

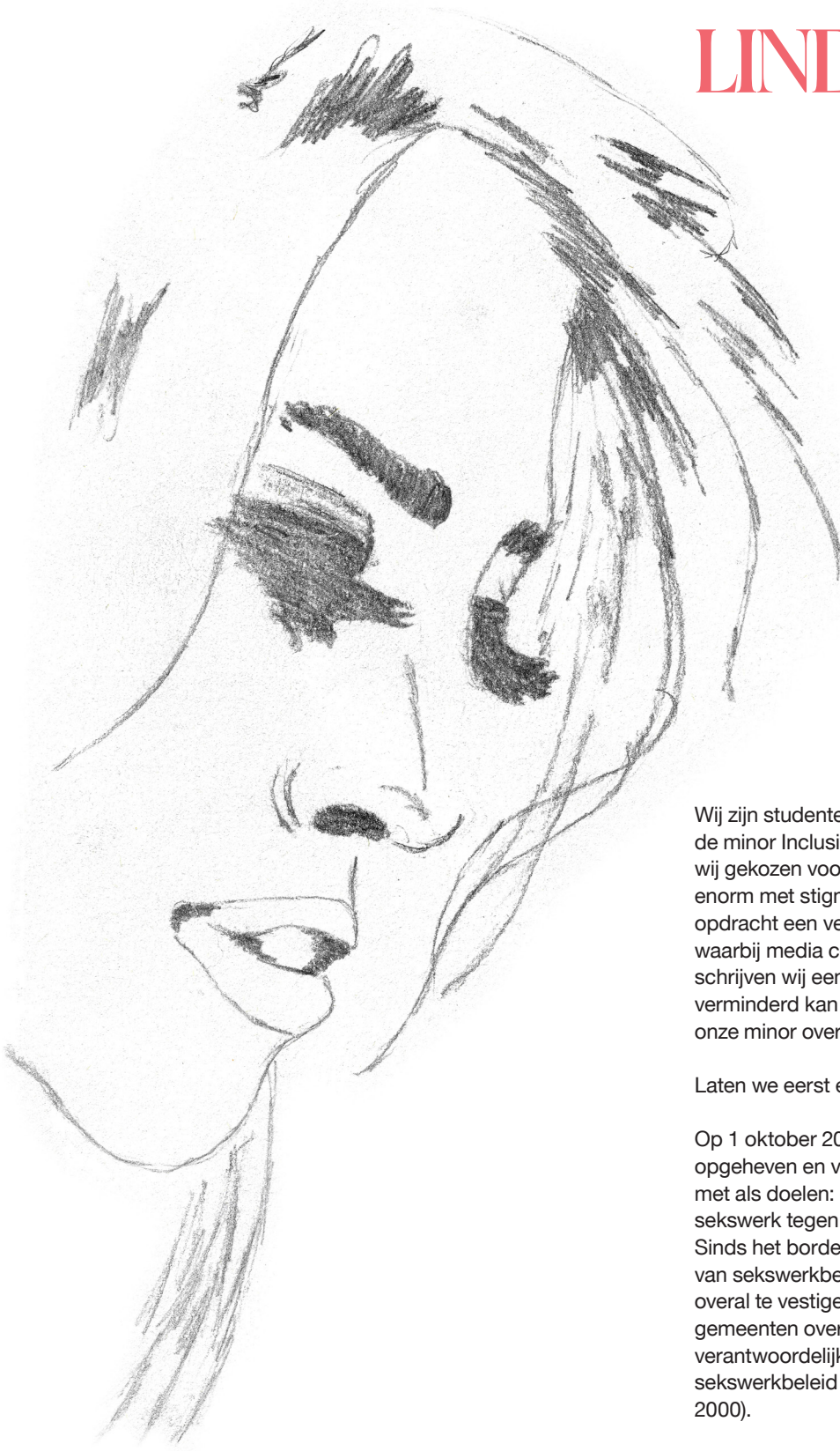
HAND. **reiking**

SEKSWERK EN STIGMA

**HAAGSE
HOGESCHOOL**
X
LINDA.meiden
X
RED INSIGHT

**HOVEEL INVLOED
HEEFT DE MEDIA?**

Lieve LINDA.meiden.



Wij zijn studenten van de Haagse Hogeschool en wij doen de minor Inclusiviteit in de stad. Tijdens deze minor hebben wij gekozen voor de doelgroep sekswerkers, omdat zij enorm met stigma te maken hebben. We hebben voor deze opdracht een veldtrip en een dialogotafel georganiseerd waarbij media centraal stond. Met deze handreiking schrijven wij een advies hoe het stigma over sekswerkers verminderd kan worden. Dit schrijven wij in opdracht van onze minor over Inclusiviteit in de stad.

Laten we eerst even teruggaan naar het begin.

Op 1 oktober 2000 is het algemeen bordeelverbod opgeheven en vervangen door een vergunningstelsel, met als doelen: de regulering op het sekswerk, onvrijwillig sekswerk tegen te gaan en misstanden te bestrijden. Sinds het bordeelverbod is opgeheven, zijn exploitanten van sekswerkbedrijven in principe vrij hun bedrijven overal te vestigen. Omdat het niet de bedoeling is dat gemeenten overspoeld raken door seksbedrijven, zijn zij verantwoordelijk voor het ontwikkelen en uitvoeren van sekswerkbeleid op lokaal niveau (Ministerie van Justitie, 2000).

Hiernaast gaat sekswerk gepaard met veel stigma en vooroordelen (hier later meer over). Dit maakt dat gemeenten ook beïnvloed raken door deze stigma's, wat er voor zorgt dat het voor sekswerkers lastig is een plekje te veroveren waar zij hun recht op vrije beroepskeuze kunnen verwezenlijken. Zélf in een land als Nederland waarin vrijheid zo voor het grijpen ligt. Een van de oudste beroepen ter wereld wordt niet erkend: sekswerk. En dat in dit vrije, liberale Nederland. Maar waarom mogen ze niet meedoen in de maatschappij?

Iedereen sluit wel eens uit. Dit doen we niet bewust. Helaas is het effect groot. Sociale uitsluiting is volgens de theorie van Schuyt (2000) een opeenstapeling van drie uitsluitingsvormen; er niet bij mogen horen, er niet bij kunnen horen en er niet bij willen horen. Er niet bij mogen horen heeft betrekking op het opzettelijk uitsluiten van bepaalde groepen op basis van een bepaalde morele waardering. Niet mee mogen doen ontwikkelt zich op basis van vooroordelen, stereotypering en discriminatie. Het er niet bij kunnen horen heeft twee aspecten: a) degene die niet mee kunnen doen ten gevolge van handicaps, en b) zij die niet mee kunnen doen door het onvermogen ten gevolgen aan de 'eigen schuld'. Degenen die zich uitgesloten voelen kunnen, ten

gevolge van het niet mee mogen en kunnen doen, zelf besluiten er niet bij te willen horen. Hierdoor ontstaat er zelfuitsluiting en zelfstigmatisering. Het publiekelijk stigma is geïnternaliseerd, wat van de drie uitsluitingsvormen het meeste overeenkomt met wat sekswerkers meemaken (Schuyt, 2000).

Binnen uitsluiting worden sekswerkers voornamelijk op sociaal gebied uitgesloten. Denk hierbij aan participatie, financieel en toegang tot sociale grondrechten. De ontwikkeling van sociale uitsluiting van bepaalde groepen is niet constant in de tijd. Deze wordt beïnvloed door het discours. De werking hiervan wordt door Ward beschreven (2009) en betreft de beeldvorming over groepen zoals die ontstaat in de media, maatschappelijke debatten en instituten. De algemeen aanvaarde normen en waarden veranderen hierdoor.

