

VU Research Portal

Weaving into Cambodia

ter Horst, G.C.H.

2008

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

ter Horst, G. C. H. (2008). *Weaving into Cambodia: Trade and Identity Politics in the (post)-Colonial Cambodian Silk Weaving Industry*. Eigen Beheer.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

Samenvatting

Verweven met Cambodja: handel –en identiteitspolitiek in de (post)-koloniale Cambodjaanse zijdeweef industrie

Binnen de context van een bloeiende Cambodjaanse zijde-weefindustrie heb ik getracht empirische kennis te genereren met betrekking tot migratiecondities, zakelijke netwerken, identiteitspolitiek en modernisering. Kenmerkend voor de Cambodjaanse zijde-weefindustrie is haar ongemakkelijke positie tussen twee moderniseringsverhalen: een cultureel en een economisch verhaal. Het culturele moderniseringsverhaal koppelt de hedendaagse Cambodjaanse zijde-weefindustrie aan het succesvolle twaalfde-eeuwse Angkor rijk en gaat ervan uit dat de weefsters etnische Khmer zijn. Omdat zijdeweven als een authentieke bezigheid van de Khmer beschouwd wordt, zijn de Cambodjaanse bevolking en haar politieke leiders erg trots op de *'ikat'* geweven zijden kleding en beschouwen zij de *'sampot hol'* als nationale klederdracht. Het culturele moderniseringsverhaal is erg populair in Cambodja. Dit verhaal wordt – in navolging van vroegere Franse kolonisten (Delvert 1961, Henry 1932, Forest 1980) – thans gereproduceerd door hedendaagse Cambodjaanse politici, handelaren, buitenlandse en lokale NGO's, academici en gewone burgers (Green 2003,2004; Dahles en Zwart 2003; Morimoto 1995; Pujebet en Peyre 2001).

Na een jaar veldwerk in de weefdorpen en op de zijdemarkten in Phnom Penh is mij gebleken dat er ook een minder bekend moderniseringsverhaal bestaat over de authenticiteit van de Cambodjaanse zijde-weefindustrie. Zowel de weefsters als de handelaren blijken een Chinese achtergrond te hebben; een

Samenvatting

achtergrond die de weefsters slechts mondjesmaat laten zien, maar waar de handelaren juist erg trots op zijn. Het minder bekende moderniseringsverhaal verwijst niet naar het grote Angkor rijk, maar naar de komst van de meest succesvolle en meest omstreden zakelijke diaspora in Zuidoost-Azië, de etnische Chinezen. De kloof tussen het culturele (Khmer) moderniseringsverhaal en het economische (Chinese) moderniseringsverhaal intrigeerde mij en ik vond het een uitdaging om beide verhalen in kaart te brengen en hun onderlinge relatie te verklaren in dit proefschrift. In hoeverre kan de zijdeweverij in Cambodja als een door de Chinezen geïntroduceerde industrie worden gezien? Waarom wordt zijdeweven in Cambodja zo nadrukkelijk aan het Angkor rijk gekoppeld door de staat, het koningshuis, de buitenlandse ontwikkelingsorganisaties en de toerisme industrie? Waarom presenteren zijdeweefsters zichzelf als authentieke Khmer, terwijl tussen handelaren en groothandelaren zich als (etnisch) Chinezen voordoen? Met andere woorden, en daarmee formuleer ik tevens mijn onderzoeksvraag:

‘Hoe verhoudt de etnisch complexe organisatie van de Cambodjaanse zijde-weefindustrie zich tot twee divergerende moderniseringsverhalen en welke uiteenlopende belangen dienen deze verhalen in het algemeen en binnen de zijdeindustrie in het bijzonder?’

Om deze hoofdvraag te operationaliseren heb ik vier deelvragen opgesteld:

Vraag 1: Onder welke historische omstandigheden zijn Chinese zijdewevers en handelaren naar Cambodja gemigreerd?

Vraag 2: Hoe is het huidige zijdeweefnetwerk georganiseerd in termen van productie en handelsrelaties?

