

VU Research Portal

Experiences of Hmong Women Engaging in Tourism-related Activities in Sa Pa, Northwestern Vietnam

Lê, T.D.D.

2015

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

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

citation for published version (APA)

Lê, T. D. D. (2015). *Experiences of Hmong Women Engaging in Tourism-related Activities in Sa Pa, Northwestern Vietnam*.

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

SUMMARY IN DUTCH

Dit proefschrift onderzoekt hoe de intersectie van gender en etniciteit de werkervaringen en huiselijke omstandigheden van Hmong vrouwen, werkzaam in toerisme-gerelateerde activiteiten in Sa-Pa in noordwest Vietnam, beïnvloedt. Conceptueel is dit onderzoek gebaseerd op theorieën van gender en etniciteit, en hedendaagse debatten omtrent agency. Aangezien deze studie zich vooral richt op de ervaringen zoals beleefd door de Hmong vrouwen zelf en de strategieën die zij gebruiken om te onderhandelen over hun eigen rol en machtspositie binnen de begrenzings van een traditioneel systeem, meer dan op de aard van het werk dat zij doen, is er gekozen voor een kwalitatieve en context analyse benadering. Voor de dataverzameling werd gebruik gemaakt van participerende observatie en diepte interviews.

De keuzes van de Hmong vrouwen voor het werken in de toerisme sector worden bepaald door de dynamiek van gender en etniciteit. Hun ervaringen laten zien dat ze continu hun economische mogelijkheden, gender restricties, lokale restricties en eigen wensen tegen elkaar afwegen. Mijn bevindingen benadrukken het belang van het gebruik van het concept sociale locatie, wat betekent dat de positie van de vrouwen wordt bekeken vanuit hun positie binnen een patriarchale samenleving en in het bijzonder hun positie als etnische minderheid tegenover een meerderheid van etnische Kinh. Het concept sociale locatie is een goed instrument om de levenservaringen van de vrouwen, en de manier waarop zij hieraan betekenis geven, vast te leggen.

Het onderzoek naar de invloed van etniciteit op de Hmong vrouwen laat zowel etnische acceptatie als buitensluiting zien. De ontwikkeling van het toerisme is marktgedreven, maar door de staat gereguleerd. De ontwikkeling van het toerisme door de staat bevoordeelt sommige lokale groepen over andere groepen. Het staatsbeleid is gebaseerd op negatieve stereotyperingen en misvattingen over de Hmong en biedt kansen voor andere groepen, voornamelijk de Kinh, om een monopolie positie te verkrijgen in de toerisme sector door de Hmong buiten te sluiten. Ook de Dao vrouwen proberen de Hmong vrouwen van bepaalde toeristische voordelen uit te sluiten. Echter het beleid waarbij stereotypische beelden van etnische minderheden vermarkt worden

geeft de Hmong vrouwen een unieke kans om hun etniciteit ten gelde te maken.

De ervaringen van Hmong vrouwen in toerisme-gerelateerde activiteiten tonen aan dat de Hmong gender normen ten aanzien van de plichten en verantwoordelijkheden van de vrouw een grote invloed hebben op het besluit van de Hmong vrouwen om al dan niet te werken. In lijn met bestaand onderzoek naar gender en werk leg ik de nadruk op agency. De ervaringen van Hmong vrouwen in toerisme-gerelateerde activiteiten laten zien dat Hmong vrouwen een scala aan factoren afwegen in hun beslissingen over werk, waaronder economische kansen, lokale beperkingen, verwachte opbrengsten van het werk, en hun 'sociale locaties'. De Hmong vrouwen moeten verschillende beslissingen maken met betrekking tot werk: is het relevant voor hun interesses, kunnen ze gebruik maken van hun talenten, kunnen ze hun specifieke culturele gebruiken en tradities behouden en toch hun inkomen diversifiëren?