Zo wordt in het discours doorgaans de bestaande norm herbevestigd. Dit heeft als gevolg dat afwijken hiervan tot extra stigmatisering leidt. Dit werpt aanvullende obstakels op bij het streven naar inclusie. Minderheden, die niet aan de norm voldoen, lopen hierdoor tegen belemmeringen aan. Daarnaast versterkt het discours machtsverhoudingen. Elias & Scotson betogen dat in het discours degenen die aan de norm kunnen voldoen worden geprezen. Zij die dat niet doen worden juist gestigmatiseerd (Elias & Scotson, 1994).

Ten slotte is het discours van invloed op de zelfperceptie van de uitgeslotene. Het stereotype beeld dat van hen wordt geschetst gaat na verloop van tijd bepalend zijn voor diens gedrag. Dit draagt dan weer bij aan de beeldvorming in het discours. Als gevolg van deze mechanismen in het discours verheft het isolement van de doelgroep zich. Zij komen in een negatieve spiraal terecht, waardoor ze nog meer worden afgesloten van de maatschappij.

Sekswerkers blijken in dit mooie vrije landje behoorlijk uitgesloten te worden van hypotheek aanvragen, baan wisselen en open kunnen zijn over wat je doet en wie je bent. Daarom maken ze gebruik van schuilnamen. Het zouden slachtoffers zijn, die achter de ramen weggestopt door foute pooiers, mishandeld, gedwongen en geslagen worden. Dit zijn slachtoffers van mensenhandel en seksuele uitbuiting. Niet te verwarren met sekswerk.

Heeft ze als sekswerker zin? Maakt niet uit, ze doet haar werk. Net als de kassamedewerker, het slachthuispersoneel, de bouwvakker, de zorgmedewerker en de CEO. Ze dragen allemaal hun steentje bij in de samenleving. Waarom worden zij dan niet ondergewaardeerd? Van waar die ongelijkwaardige benadering tussen deze beroepen?

Waar zit het humane; de vrouw die zorgt voor de toegang tot aanraking, een van de meest belangrijkste menselijke behoeftes. De sterke vrouw die haar hoofd boven water houdt. Niet alleen voor haar gezin en geliefde, maar hopelijk ook voor haar eigenwaarde. Ze doet het, ze staat ervoor.

In deze handreiking geven wij een advies om stigma over sekswerkers te verminderen.

LEESWIJZER In hoofdstuk 1 gaan we in op uitsluiting en stigma rondom sekswerk. We bekijken wat stigma met sekswerk te maken heeft en hoe het verminderd kan worden. Dit doen we op basis van vijf gebieden, namelijk beleid, wonen, werken, onderwijs en gezondheid.

In hoofdstuk 2 gaat het over de invloed van de media en vooral over het effect van de media op de samenleving. We gaan dieper in op hoe journalistiek de samenleving kan sturen.

In hoofdstuk 3 gaat het over de LINDA.meiden. Hierin leggen wij uit waarom wij voor dit tijdschrift hebben gekozen en de potentie die wij zien met de LINDA.meiden.

In hoofdstuk 4 vertellen we over ervaringsverhalen en hoe deze al worden toegepast.

In hoofdstuk 5 geven wij een concreet advies, waarin we onze visie naar voren brengen over hoe het stigma op sekswerkers verminderd kan worden. •

Liefs, Josan, Fleur, Fénise, Melissa en Joanne

INHOUDSOPGAVE

- 6 HOOFDSTUK 1 stigma over sekswerkers
- 11 HOOFDSTUK 2 de invloed van media
- 14 HOOFDSTUK 3 LINDA.meiden
- 17 HOOFDSTUK 4 Ervaringsverhalen
- 21 HOOFDSTUK 5 Advies en conclusie
- 24 DANKWOORD
- 25 BEGRIPPENLIJST
- 27 LITERATUURLIJST



Ons team

Linksachter Fénise Linksvoor Joanne
Midden Josan Rechtsvoor Fleur
Rechtsachter Melissa

IN OPDRACHT VAN De Haagse Hogeschool

MINOR Inclusiviteit in de stad

STUDIEJAAR 2023/2024

OPDRACHT Handreiking

DATUM 21 januari

DOCENTEN Justine Le Clercq, Jan-Martijn Knip

TUTOR Roos Schippers

STUDENTEN Fénise Groenendijk, Josan de Kok, Fleur
Olsthoorn, Joanne Rang, Melissa Vijverberg

VORMGEVING Joanne Rang

ILLUSTRATIES Fénise Groenendijk



Hoofdstuk 1

Stigma over sekswerkers

We hebben het de hele tijd over stigma, vooroordelen en uitsluiting. Maar wat hebben deze woorden met elkaar gemeen? Hieronder gaan we dieper in op stigma.

WAT IS STIGMA?

Stigma is een sterk negatief label dat mensen 'opgeplakt' krijgen (Samen Sterk zonder Stigma, z.d.). Het is een brandmerk dat aan bepaalde personen, groepen of zaken gekoppeld wordt. Stigma beïnvloedt de manier waarop wij elkaar en onszelf zien. Zo kan je zelf last hebben van een label dat jou wordt opgeplakt, maar ook als het gaat om een naaste. Niet alleen personen/groepen worden gestigmatiseerd maar ook bepaalde wetten, regels en procedures. Er zijn verschillende vormen van stigma: publiek stigma, zelfstigma, structureel stigma en associatief stigma (Samen Sterk zonder Stigma, z.d.). Hieronder gaan we dieper in op publiek- en associatief stigma, omdat deze het meest van toepassing zijn op sekswerkers.

Publiek stigma. Bij het publieke stigma gaat het over de opvattingen die mensen in de samenleving hebben over specifieke doelgroepen (Samen Sterk zonder Stigma, z.d.). Een voorbeeld van publiek stigma over sekswerkers is dat ze hun werk onder dwang uitvoeren, dat ze allemaal verslaafd aan drugs zijn en het als een laatste redding zien om aan financiële middelen te komen. Ook in de media spelen publieke stigma's een rol.

Associatief stigma. Associatief stigma is een vorm van stigma waarbij het stigma afstraalt op de mensen in jouw omgeving. Daardoor durven naasten of familieleden er niet openlijk over te praten. Je merkt als partner van bijvoorbeeld een sekswerker, dat de omgeving je anders behandelt. De 'partner van' houdt liever het werk van zijn geliefde geheim. Als naaste kan je je onbegrepen of buitengesloten voelen (Samen Sterk zonder Stigma, z.d.).

HOE HEBBEN SEKS- WERKERS TE MAKEN MET STIGMA?

Sekswerkers krijgen op verschillende manieren te maken met stigma. Een sekswerker wordt gezien als een slachtoffer in plaats van iemand met een beroep. Ook "verkoop je hun lichaam" zeggen buurtbewoners van de Doubletstraat in Den Haag (De Telegraaf, 2018). Mensen willen niet naast een sekswerker wonen, omdat ze dan misschien overlast krijgen. Ook vinden mensen sekswerkers vies en onhygiënisch. De meeste sekswerkers houden hun beroep geheim. Sekswork wordt in één adem genoemd met de gedwongen prostitutie, terwijl het niks met elkaar te maken heeft.