Vraag 3: Hoe passen zijdeproducenten en zijdehandelaren hun identiteit aan binnen de context van de zijde-weefindustrie?

Samenvatting

Vraag 4: Waarom beschouwen zowel etnisch Chinese zijdehandelaren als de Cambodjaanse staat, ontwikkelingsorganisaties, academici en gewone burgers, de zijdeproducten als authentiek Khmer?

De eerste deelvraag heb ik getracht te beantwoorden in hoofdstuk drie van mijn proefschrift. Omdat de weefsters en handelaren van etnisch Chinese afkomst blijken te zijn, ontstond het idee om uit te zoeken om welke redenen zij naar Cambodja gemigreerd waren. Penny Edwards (2001) gaat ervan uit dat de Chinese migratie naar Cambodja op staatsniveau gereguleerd werd en dat China op deze manier overbevolking en armoede tegen wilde gaan. Vooral in de Frans-koloniale periode zou de behoefte aan Chinese arbeidskrachten en handelaren groot zijn geweest; een behoefte die het door oorlog en armoede geteisterde China van de afgrond zou hebben gered (*idem.*). Staten werden ook door vroegere China-deskundigen al aangevoerd als ‘push’ en ‘pull’ factoren van de Chinese migratie naar Zuidoost-Azië (Freedman 1979, Purcell 1965, Willmott 1967).

Sinds kort echter worden deze hypotheses van staatsgereguleerde migratiecondities tegengesproken. Historisch onderzoek in de Zuid-Chinese Pearl River delta heeft aangetoond dat de Chinese migratie naar Zuidoost-Azië geen staatsaangelegenheid was, maar voortkwam uit eeuwenoude individuele handelsstrategieën van welvarende familiebedrijven (cf. Kuhn 2006, Miles 2006, Yang 2006). Ver voor de komst van Europese kolonisten zouden rijke handelsfamilies in Zuidwest-China afgezanten naar Zuidoost-Azië hebben gestuurd (*idem.*). Deze afgezanten zouden de taak hebben gehad te zoeken naar ‘niches’, bijvoorbeeld het weven van zijde, en te peilen of expansie van de zijdehandel over de grens wel winstgevend zou zijn (*idem.*). Bij groen licht van de familieafgezant arrangeerde de rijke zijdehandelaar een ware volksverhuizing en stelde hij duizenden lokale wevers in staat voor hem te gaan werken in Zuidoost-Azië. Via lokale etnische banden zouden ontelbare, los van elkaar opererende zakennetwerken en dito Chinese diasporagemeenschappen zijn ontstaan in Zuidoost-

Samenvatting

Azië (cf. Wilson 2004). Zowel de Chinese als de ontvangende staat zou in deze migratiebewegingen geen enkele rol hebben gespeeld (Kuhn 2006, Wilson 2004).

In hoofdstuk drie kom ik dan ook tot de conclusie dat de komst van Chinese migranten naar Cambodja geen Chinees, Cambodjaans of Frans-koloniaal gereguleerde aangelegenheid was, maar zeer waarschijnlijk werd ingegeven door individuele strategieën van zijde-industriëlen in Shunde County en Nanhai (beiden gelegen in de Pearl River delta) tengevolge van een aantal noodlottige gebeurtenissen. Wat was het geval? Rond het begin van de negentiende eeuw (1821) zakte de wereldprijs van ruwe zijde tot een dieptepunt en was er nauwelijks nog werk voor handelaren en wevers in de Pearl River delta (Cliver 2004, Frederico 1997, So 1986). Ook verloor China in 1841 de eerste Opium oorlog van de Britten en sloten de Britten de haven van Kanton, een haven die van groot belang was voor de Pearl River zijdehandelaren. Tot overmaat van ramp werd de Pearl River delta geteisterd door Red Turban revolutionairen (1851-1864) die de moerbeibomen en de weefgetouwen van de weefsters verwoestten. Het was in deze politiek zeer bewogen en economisch zeer ongunstige periode dat rijke zijde-industriëlen uit de Pearl River, met in hun kielzog duizenden weefsters, besloten te migreren naar Zuidoost-Azië (onder andere naar Cambodja) met zijn in economisch en politiek opzicht gunstiger zakenklimaat. Uit grafonderzoek van de Amerikaanse antropoloog William Willmott (1967) blijkt bijvoorbeeld dat zeer veel Kantonezen in de Cambodjaanse zijderegio's afkomstig zijn uit twee Pearl River regio's, Shunde County en Nanhai. Met andere woorden, de 'roots' van het merendeel van de hedendaagse Cambodjaanse zijde-weefsters ligt niet in het grootste Khmer rijk ooit, Angkor, maar in de Zuid-Chinese Pearl River delta. Ook meen ik te kunnen concluderen dat de Chinese of Khmer staat niet verantwoordelijk is geweest voor de komst van de Kantonese