Op een vergelijkbare manier vereisen de 'onderhandelingsprocessen' waar vrouwen in toerisme-gerelateerde activiteiten gebruik van maken om succesvol te zijn op de arbeidsmarkt een diversiteit aan strategieën en tactieken. Het feit dat zij deze strategieën effectief kunnen gebruiken ondanks dat ze hen niet eigen zijn toont aan dat de vrouwen een hoge mate van 'agency' en doelgerichtheid laten zien ten aanzien van het bereiken van hun doelen. Onderhandelingsstrategieën bestaan onder andere uit het creëren van hun eigen economische ruimte, het omzetten van cultureel kapitaal naar economisch kapitaal, de keuze van handelspartners, en het weerstaan van de commodificatie van hun identiteit door de staat en door de dominante Kinh meerderheid. Deze strategieën tonen de 'dagelijkse politiek' van de Hmong vrouwen en hun verlangen om hun minderwaardige positie ten aanzien van gender, etniciteit en klasse in hun eigen omgeving te boven te komen. Mijn bevindingen bevestigen tevens eerdere analyses dat de Hmong hun rol als protagonisten aannemen door zich actief te mengen in hun sociaal-economische ontwikkeling, terwijl zij tevens proactief hun manier van leven beschermen.

Door onderzoek te doen naar de ervaringen van Hmong vrouwen in toerisme-gerelateerde activiteiten leg ik de nadruk op de vraag hoe het buitenshuis werken hun levens en zelfpercepties heeft beïnvloed. Mijn bevindingen laten zien dat Hmong vrouwen in twee werelden tegelijk lijken te leven, en dat dit resulteert in een leven van

tegenstellingen en spanningen. De ‘Kinh en de internationale wereld’ biedt plezier, voldoening en vrijheid van patriarchale beperkingen. Bovendien hechten de vrouwen veel waarde aan de romantische relaties met jongens die zij ontmoeten tijdens hun werk. De Hmong vrouwen halen emotionele genoegdoening uit deze relaties en zien ze als een vorm van therapie die hen helpt om te gaan met de moeilijkheden die ze in hun dagelijks leven tegenkomen, waaronder het vinden van een huwelijkspartner, het harde werken in de rijstvelden, het huishoudelijk werk, en de stress van echtgenoten die buitenechtelijke affaires hebben.

Echter de huiselijke sfeer verwacht dat vrouwen zich schikken naar gender discoursen die hen opleggen hoe zij zich moeten gedragen om goede Hmong vrouwen te zijn. Culturele percepties over werk en hun rollen binnen het gezin zijn gevormd door normen over mannelijkheid en vrouwelijkheid. Opvattingen van de Hmong vrouwen over zichzelf zijn gevormd door verhalen en roddels over goede en slechte Hmong vrouwen, en door culturele opvattingen over het huwelijk en erfgoed. Om deze tegenstelling te kunnen hanteren hebben de Hmong vrouwen strategieën ontwikkeld om tegemoet te komen aan hun verlangen om te werken en een beter leven te hebben zonder bestaande gender relaties te veranderen.

Deze strategieën bestaan uit het manipuleren van machtsrelaties die aan de basis staan van arbeidsverdeling en het mannelijk gezag in het gezin. De Hmong vrouwen kiezen ervoor een ondergeschikte rol aan te nemen ten opzichte van hun echtgenoten. Echter, de Hmong vrouwen zijn bedreven in het aanwenden van de vaardigheden die ze hebben geleerd in hun werk in toerisme om de weerstand van hun echtgenoten tegen veranderingen in de op gender gebaseerde arbeidsverdeling thuis en het werken buitenshuis te reguleren. Hun belangrijkste manier om het machtsverevenwicht te bewaren is door ervoor te zorgen dat hun echtgenoten zich gesterkt voelen in hun dominante rol in het gezin en zich gerespecteerd weten als voornaamste kostwinnaars

Mijn onderzoek toont het belang aan van het begrip agency voor het begrijpen van de levens van de vrouwen. De ervaringen van de Hmong vrouwen in de verschillende toerisme-gerelateerde activiteiten zijn complex en afhankelijk van hun sociale locaties en persoonlijke agency. De Hmong vrouwen in dit onderzoek tonen twee verschillende vormen van agency: Ten eerste in hoe zij omgaan met hun instabiele

politieke en economische status waarbij zij proberen voordeel te halen uit toerisme, en ten tweede in hoe zij omgaan met hun behoeftes, waaronder de behoefte om te ontsnappen aan verveling, om romantische relaties buitenshuis aan te gaan, en om hun werk te blijven doen ondanks de problemen die zij tegenkomen.