Op de website van Seksworks staat dit stukje over stigma: "Een sekswerker wordt gezien als het laagste van het laagste. Een sekswerker verdient geen respect, maar minachting of medelijden en is vaak doelwit van geweld. Stigma op sekswork maakt dat geweld tegen sekswerkers acceptabel wordt gevonden en zorgt ervoor dat het geweld toeneemt. Destigmatisering van sekswork is van levensbelang!" (Seksworks, z.d.-b).

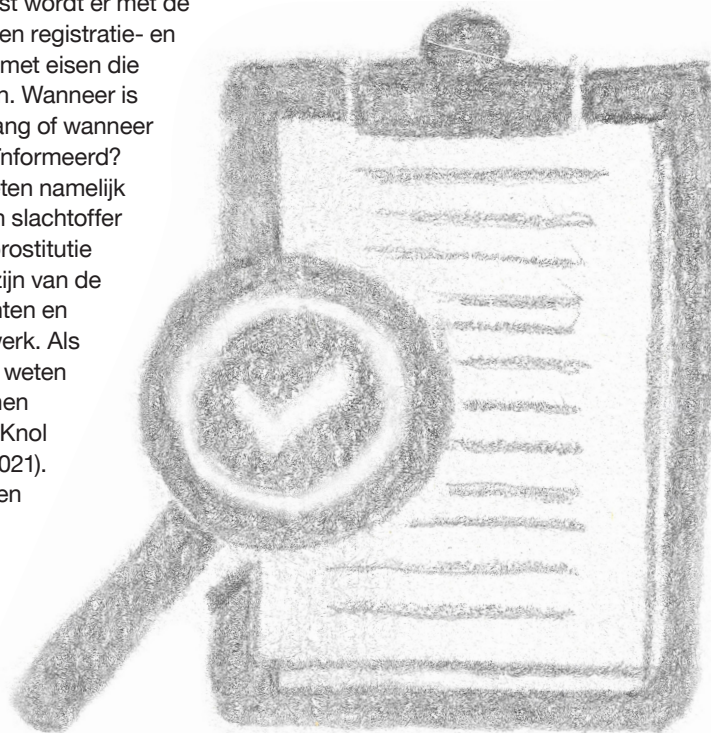
5 GEBIEDEN VAN UITSLUTING

Stigma komt op verschillende levensgebieden voor. Hier wordt uitgelicht hoe sekswerkers te maken hebben met stigma op het gebied van beleid, wonen, werken, onderwijs en gezondheid.

1. Beleid

Op beleidsniveau hebben sekswerkers te maken met stigma, omdat ze in de basis al vallen onder het Ministerie van Justitie en Veiligheid. Hierdoor is voor te stellen dat sekswerk als crimineel en onveilig wordt bestempeld door ministers en ambtenaren. Dat is te zien in een wetsvoorstel over sekswerk: de Wet Regulering Sekswerk (Broekers-Knol & Grapperhaus, 2021). In deze wet staat de aanname dat de wet mensenhandel tegen zou gaan. Hierin zit de associatie van sekswerk met mensenhandel, terwijl mensenhandel niet exclusief hoort bij sekswerk (in andere branches gebeurt het ook). Daarnaast wordt er met de wet gepleit voor een registratie- en meldplicht, beide met eisen die ter discussie staan. Wanneer is er sprake van dwang of wanneer is iemand juist geïnformeerd? Sekswerkers moeten namelijk zelfredzaam, geen slachtoffer van gedwongen prostitutie en op de hoogte zijn van de risico's en de rechten en plichten van het werk. Als laatste moeten ze weten waar ze hulp kunnen vinden (Broekers-Knol & Grapperhaus, 2021). Zoals je ziet worden ze als hulpeloze slachtoffers neergezet.

Afgezien van de kritiek op deze wet vanuit zowel de sekswerk-branchen, de Raad van Rechtspraak en Autoriteit Persoonsgegevens (Autoriteit Persoonsgegevens, 2023; Raad voor de Rechtspraak, 2023; Soa Aids Nederland, 2021), is het opmerkelijk dat deze wet dus komt uit het ministerie van Justitie en Veiligheid. Waarom het niet valt onder het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid sluit aan bij het stigma dat diep in onze maatschappij zit: sekswerk is onveilig. Terwijl er zat andere beroepen zijn die ook onveilig, crimineel en minderwaardig zijn. Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek waren in 2022 de gevaarlijkste bedrijfstakken: vervoer en opslag, de bouw, horeca, landbouw en visserij en de industrie (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2023). Voor gevaarlijke en onveilige banen wordt er wél voor veiligheid een beleid vanuit het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid gemaakt. Beetje gek hè?



2. Wonen

Op het gebied van wonen hebben sekswerkers moeite om aan een woning te komen. Dit heeft verschillende redenen. Een van de redenen is het stigma dat nog steeds rondom sekswerk hangt. Veel verhuurders hebben vooroordelen en zijn terughoudend om aan sekswerkers te verhuren. Ook zien veel mensen sekswerk niet als 'normaal' werk (Pointer, 2021a).



Ook voor het kopen van een woning zijn er uitdagingen. Veel sekswerkers en exploitanten in de seksbranche worden namelijk geweigerd als zakelijke klant, omdat de herkomst van hun inkomsten onduidelijk zijn voor de bank. Ze zijn namelijk genoodzaakt om hun loonstrookje te tonen bij het tekenen van een huurcontract. Daarnaast zijn er een aantal banken die sekswerkers weigeren vanuit ideologische standpunten. Volgens hen past prostitutie (of zoals ze het zelf noemen: pornografie) niet in hun duurzame beleid (Pointer, 2021b). Hierdoor wordt het regelen van een hypotheek ook nog een hele uitdaging en lukt het maar weinig van de sekswerkers (persoonlijke communicatie, 2023).

Gelukkig heb je organisaties in Den Haag die sekswerkers kunnen helpen met onder andere huisvesting, SHOP (SHOP/Spot46, z.d.).

'Volgens hen past prostitutie (of zoals ze het zelf noemen: pornografie) niet in hun duurzame beleid.'

3. Werken

Stigma over het werk zelf is ook aanwezig. Dit gaat erover dat sekswerk überhaupt niet wordt erkend als werk. Sekswerkers worden vaak als slachtoffers gezien, in plaats van mensen met een beroep (Reimagining Sex Work, z.d.). Dit komt doordat beleidsmakers vooral sekswerk zien als mensenhandel, wat geen sekswerk is. Mensenhandel en seksueel geweld zijn vreselijk, maar hebben niets te maken met sekswerk. Deze aanname is een groot onderdeel van het stigma rondom sekswerk.



4. Onderwijs

Het taboe rondom sekswerk vind je ook terug in het onderwijs. De meeste kinderen van sekswerkers weten niet dat hun ouder(s) sekswerk doen. Hier komen ze meestal pas als volwassenen achter. Ook vertellen de ouder(s) op school niet dat ze sekswerk doen, uit bescherming voor hun kind. Op verschillende scholen wordt er seksuele voorlichting gegeven, zowel op de basis- als middelbare scholen. Voorlichting over sekswerk staat niet in het onderwijscurriculum. Wel is er een informatief programma voor de middelbare scholen genaamd: "Help, een hoer in de klas". Bij dit programma proberen ze het stigma bij middelbare scholieren te verminderen. Dit doen ze door verschillende onderwerpen te bespreken bijvoorbeeld de vooroordelen, pooiers, loverboys, enge mannen, de werkplek, de gehandicapte zorg en wat zoeken mannen (NTR & HUMAN, 2015).