Samenvatting

zijdeweefsters, maar dat de Kantonese zijdehandelaren en weefsters zichzelf letterlijk en figuurlijk Cambodja in geweven hebben.

In hoofdstuk vier heb ik mijn blik op de hedendaagse zijde-weefindustrie gericht en getracht de tweede deelvraag te beantwoorden: hoe is de hedendaagse zijde-weefindustrie georganiseerd in termen van productie en handelsrelaties. Volgens diverse auteurs heeft de Cambodjaanse discours over Khmer authenticiteit zijn oorsprong onder de Frans-koloniale elite en kan daarom als oriëntalistisch (Said 1995) beschouwd worden. Het zou de Frans-koloniale 'School der Cambodjaanse Kunst' geweest zijn die de *sampot hol* als authentiek Khmer heeft geconstrueerd en deze constructie werd door de postkoloniale Cambodjaanse elite overgenomen (Edwards 1999, Muan 2001).

Hoewel ik het eens ben met het argument dat de Khmer authenticiteit van de *sampot hol* sociaal geconstrueerd is, deel ik niet de mening dat Franse kolonisten daar verantwoordelijk voor zijn. Zoals ik al beschreven heb in hoofdstuk drie, was het een Kantonese migrantenelite aan het einde van de negentiende eeuw die er economisch belang bij had om een nieuwe zijde-markt aan te boren in Cambodja en hun *sampot hol* te verkopen aan de Cambodjaanse elite. In lijn met de wens van de culturele elite in Cambodja werd de *sampot hol* al snel omgedoopt tot een authentiek Khmer kledingstuk, een omdoping die winstgevend was voor zowel de Kantonese als de Cambodjaanse elite.

Hoewel er veel over het culturele moderniseringsverhaal van de Cambodjaanse weefindustrie is gepubliceerd (Green 2003, 2004; Morimoto 1995), is er maar weinig bekend over de rol van de Chinezen in het economische moderniseringsproces van het zijdeweven. Vanwege de geringe belangstelling voor het economische moderniseringsproces van het zijde weven weten we niet waar de

Samenvatting

zijden kleding geweven wordt, hoeveel zijdewevers er zijn, waar ze wonen, wat voor zijdeweeftechnieken ze gebruikt en hoe arbeidsintensief het weven van een *sampot hol* is, hoe de weefsters aan hun ruwe materialen komen, wat voor rol tussenhandelaren daarin spelen, wie de tussenhandelaren zijn, wie de *sampot hol* verkoopt, wie de groothandelaren zijn, of wie de klanten zijn.

