut Studi Arus Informasi) が 2009 年 2 月に立ち上げた選挙専門サイトの *Kanalpemilu.net* である。*Kanalpemilu.com* は選挙関連の情報が選挙管理委員会、政党、メディアなどに分類されていて使いやすい。また、速報、動画、はては漫画まであってコンテンツは充実している。

また、Web2.0 選挙サイトの試みとして新たに誕生したのが *Politikana* である。*Politikana* とは、ホームページの設立の趣旨をそのまま用いれば「インドネシアのオンライン世代に直接、政治経験を与えることを目指すという大きな認識の下で [運営される] 『政治』に関する意見表出、討論と [それらの] 相互作用の場である¹⁶。」*Politikana* の最大の特徴は登録した一般のブロガー投稿者による記事から構成され、その記事にレーティングが表示される点であろう。

¹⁶ *Politikana* (<http://politikana.com/>) 2009 年 4 月 27 日最終確認。[] は筆者。

Politikana の発行人であるエンダ・ナスティオンによれば、*Politikana* は 2008 年の米大統領選挙で急速に読者数を伸ばしたブログ形式のニュースサイトである *The Huffintong Post* を意識しているという¹⁷。また、*Politikana* はテンポ・グループの全面支援を受けている¹⁸。

さらに、選挙期間中は立候補者本人や支持グループによるフェイスブックを通じたキャンペーンも見られ、フェイスブックの選挙に関するディスカッション・ボードも盛況であった。一方、フェイスブック内で同じ政治的理念や政策志向を持つ集団が「運動」を行うこともある。例えば、今回の選挙ではスハルト体制末期の深刻な人権侵害に加担したとされる元将軍が (副) 大統領に立候補する動きがあるが、この動きに抗議して、4 月末に一部の NGO やメディア関係者のアカウントのトップの写真が一斉に同じイラストに入れ替わった。イラストは、真っ赤な背景にピストルを構えた軍人と思われる人影、事件現場で設置される立ち入りを禁ずる黄色いテープ、被害者をかたどった白い柩、”Awat! Pembunuh Di Skitar Kita (危険！我々の周りに殺人者)” の文字からなっていた。こうしたフェイスブックを使った抗議運動も新しい表現形式として興味深い。

以上のようにインドネシアではマレーシアに劣らず、Web2.0 のサービスを活用したオンライン・メディアが急速に人々の間に普及している現実がある。筆者は両国も含めて東南アジアにおけるオンライン・メディアが政治や人々の暮らしにどのような変化をもたらしているのか、実態を明らかにする必要があると感じている。

¹⁷ エンダ・ナスティオンへのインタビュー、2009 年 1 月 14 日、ジャカルタ。

¹⁸ *Politikana* とテンポ・グループとの提携は、テンポ側から見れば、コンパス・グラメディア・グループが主導し、先行して作られた上述の *Kompasiana* にキャッチアップするための経営面での戦略的な提携であると見ることもできるだろう。