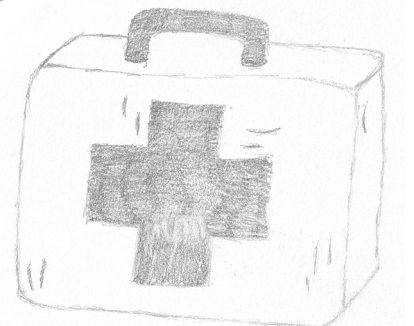


'Voorlichting over sekswerk staat niet in het onderwijscurriculum. Wel is er een informatief programma voor de middelbare scholen genaamd: "Help, een hoer in de klas"'

5. Gezondheid

Op het gebied van gezondheid krijgen sekswerkers ook met stigma te maken. Men denkt dat alle sekswerkers vol soa's zitten, wat ook doorwerkt naar de gezondheidszorg. Sekswerkers gaan daardoor liever via een hulporganisatie (zoals SHOP) naar een dokter. Dit doen ze omdat de 'normale' dokters een specifieke kijk hebben op sekswerkers en denken dat alle klachten met het werk te maken hebben.

Het tegendeel blijkt, want andere mensen hebben vaker soa's dan sekswerkers, dit omdat sekswerkers geadviseerd worden om een condoom te gebruiken (SHOP/ Spot46, z.d.). •



Hoofdstuk 2



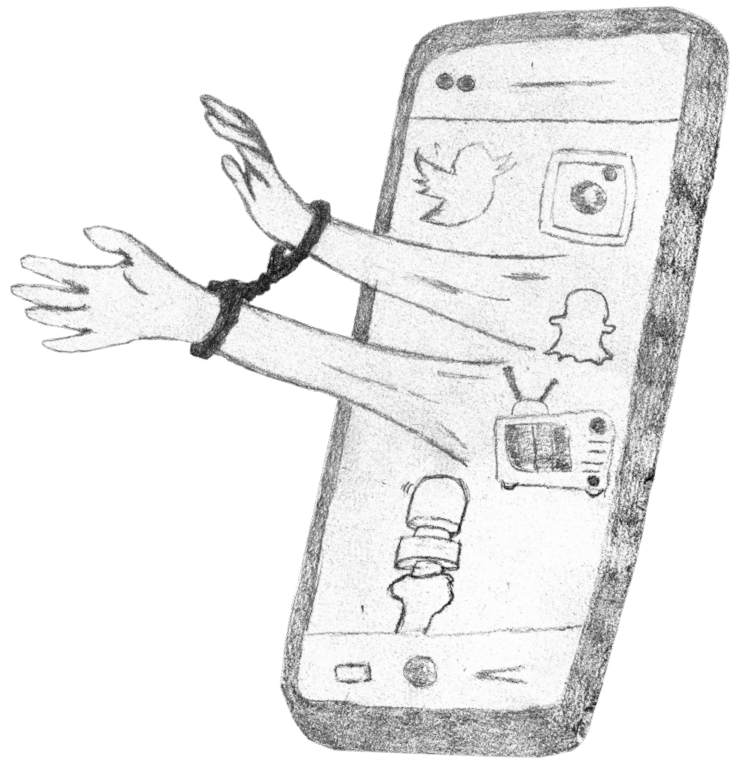
De invloed van media

HET PUBLIEKE DOMEIN

Habermas stelt dat het publieke domein de ruimte is waar mensen politieke invloeden met hun privédomein mengen. In het publieke domein spreken we met elkaar af welke voorschriften, betekenissen en normen en waarden we hanteren in de maatschappij. In dit overleg spreken we af hoe we ons moeten gedragen en wat belangrijk is. We geven de samenleving vorm in dit publieke domein (1962/1991). Habermas licht toe dat het democratisch tot overeenstemming komen in dit publieke domein, een belangrijk aspect is van een gezonde samenleving. Essentieel voor dit overleg is:

- fundamentele problemen, met relevante informatie, naar voren te dragen;
- de voor- en tegenargumenten kenbaar maken;
- de relevante voor- en tegenstandpunten aan te nemen, zodat er beslissingen kunnen worden gemaakt (Habermas, 2006).

Het gebruik van de media is een belangrijk middel om het publieke debat te stimuleren. De media heeft macht over de keuze waar zij aandacht geven, in welke stijl en hoe zij dit verspreiden (Habermas, 2006). Zeker als politieke (-getinte) items aan bod komen, stimuleert het de samenleving het overleg met elkaar aan te gaan en te werken aan het publieke domein. Een voorbeeld hiervan is het achterlaten van een reactie op sociale media.



Het stigma over sekswerkers moet worden aangepakt. Wij zijn van mening dat de media hier een rol in kan spelen, door met hun invloed een positief en genuanceerd beeld van sekswerkers neer te zetten. De invloed van de media op de maatschappij is namelijk groot. In dit hoofdstuk zetten wij onderzoeken uiteen die daarop wijzen. We duiden aan waarom het inzetten van de media zo belangrijk is om stigma tegen te gaan.

DE MAATSCHAPPELIJKE INVLOED

In 1979 werd al duidelijk dat media invloed heeft op de maatschappij (McQuail, 1979). Volgens McQuail heeft de media op verschillende manieren invloed op de maatschappij:

- 1 aandacht schenken aan maatschappelijke problemen;
- 2 het toekennen van status of imago (aan mensen of zaken);
- 3 het overtuigen of activeren;
- 4 het samenbrengen van verschillende partijen;
- 5 beloningen, toegiften en complimenten toekennen (McQuail, 1979).

McQuail stelt daarnaast dat media ook erg kosten-efficiënt is om communicatie de maatschappij in te krijgen. Het is snel, flexibel en makkelijk te plannen en sturen (1979). De media zijn dus een belangrijk en makkelijk middel om feitelijke informatie kenbaar te maken. Vervolgens ontstaan hierover meningen en standpunten in de maatschappij. De media kan zaken prijzen, maar ook 'cancelen', mensen activeren, sturen en brengen zaken aan het licht. De media hebben dus invloed op de maatschappij. Maar wat de maatschappij er mee doet is nog een tweede. Daarvoor gaan we in op de theorie van het publieke domein, door Jürgen Habermas (1962/1991).

Nu we weten dat de media dus bijdraagt aan de vorming van onze samenleving en het publieke domein, is het belangrijk om ervoor te zorgen dat het op een gepaste manier wordt ingezet. De wereld is gepolariseerd genoeg en 'fake news' is zó 2023. Het is belangrijk om verhalen oprecht en 'empowerend' te brengen in de media. Constructief journalistiek kan hierbij de juiste richting op wijzen.

CONSTRUCTIEF JOURNALISME

Momenteel zijn er verschillende organisaties betrokken bij de destigmatisering van sekswerk, onder de noemer van Sekswerk Alliantie Destigmatisering (SWAD). Zij werken aan de destigmatisering van sekswerkers (Seksworks, z.d.-a). Een aantal van de betrokken partners lichten wij kort toe. Dat zijn Red Insight en Reimagining Sex Work. Red Insight biedt ruimte om onder andere journalistieke stukken en persoonlijke verhalen te publiceren rond het thema sekswerk. Dit wordt gerund door sekswerkers zelf (Red Insight, z.d.-a). Reimagining Sex Work biedt een mediagids en beeldmateriaal die zijn samengesteld met sekswerkers, journalisten en onderzoekers om een genuanceerd beeld in de media neer te zetten van mensen die werken in seksbranche (Reimagining Sex Work, z.d.). Dit zijn beide vormen van constructief journalistiek, iets waar Reimagining Sex Work ook direct naar verwijst. Constructief journalistiek is volgens McIntyre en Gyldensted het volgende:

"an emerging form of journalism that involves applying positive psychology techniques to news processes and production in an effort to create productive and engaging coverage, while holding true to journalism's core functions" (2017, p. 23).