In hoofdstuk vier heb ik getracht de economische basis van het zijdeweven te beschrijven en heb ik aangetoond dat de Cambodjaanse zijde-weefindustrie gemoderniseerd is van een bescheiden dorpsindustrie in de twintigste eeuw tot een gelaagd wereldwijd netwerk in de 21^{ste} eeuw. Ten opzichte van de jaren negentig is de industrie zelfs met honderd procent gegroeid van 10,000 naar 20,000 weefgetouwen (Dongelmans, Seng and Ter Horst 2005). Net als hun voorouders wonen en werken de weefsters nog steeds aan de rivierbanken van de Mekong en Bassac rivieren in de vier provincies, Takeo, Kandal, Prey Veng en Kampong Cham. Met uitzondering van een paar ontwikkelingsprojecten wordt ruwe zijde niet meer geproduceerd door de Cambodjaanse weefsters zelf, maar geïmporteerd uit Uzbekistan, Vietnam en China door vijf groothandelaren in de hoofdstad van Cambodja, Phnom Penh.

De vijf groothandelaren die ik geïdentificeerd heb verkopen de ruwe zijde niet zelf aan de weefsters maar hebben daarvoor tussenhandelaren gecontracteerd, woonachtig in de weefregio's. Deze tussenhandelaren, honderd in totaal, geven ook de orders van de groothandelaren door aan de weefsters, orders afkomstig van Cambodjaanse klanten uit binnen- en buitenland. Uit dit onderzoek blijkt tevens dat zestig procent van de totale productie van de *sampot hol* 'in de diaspora verdwijnt', een productie die grotendeels opgekocht wordt door diaspora Khmers woonachtig in de Verenigde Staten, Australië en Frankrijk. Behalve van de groothandelaren kopen Cambodjanen uit binnen- en buitenland ook *sampot hol* van

Samenvatting

verkoopsters op de vier belangrijke markten in Phnom Penh: de Centrale Markt, de Russische markt, de Olympische markt en de Oude markt; ten tijde van mijn veldwerk 169 in totaal.

Ondanks de verandering van de Cambodjaanse zijde-weefindustrie tot een gelaagd wereldwijd zijdenetwerk in de 21^{ste} eeuw vertoont de structuur van het netwerk nog steeds de hiërarchische contouren van een piramide, met aan de top vijf groothandelaren, in het midden honderd tussenhandelaren en meer dan honderdvijftig marktverkopers en onderaan 20,000 zijdeweefsters. De netwerkdominantie van een kleine elite roept zowel herinneringen op aan verticale etnisch Chinese zakenstructuren zoals de '*kongsi*' en aan zakenpraktijken die Karl Marx benoemde met termen als onproductief, exploitatief en corrupt. Uit mijn onderzoek blijkt echter dat de weefsters en tussenhandelaren niet in verzet komen tegen de macht van de groothandelaren, maar hun afhankelijke positie accepteren. Zoals James Scott (1976) al zei, is uitbuiting geen universeel wetenschappelijk concept maar een kwestie van moraliteit die per regio kan verschillen. In Zuidoost-Azië bijvoorbeeld zijn hiërarchische relaties, ook wel patroon-cliëntverhoudingen genoemd, veel meer geaccepteerd dan in het Westen. In dit licht speelt wellicht ook het Boeddhistische concept *merit* een rol, namelijk het principe waarbij Boeddhistische monniken het succes of falen van iemand toeschrijven en accepteren aan de hand van gebeurtenissen in eerdere levens.

In hoofdstuk vijf heb ik in antwoord op de derde deelvraag getracht grip te krijgen op de overlappende en conflicterende identiteiten van de zijdewevers en de verschillende soorten handelaren. De zijdewevers en verkoopsters op de toeristenmarkten presenteren zich conform het culturele moderniseringsverhaal als etnische Khmer; de groothandelaren en tussenhandelaren doen zich conform het economische verhaal voor als etnische Chinezen. Dit is niet altijd zo geweest. Op de voorkant van mijn dissertatie zien we een foto van een

Samenvatting

Cambodjaanse weefster uit 1921 die een Chinese zwarte leren broek draagt. Op de palen van haar huis zien we ook Chinese welkomsttekens staan. Vandaag de dag echter dragen de weefsters geen zwarte leren broeken meer maar louter nog katoenen of zijden *sarong* conform het beeld van de geassimileerde Khmer. De tussenhandelaren en groothandelaren wonen daarentegen in Chinese huizen, dragen moderne broeken en overhemden en presenteren zich conform het beeld van de moderne Chinese zakenman. Waarom presenteren wevers, tussenhandelaren en groothandelaren, veelal behorend tot dezelfde etnisch Chinese diaspora, zich etnisch zo verschillend?