Constructief journalistiek gaat dus over: met een positieve blik nieuws publiceren, dat een nuttig doel heeft en de lezer prikkelt en tegelijkertijd trouw blijft aan de waarheid en echte ervaring. Dit sluit tevens ook weer aan op Habermas zijn kijk op hoe de media-effect kan hebben op de samenleving (2006).

Wij denken dat constructief journalistiek breder kan worden ingezet om het stigma over sekswerkers tegen te gaan. In ons vooronderzoek kwam naar voren dat er onvoldoende positieve aandacht naar sekswerk gaat in de media en hier niet de volledige waarheid wordt besproken (persoonlijke communicatie, 2023). Er wordt over hen te weinig vanuit het constructief journalistiek gedeeld. Wij denken dat LINDA.meiden hier een goede kandidaat voor is. In het volgende hoofdstuk zullen we toelichten hoe we hierop zijn gekomen. •



Hoofdstuk 3

LINDA.meiden

We weten nu dat stigma erg wordt beïnvloed door de media. Nu is de media heel breed en is het onmogelijk om op alle vlakken stigma te verminderen. Een stap die wij willen zetten binnen de media is op het vlak van tijdschriften/magazines. Een bekend tijdschrift in Nederland is onder andere de LINDA. De LINDA heeft aandacht voor inclusiviteit, wat goed overeenkomt met onze doelgroep sekswerkers, die zich niet inclusief voelt binnen de samenleving. Naast de LINDA. Is er ook de LINDA.meiden. De hoofdredacteur hiervan, Mandy Woelkens, die bekend staat om haar inzet voor inclusiviteit en maatschappelijke thema's op een toegankelijke manier bespreekbaar maakt, speelt hier ook een rol bij. Ze spreekt bijvoorbeeld over thema's als inclusiviteit, racisme, feminisme, queerrechten, seksualiteit en gendergelijkheid, onderwerpen die ook relevant zijn voor sekswerkers (Boterkooper, 2021). Wij zullen in dit hoofdstuk verder in gaan op waarom wij hebben gekozen om het stigma over sekswerkers te verminderen via de LINDA.

"Geen enkel ander mediamerk heeft zo'n spot-on propositie voor een jonge doelgroep. Het blad was niet bang om een maatschappelijk issue op de kaart te zetten. Zoals ze dat met #blootofniet hebben gedaan. Daarnaast biedt LINDA.meiden de juiste koppeling tussen print en verdieping online" vertelde de jury tijdens de uitreiking van de Cross Media Awards toen LINDA.meiden uitgeroepen werd tot Cross Media Merk van het Jaar 2019 (Huijzer, 2019).

GESCHIEDENIS

De LINDA. is een vrouwentijdschrift opgericht in 2003 rondom tv-persoonlijkheid Linda de Mol. Het tijdschrift werd bedacht door Rozemarijn de Witte en het eerste nummer wat ze uitgaven moest er zijn voor vrouwen hoe ze werkelijk zijn: net mensen (HP/De Tijd, 2017). Naast de LINDA is er ook de LINDA.meiden. Deze tijdschrifttitels worden uitgegeven door uitgeverij Mood for Magazines, een dochteronderneming van Talpa Network, het multimedia bedrijf van Linda's broer John de Mol. In de loop van de jaren heeft het tijdschrift meerdere prijzen gewonnen en zijn de lezers met een flink aantal toegenomen. In 2004 werd bijvoorbeeld de LINDA. verkozen tot 'Tijdschrift van het Jaar' (Freelancevoorwaarden, z.d.).

De LINDA is in loop van de tijd uitgegroeid tot veel meer dan een tijdschrift: een nieuwsplatform, tv-dienst en een festival. Het festival is in LINDA thema, waar de bezoekers zich op allerlei plekken kunnen vermaken. Dansen op livemuziek, shoppen bij de kofferbak sale, foto's maken voor de covershoot of naar de verwenbar gaan voor een drankje. Ook wordt het publiek verwend met cadeautjes en aardigheidjes. De Instagram en website staan vol met nieuwsfeitjes en tips, geheel in LINDA stijl. Zowel bekende als onbekende Nederlanders krijgen een stem in het tijdschrift en op de wedstrijd. De bekende Nederlanders die in het tijdschrift willen staan moeten wel zelfspot en zelfrelativering hebben. Ze moeten zich kwetsbaar durven op te stellen en toegeven dat ze niet perfect zijn. Linda de Mol is zelf een vaste waarde met haar eigen column in het tijdschrift (HP/De Tijd, 2017).

DOELGROEP

Het LINDA. Magazine wordt door veel mensen van verschillende leeftijden gelezen. De doelgroep bestaat uit een relatief jonge doelgroep, namelijk 20-34 jaar en een wat oudere doelgroep: 50-64 jaar. Het tijdschrift wordt echter het best gelezen door vrouwen in de leeftijd 35-49 jaar (Print Media, 2021). De LINDA.meiden aan de andere kant, richt zich meer op een jongere doelgroep, namelijk mensen tussen de 18 – 28 jaar. Ze noemen zichzelf ook wel de stem van de millennials en gen Z's (Print Media, 2021). Naast de doelgroep, passen de kernwaarden van het tijdschrift (gedurfd, persoonlijk, eigenwijs, eerlijk en oprecht) ook bij de sekswerkbranche. De LINDA.meiden heeft 43.803 verspreide lezers en 12.241 abonnees en wordt vier keer per jaar uitgegeven. Daarnaast is er ook een zomer- en winterboek verkrijgbaar (LINDA., z.d.-b).

WAAROM DE LINDA. MEIDEN?

Op de website van de LINDA staat dat ze al een paar jaar samen werken met Canesten om taboes rondom vaginale (schimmel)infecties en bacteriële vagiose te doorbreken (LINDA. & Canesten, z.d.). Ons doel is ook om het taboe bij sekswerkers te doorbreken. Nu is de LINDA zelf al bezig met persoonlijke verhalen rondom high-class

escort (zie bijlage hieronder voor column van sekswerker Amber). Deze persoonlijke verhalen worden door de LINDA verspreid op meerdere sociale media platformen, zoals Facebook (LINDA., z.d.-a). Hier laten veel lezers hun mening achter. We zien veel positieve reacties terug, zoals: "Mooie verhalen en gelukkig zijn er dames die dit beroep willen uitoefenen" (Verleun-Brood, 2020) en "Ik lees deze column altijd als eerste" (Van Tilburg-van Den Heuvel, 2020). Naast positieve reacties vind je ook altijd kritische reacties terug, zoals: "High class betekent alleen hoge prijsklasse en verder niets. Ik vind dit een LINDA onwaardige column" (Peters-Esveld, 2020). Meestal wordt er over dit soort reacties heen gelezen, maar ons doel is dat meerdere mensen persoonlijke verhalen binnen de seksbranche gaan lezen en accepteren. Om dit doel te kunnen bereiken, kan er gebruik gemaakt worden van meer gevarieerdere verhalen binnen de seksbranche. Denk hierbij aan raamwerk of clubs en ga zo maar door. Hierdoor blijft het niet hangen bij de hoge prijsklasse, maar kan de rest ook hun stem laten horen. Uit ons eigen onderzoek, doormiddel van onze dialoogtafel, is gebleken dat persoonlijke verhalen een grote rol spelen bij destigmatisering. Zoals eerder gezegd, heeft de LINDA.meiden een jongere doelgroep. Door beide platformen te gebruiken spreek je een groter publiek aan en denken wij zo het stigma bij meerdere leeftijdsgroepen te

verminderen. Daarom vinden wij de LINDA.meiden het perfecte puzzelstukje voor ons idee. •



Hoofdstuk 4



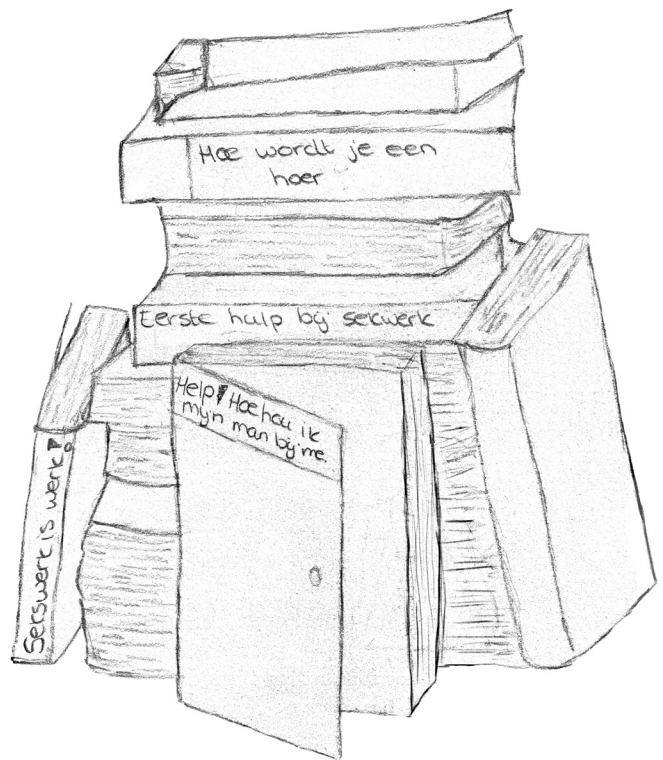
Ervarings verhalen

Met onze dialogotafel wilden wij inventariseren wat een oplossing zou kunnen zijn om het stigma over sekswerkers tegen te gaan. Hieruit kwam naar voren dat er behoefte is aan persoonlijke en eerlijke ervaringen van sekswerkers (persoonlijke communicatie, 2023). Hierdoor kwamen we op het idee om ervaringsverhalen van sekswerkers meer publieke aandacht te geven.

ERVARINGS-WATTUS?

Een ervaringsverhaal is een verhaal geschreven of verteld door de persoon zelf die gaat over wat de persoon meemaakt/bezighoudt. Er zijn verschillende vormen waarop ervaringen gedeeld kunnen worden, waaronder levensverhalen en ervaringsverhalen. De levensverhalen zijn verhalen waarbij er teruggeblikt wordt op hun gehele leven. Bij ervaringsverhalen wordt er teruggeblikt op een specifieke gebeurtenis of ervaring in hun leven. Ervaringsverhalen kunnen geschreven worden door de persoon zelf, of diens naasten (Ervaringsverhalen, z.d.).

Naast dat het invloed heeft op medemensen, familie of buitenstaanders, kunnen ervaringsverhalen invloed hebben op politieke beslissingen. Het vertellen van ervaringsverhalen kan dus zorgen voor maatschappelijke aandacht en uiteindelijk ervoor zorgen dat stigma wordt verminderd (Zero Reasons Why, z.d.).



WAT DE WETENSCHAP ZEGT

Of het delen van ervaringsverhalen een werkende strategie is met betrekking tot destigmatisering van een bepaalde groep, is nog niet wetenschappelijk bewezen. Wel bestaat de Life Story Interview aanpak van Atkinson (1998), waarbij levensverhalen of -ervaringen worden vastgelegd. Deze aanpak heeft twee doeleinden. Ten eerste kan het worden ingezet om het welbevinden van een individu te bevorderen. Ten tweede wordt het gebruikt door onderzoeksdoeleinden en informatieverzameling (Atkinson, 1998). Er is weinig bekend over wat het effect hiervan is als deze verhalen worden gedeeld in de media en of het stigma's kan verminderen.

Hiernaast hebben wij bestaande strategieën bekeken die stigma doen verminderen. Heijnders en Van Der Meij hebben deze geïnventariseerd en gecategoriseerd (2006). Hoe zij deze hebben gecategoriseerd is te zien in tabel 1. Hierop is aan te merken dat zij alleen stigma-verminderende strategieën hebben geanalyseerd die gaan over stigma's op gebied van (mentale) gezondheid. In welke mate dit duidelijk over te nemen is bij stigma's over sekswerkers is niet bekend.

Tabel 1*Stigma-verminderende strategieën*

NIVEAU	STRATEGIE
Intrapersoonlijk niveau	Behandeling Begeleiding Cognitieve gedragstherapie Empowerment Groepsbegeleiding Zelfhulp, belangenbehartiging en steungroepen
Interpersoonlijk niveau	Zorg en steun Thuiszorg Community based rehabilitation (methode)
Organisatie en institutie niveau	Trainingen (Nieuw) beleid, zoals de cliënt centraal stellen en integrale aanpakken
Maatschappelijk niveau	Educatie Contact Belangenbehartiging Protest
Overheid en structureel niveau	Wettelijke- en beleidsmatige interventies Op rechten gebaseerde aanpakken

Noot. Overgenomen uit *"The Fight Against Stigma: An Overview of stigma-reduction Strategies and Interventions"*, door Heijnders en Van Der Meij, 2006, *Psychology, Health & Medicine*, 11(3), p. 354 (doi.org/10.1080/13548500600595327).

Educatie en Contact. Uit dit onderzoek van Heijnders en Van Der Meij (2006) komt naar voren dat het idee om ervaringsverhalen via de media te delen, valt onder educatie en contact, vanuit het maatschappelijk niveau. Educatie gaat volgens hen vooral over het informeren van de bevolking. Met name informatie over specifieke aandoeningen (nogmaals, het onderzoek was gericht op stigma's over gezondheid) en het presenteren van feiten die onwaarheden tegenspreken staan centraal. Opzichzelfstaand blijkt alleen inspelen op educatie niet erg effectief. Er wordt aangestuurd dat educatie het best kan worden ingezet als het wordt gecombineerd met een andere strategie, zoals contact.

'Heijnders en Van Der Meij geven hier aan dat het contact direct kan (face-to-face), maar ook indirect. Hierbij geven ze specifiek aan dat het bijvoorbeeld via de media kan gebeuren'

Met het inzetten van contact bij het verminderen van stigma, wordt de interactie tussen de bevolking en de personen die last hebben van het stigma bedoeld. In ons geval dus de lezers van LINDA.meiden en de sekswerkers. Heijnders en Van Der Meij geven hier aan dat het contact direct kan (face-to-face), maar ook indirect. Hierbij geven ze specifiek aan dat het bijvoorbeeld via de media kan gebeuren (2006). Contact als destigmatisering-strategie blijkt vooral effectief bij: een gelijkwaardige status, een coöperatieve interactie, aanvullende ondersteuning voor het contact, contact met mensen die niet te veel afwijken van het stereotype, persoonlijk contact en er in de echte wereld kansen zijn om met de gestigmatiseerde groep te communiceren (Corrigan & Penn, 1999; Couture & Penn, 2003; Hayward & Bright, 1997; Kolodziej & Johnson, 1996).