Om dit te begrijpen is het nodig een materialistische kijk op het onderwerp te hanteren en de ongelijke productieverhoudingen van Marx te verbinden met de bijbehorende levensstijlen. Hoewel het besef van het bestaan van strategische en situationele identiteiten niet nieuw is binnen de sociale wetenschappen, verbinden nog weinig sociale wetenschappers deze identiteiten met netwerkposities en ongelijke arbeidsverhoudingen. De etnisch Chinezen in Cambodja zijn geen homogene groep maar vertonen onderlinge verschillen. Deze verschillen kunnen niet genealogisch verklaard worden, maar blijken symbolisch geconstrueerd te zijn om uiteenlopende posities in het productie- en handelsproces te classificeren. De geconstrueerde etnische verschillen tussen de zijdeproducenten en zijdehandelaren grijpen terug op de wijze waarop Abner Cohen (1990 [1974]) etniciteit al zag, namelijk als zijnde gerelateerd aan het opkomend kapitalisme en arbeidsspecialisaties.

In dit proefschrift kom ik tot de conclusie dat de Khmer en de Chinese etnische identiteiten in de Cambodjaanse zijde-weefindustrie ingezet worden om verschillen te markeren tussen producenten en handelaren, juist omdat die etnische verschillen er niet zijn. De staat als panoptisch oog (Foucault 1980) speelt in dit proces geen belangrijke rol meer. Een vaak gehoord argument is dat de weefsters

Samenvatting

hun Chinese identiteit niet meer willen profileren sinds het anti-Chinese Pol Pot regime. Maar datzelfde zou dan ook moeten gelden voor de groothandelaren en tussenhandelaren, die eenzelfde verleden hebben. In hoofdstuk vijf hebben we echter kunnen zien dat groothandelaren en tussenhandelaren zichzelf weer trots presenteren als etnische Chinezen. Het heeft er dus alle schijn van dat niet de staat, maar de lokale arbeidsverhoudingen tussen weefsters en de handelaren het verschil in etnische presentatie genereren. Ik kwam eens een weefster tegen die het volgende vertelde;

'Ik ben Khmer, ik volg de Khmer Boeddhistische leer en weet helemaal niets meer van mijn Chinese voorouders. Mijn tussenhandelaar is een oudere neef van mij. Hij is Chinees ... Waarom is hij Chinees en ik niet? ... Gewoon, omdat hij tussenhandelaar is. Tussenhandelaren zijn Chinezen, zij hebben geld en macht'.

Bovenstaand voorbeeld geeft aan hoe instrumenteel de weefster en de tussenhandelaar, hoewel familie van elkaar, hun identiteit construeren ten opzichte van elkaar. Etniciteit heeft in dit voorbeeld weinig te maken met een gezamenlijke voorouderlijke afkomst, met gedeelde familiebanden of een gedeeld staatsburgerschap, maar is een symbool dat verschillende arbeidsverhoudingen en sociale posities uitbeeldt. De Chinese identiteit refereert in dit geval naar economische welvaart, patroonposities en ondernemerschap, terwijl de Khmer identiteit een armoedige, ondergeschikte arbeiderspositie uitbeeldt. Waar etniciteit vaak culturele verbondenheid symboliseert, wordt etnische identiteit hier ingezet om die verbondenheid te verbreken en het verschil in sociale en economische positie tussen familieleden te legitimeren.