Hierop gebaseerd vinden wij het aannemelijk dat ervaringsverhalen delen via de media een passend middel zou zijn om het stigma te verminderen. Het is een combinatie van educatie en contact, dat via de media wordt gedeeld met een groep in de maatschappij. De LINDA.meiden lezers leren over de verschillende kanten van sekswerk, zodat ze een realistisch beeld kunnen vormen. Door het te combineren met een persoonlijke ervaring van sekswerkers zal het ook menselijk blijven en heeft het een grotere kans dat het ook écht het stigma tegen zal gaan. •





Hoofdstuk 5



Advies en conclusie



Wij denken dat er een kans ligt om het stigma over sekswerk te verminderen, door het delen van hun ervaring en ze te publiceren in de media. De LINDA.meiden lijkt ons een geschikte kandidaat. Graag zien wij dit gebeuren in samenwerking met Red Insight. In een jaar komt de LINDA.meiden 4x uit (LINDA., z.d.-b). Wij zien graag in iedere uitgave een ervaringsverhaal. De keuzes hiervoor worden in dit hoofdstuk verder toegelicht.

SAMENWERKING MET RED INSIGHT

Wij willen de LINDA.meiden adviseren om een samenwerking aan te gaan met Red Insight. Red Insight is een platform dat wordt gerund door sekswerkers in Nederland. Op dit platform worden kennis, nieuws, kunstwerken en perspectieven gedeeld die voortkomen uit de gemeenschap van sekswerkers. Zij streven ernaar om de groep sekswerkers meer in de samenleving terecht te laten komen. Volgens hun website beschrijven zij hun visie als volgt: "Wij stellen ons een wereld voor waarin onze arbeid wordt erkend, waar sekswerkers worden gerespecteerd en onze rechten worden gehandhaafd. We stellen ons een wereld voor van gender-, raciale, sociale en economische gelijkheid, waar bewegingsvrijheid een realiteit is, waardoor individuen veilig en vrij van geweld en dwang sekswerk kunnen beginnen, voortzetten of verlaten" (Red Insight, z.d.-a). Op hun website schrijven zij de ervaringsverhalen in zowel Engels, Nederlands, en soms in het Arabisch, zodat het toegankelijk blijft voor een grote doelgroep (Red Insight, z.d.-a).

Red Insight heeft nog niet een groot bereik, zoals te zien is op hun Instagramaccount (Red Insight, z.d.-b), terwijl de verhalen die worden gedeeld zeker een toegevoegde waarde hebben bij destigmatisering van sekswerk. Daarom is de LINDA.meiden een goed middel voor het delen van ervaringsverhalen. De LINDA.meiden heeft een groter bereik, van zo'n 44 duizend verspreide lezers en wel 12 duizend abonnees (LINDA., z.d.-b). Deze verhalen komen bij veel meer mensen terecht.

Om te kunnen samenwerken is het belangrijk dat er een wederzijdse goede relatie is tussen sekswerkers en de LINDA.meiden. Een goed middel om hierbij te gebruiken is de mediagids van Reimagining Sex Work (2023). Hun mediagids is in samenwerking met sekswerkers, modellen, fotografen, journalisten en redacteurs opgesteld. De gids geeft richtlijnen voor iedereen die zich bezighoudt met media en sekswerk. Om de samenwerking tussen sekswerkers en de media goed te kunnen laten verlopen zijn er een paar dingen belangrijk:

- 1 **vertrouwen:** iedere relatie is gebaseerd op vertrouwen;
- 2 **vakkennis:** journalisten en sekswerkers hebben vaak niet evenveel kennis over elkaars werk;
- 3 **contact:** maak gebruik van elkaar en hou contact tijdens het schrijven;
- 4 **veiligheid:** zorg voor veiligheid tussen de journalist en sekswerker;
- 5 **vragen, vragen en vragen:** als iets niet duidelijk is, ga daarover met elkaar in gesprek; (Reimagining Sex Work, z.d.).

VOORWAARDEN EN CRITERIA ERVARINGSVERHALEN

Voor het plaatsen van ervaringsverhalen over sekswerkers in de LINDA.meiden, is het belangrijk om aan te stippen dat er bepaalde voorwaarden en criteria hoog in het vaandel staan om ook tot destigmatisering te komen. Het is een delicate kwestie waar men zorgvuldig mee om dient te gaan. Daarom is het belangrijk dat de ervaringsverhalen divers zijn. Diversiteit op basis van geslacht, geartheid, leeftijd en vorm van sekswerk. Met diversiteit in de vorm van sekswerk, doelen we erop dat er niet in elke uitgave een ervaringsverhaal wordt gedeeld van een high-end escort, maar ook andere soorten sekswerk. Raamwerkers, erotisch masseurs en strippers dienen ook gerepresenteerd te worden. De ervaringsverhalen moeten een breed aanbod zijn van sekswerkvormen.

We begrijpen dat niet iedereen een verhaal kan en wil schrijven. Daarom sturen wij aan om iemand vanuit LINDA.meiden de sekswerkers te laten begeleiden in het proces van het schrijven van ervaringsverhalen. De nadruk ligt hierbij op begeleiden, want het verhaal moet komen vanuit de sekswerker. Het taalgebruik, schrijfwijze en vormgeving blijven in de stijl van de LINDA.meiden, maar zullen in overeenstemming met de sekswerker gemaakt worden. De sekswerker moet natuurlijk de keuze kunnen maken om anoniem te blijven.

Wij willen de LINDA.meiden adviseren om per uitgave een ervaringsverhaal van een sekswerker te publiceren, in samenwerking met Red Insight. Het delen van ervaringsverhalen draagt bij aan destigmatisering. Red Insight zal ervoor zorgen dat er ervaringsverhalen aanwezig zijn. Zij staan immers in nauw contact met sekswerkers en publiceren al ervaringsverhalen op hun website en sociale mediakanalen (Red Insight, z.d.-a). Wij adviseren dat LINDA.meiden contact opneemt met Red Insight voor de ervaringsverhalen. •



**Raamwerkers, erotisch masseurs
en strippers dienen ook
gerepresenteerd te worden.**

Dank woord

DEZE HANDREIKING IS TOT STAND GEKOMEN MET DANK AAN DE VOLGENDE MENSEN:

ROOS SCHIPPERS voor haar advies tijdens de tutor-uren en haar netwerk die ze graag voor ons inzette.

JAN-MARTIJN KNIP EN JUSTINE LE CLERCQ voor de leuke en leerzame minor die ze hebben neergezet, de interessante lessen en jullie betrokkenheid bij dit proces.

KATJA RUSINOVIC, DANIËL RAMBARAN EN HESTER BRAUER voor hun fijne en waardevolle lessen.

NAOMI VAN STAPELE voor haar leerzame lessen en haar bijdrage aan de dialoogtafel.

AMBER PANCHAM, ERNST SLEIJSER EN NANA SARIBEKYAN voor hun bijdrage aan de dialoogtafel.

VALESKA PEEK EN HAFSA MAHRAOUI van Young Peace Builders, voor hun leuke en grappige trainingen, waarin we veel hebben geoefend.

SHOP voor hun informatie over sekswerkers.

MISCHA TYDEMAN voor haar inzet tegen stigmatisering en de mediagids, welke ons zeer heeft geïnspireerd.

ONZE FANTASTISCHE KLASGENOTEN voor de goede discussies in de klas en de saamhorigheid in de groep.

We willen iedereen bedanken voor hun bijdrage aan deze handreiking. Zonder jullie was het niet gelukt!
Onze dank daarvoor.