In de symbolische orde van de Cambodjaanse economie zijn Chinezen dus de handelaren met geld en zijn de Khmer de arbeiders die daarvan afhankelijk zijn. In de symbolische orde van Cambodja kan een tussenhandelaar dus alleen de arbeidskracht van de weefsters

Samenvatting

'bezitten' (Marx) als hij Chinees is of in ieder geval wordt. Een tussenhandelaar, al is zij als een Khmer weefster gesocialiseerd, zal de Chinese levensstijl van de rijke handelaar moeten overnemen om sociaal te klimmen. Op zich is dat niet nieuw. Zoals de religieuze en symbolische antropologie al eerder geïllustreerd heeft, wordt identiteit symbolisch geconstrueerd in relatie met anderen, zoals dat bijvoorbeeld het geval is bij imitatie, wanneer men letterlijk culturele codes van meer invloedrijke anderen kopieert om sociaal te klimmen of om een bereikte sociale status zichtbaar te maken (Jackson 2006: 326). Vooral in samenlevingen met een hoog analfabetisme-cijfer zien we dat leren een kwestie van observatie en imitatie is, en dat rol-identiteiten belangrijke vormen van kapitaal zijn (*ibid.*)

In overeenstemming hiermee is ook de observatie van de Amerikaanse socioloog Erving Goffmann (1959) dat mensen rollen spelen om een stigma kwijt te raken en/of succesvol met andere mensen te onderhandelen. In wat Goffmann noemt 'impressie management' spelen mensen publiekelijk rollen waarin ze gezien willen worden en vallen ze thuis terug op een identiteit die dichterbij henzelf ligt (*ibid.*). Met andere woorden, en aldus de derde vraag beantwoordend, de conflicterende identiteiten van de zijdeproducenten en handelaren moeten niet gezien worden als 'echte' etnische verschillen, maar als geconstrueerde levensstijlen, die horen bij de arbeiders- of handelsklasse van het zijdenetwerk.

In hoofdstuk zes heb ik de vierde deelvraag beantwoord en geprobeerd uit te zoeken waarom de producenten en handelaars van *sampot* zich als etnisch Chinees presenteren, terwijl de '*sampot*' zelf vervolgens conform het traditionele moderniseringsverhaal verkocht worden als authentiek Khmer. Met behulp van Walter Benjamin's (1940) concept van de 'traditionele moderniteit' en Jean Baudrillard's (1998 [1970]) idee van de 'consumptiemaatschappij' heb ik aangetoond dat de etnisch Chinese zijde- handelaren in Cambodja economische motieven hadden om de *sampot hol* als traditioneel Khmer te verkopen. Volgens

Samenvatting

Benjamin (1940) bestaat er niet zoiets als postmoderne vooruitgang, maar moet moderniteit beschouwd worden als een ruïne in een nieuw kapitalistisch jasje. Karakteristiek voor zijn perceptie van traditionele moderniteit is het schilderij 'Angelus Novus' van de Amerikaanse schilder Paul Klee, dat een engel laat zien die vooruit geblazen wordt door een kapitalistische storm. De engel kijkt echter niet naar voren, maar richt haar gezicht naar het verleden. Baudrillard (1998 [1970]) vrij vertalend voegt hieraan toe dat de engel achteruit kijkt omdat de postmoderne mens graag tradities consumeert en dus verantwoordelijk is voor een traditionele moderniteit.

De keuze van etnisch Chinese zijdehandelaren om *sampot hol* conform het traditionele moderniseringsverhaal als authentiek Khmer te verkopen, moet vooral worden gezien als een reactie op consumptiegedrag. In hoofdstuk zes heb ik mij daarom gericht op het consumptiegedrag van zijdeklanten. Ten eerste speelt de Cambodjaanse staat een belangrijke rol in het consumptiegedrag van de lokale bevolking en de marketing van *sampot hol* als traditionele Khmerproducten. Zoals gezegd, is de *sampot hol* in Cambodja gedefinieerd als nationale kleding door zowel de prekoloniale, koloniale als postkoloniale staat (Edwards 1999, Muan 2001). Ook na de mislukte revolutie van Pol Pot bleef de *sampot hol* een belangrijk nationaal symbool, omdat de Cambodjaanse staat veel belang had bij het creëren van rust en onderlinge eenheid. Om het trauma van de mislukte Pol Pot revolutie te verwerken en het onderlinge vertrouwen terug te winnen koos het naoorlogse 'People's Republic Kampuchea' regime (1979-1989) voor een traditioneel moderniteitspad, met Angkor Wat als nationaal symbool. Alle Cambodjaanse cultuur, inclusief het zijdeweven, kan in het staatsverhaal niet anders dan afkomstig zijn uit het Angkor rijk.

Ten tweede spelen de leden van het Cambodjaanse koningshuis een belangrijke rol in het consumptiegedrag van de Cambodjaanse bevolking en de marketing van *sampot hol* als authentieke

Samenvatting

Khmerproducten. De leden van het koningshuis dragen altijd een *sampot hol* bij officiële ceremoniële gelegenheden en geven zodoende ook een duidelijke boodschap af aan de Cambodjaanse bevolking dat de *sampot hol* een traditionele vorm van Khmer modernisering is. Immers, de koningen zijn rechtstreekse afstammelingen van Jayavarman VII, de architect van het Angkor Wat tempelcomplex. Veel Cambodjanen voelen zich sterk verbonden met het koningshuis en dragen net als de koning een *sampot hol* bij ceremoniële plechtigheden.

Ten derde speelt het consumptiegedrag van Cambodjaanse vluchtelingen een belangrijke rol in de marketing van *sampot hol* als authentiek Khmer. Van de vele Cambodjanen die vlak voor en tijdens de *Khmer Rouge* revolutie hun moederland ontvlucht zijn, zijn ongeveer 500,000 in de diaspora blijven leven (Poethig 1997). Velen keren jaarlijks terug naar Cambodja en kopen daar *sampot hol*, uit nostalgische overwegingen of voor ceremoniële doeleinden, maar soms ook om te verhandelen in hun nieuwe thuisland.

Tenslotte speelt het consumptiegedrag van buitenlandse toeristen een belangrijke rol in de marketing van de *sampot hol* als authentiek Khmer. Nadat Angkor Wat officieel tot UNESCO Wereld Erfgoed omgedoopt werd in 1992, steeg het aantal toeristen van 9,000 in 1993 tot 1 miljoen in het jaar 2005 (Ministry of Tourism 2005). Grote en kleine ontwikkelingsorganisaties gingen zich vanaf dat moment bezighouden met het van de ondergang redden van de Cambodjaanse weefcultuur, een cultuurgood dat – zo men zegt - zijn oorsprong kent in het Angkor Wat rijk. Het reddingsverhaal van een authentieke Khmer weefcultuur spreekt erg tot de verbeelding van de toeristen ter plekke, die net als alle andere toeristen hunkeren naar authenticiteit (Cohen 1988, MacCannell 1973, Urry 1990).

Mijn vierde deelvraag tenslotte richt zich op deze veronderstelde Khmer authenticiteit van het zijdeweven in Cambodja. Hoe komt het

Samenvatting

dat zowel etnisch Chinese zijdehandelaren als de Cambodjaanse staat, ontwikkelingsorganisaties, academici en gewone burgers het verhaal van de Khmer authenticiteit zo gretig omarmen? Het traditionele Khmer moderniseringsverhaal van de *sampot hol* is uiterst winstgevend voor de etnisch Chinese zijdehandelaren. De etnisch Chinese zijdehandelaren hebben zakelijk uitstekend begrepen dat Khmer zijde, als merknaam, uiterst gewild is op de zijdemarkten. Zij hebben er begrijpelijkerwijs geen enkel belang bij het Khmer moderniseringsverhaal af te vallen en hun klanten te wijzen op een vervalsing van de Cambodjaanse geschiedschrijving. Sterker nog, door zich ondergeschikt te maken aan het Khmer moderniseringsverhaal hebben de etnisch Chinese weefsters en handelaren zich letterlijk en figuurlijk Cambodja in kunnen weven.