Bijlage

BEGRIPPENLIJST

BEELDVORMING. Het proces waardoor bepaalde eenzijdige en stereotiepe beelden van (categorieën van) mensen en culturen ontstaan. Het beeld dat door dat proces ontstaat, wordt ook beeldvorming genoemd. Beeldvorming komt voort uit vooroordelen over mensen en stereotypering.

BELEMMERING. Een verhindering, versperring, hindernis of beletsel. Het is een factor die een gebeurtenis of handeling (bijna) onmogelijk maakt.

DELICATE KWESTIE. Een zaak waarover alleen met de grootste voorzichtigheid gesproken kan worden.

DIALOOGTAFEL. Het verkennen van een thema door met elkaar in gesprek te gaan. Hierbij worden ervaringen, dromen, wensen en mogelijkheden uitgewisseld. De groep betreft meestal tussen de zes en acht personen.

DISCOURS. De manier waarop we communiceren, discussiëren en begrijpen binnen een bepaalde context of gemeenschap. Het omvat zowel gesproken als geschreven taal en kan worden gebruikt om complexe sociale en culturele dynamieken te analyseren.

DISCRIMINATIE. Letterlijke betekenis is 'het maken

van onderscheid'. In de maatschappelijke en juridische betekenis gaat het om het ongelijk behandelen of achterstellen van mensen (of groepen) op basis van kenmerken die niet relevant zijn of er niet toe doen in een situatie.

DOELGROEP. Een afgebakende groep mensen of organisaties waar een boodschap, product, campagne of bedrijf zich op richt. De karakteristieke overeenkomsten formeren een doelgroep uit een groep individuele mensen.

EROTISCH MASSEUR. Een professional die gespecialiseerd is in het geven van massages die gericht zijn op het opwekken of versterken van seksuele gevoelens. Deze massages worden voornamelijk gericht op de erogene zones van het lichaam om seksuele lust op te wekken.

ESCORT. Een vorm van sekswerk, waarbij het gezelschap houden centraal staat.

EXPLOITANT(EN). Iemand die een bedrijf of onderneming runt met als doel winst te maken. Dit kan een individu zijn die een bedrijf van een ander beheert, of een organisatie die de bedrijfsvoering van een onderneming als taak heeft.

GESTIGMATISEERD. Iemand die ten onrechte wordt veroordeeld of gestigmatiseerd.

HIGH- END ESCORT. Een dure vorm van escort, die de klant meer privacy biedt. Het gaat minder om de seks, en meer om de tijd en aandacht die samen wordt doorgebracht.

HOOG IN HET VAANDEL. Een uitdrukking die betekent dat iets belangrijk is.

INCLUSIE/ INCLUSIVITEIT. De insluiting (het mee mogen/ kunnen/willen doen) in de samenleving van achtergestelde groepen op basis van gelijkwaardige rechten en plichten.

INTERPERSOONLIJK NIVEAU. Processen die in iemands directe omgeving spelen.
Intrapersoonlijk niveau. Interne processen die iemand persoonlijk ervaart.

KOSTEN-EFFICIËNT. Een maat voor het evenwicht tussen de effectiviteit en de kosten van een dienst, proces of activiteit.

MEDIAGIDS. Een handleiding voor journalisten en andere mensen die werken in de mediasector, over hoe er moet worden gecommuniceerd met het publiek. Reimagining Sex Work heeft er een gemaakt die gaat over hoe er met sekswerkers moet worden omgegaan.

POOIERS. Een persoon die sekswerkers voor zich laat werken en het tot illegale zaken dwingt. De sekswerker wordt hierbij uitgebuit.

PROPOSITIE. Een voorstel, voorstelling, uitgesproken oordeel of stelling.

RAAMWERK. Het sekswerk dat achter de ramen plaatsvindt. Het werven van klanten gebeurt van achter het raam.

RED INSIGHT. Hét Nederlandse online platform voor en vooral door sekswerkers, waar informatie en ervaringen worden gedeeld over het werk.

REIMAGINGING SEX WORK. Is een collectief bestaande uit sekswerkers, onderzoekers en wetenschappers, die het stereotype over sekswerkers in de media tegen gaan.

SEKSBRANCHE. Omvat alle sectoren waarbij op er bedrijfsmatig geld wordt verdiend met vormen van sekswerk, zoals prostitutie, pornografie. Ook de verkoop van seks gerelateerde artikelen valt hieronder.

SEKSWERK. Is de uitwisseling van seksuele diensten (waaronder seksuele handelingen) tegen betaling.

SEKSWERKER. Is een persoon die tegen betaling seksuele handelingen verricht met of voor een ander.

SEKSWORKS . Een klankbordgroep, voor en door

sekswerkers, die zich richten op een betere positie voor sekswerkers.

SOCIALE UITSLUITING. Verwijst naar het proces waarin individuen, omwille van één of meerdere kenmerken, geïsoleerd raken van het maatschappelijk gebeuren. Het kan veroorzaakt worden door verschillende factoren, zoals middelengebruik, ziekte, of financiële moeilijkheden.

SPOT ON. Een Engelse uitdrukking die betekent dat iets precies goed is of exact correct.

SHOP/SPOT46. Het informatie- en adviescentrum voor sekswerkers in Den Haag.

STEREOTYPE. Een beeld dat vast staat, over een groep mensen dat niet (volledig) overeenkomt met de werkelijkheid. Dit kan leiden tot discriminatie en uitsluiting.

STEREOTYPERING. Het toeschrijven van bepaalde persoonlijkheidskenmerken aan een persoon, op basis van de groep waar die bij hoort.

STIGMA. Een brandmerk of veroordeling dat aan een bepaald persoon, groep of zaak wordt toegewezen. Het kan een negatief vooroordeel zijn dat leeft onder een bevolking.

STIGMATISERING. Het proces waarbij een persoon of groep negatief wordt gelabeld, veroordeeld en uitgesloten.

SWAD (SEKSWERK ALLIANTIE DESTIGMATISERING). Een samenwerkingsverband van verschillende organisaties met het doel om het stigma over sekswerkers te verminderen.

UITSLUITING. Ergens geen toegang tot krijgen. Meestal worden hier sociale zaken mee bedoeld.

VELDTRIP. Een excursie of reis naar een specifieke locatie voor educatieve- of onderzoeksdoeleinden.

WELBEVINDEN. Staat voor de mate waarin iemand zich lichamelijk, geestelijk en sociaal goed voelt.

ZELFPERCEPTIE. De opvatting over hoe je jezelf ziet. Het gaat over wie je bent, gebaseerd op de observatie van je eigen gedrag. •

LITERATUURLIJST

Atkinson, R. D. (1998). The Life Story interview. <https://doi.org/10.4135/9781412986205>

Autoriteit Persoonsgegevens. (2023, 4 oktober). Wetsvoorstel registratie sekswerkers dreigt averechts te werken. Geraadpleegd op 16 januari 2024, van <https://www.autoriteitpersoonsgegevens.nl/actueel/wetsvoorstel-registratie-sekswerkers-dreigt-averechts-te-werken>

Boterkooper, G. (2021, 6 december). Mandy Woelkens is de nieuwe hoofdredacteur van LINDA.meiden. LINDA. Geraadpleegd op 18 januari 2024, van <https://www.linda.nl/meiden/mandy-woelkens-nieuwe-hoofdredacteur-linda-meiden/>

Broekers-Knol, A., & Grapperhaus, F. B. J. (2021, 26 januari). Wetsvoorstel Wet Regulering Sekswork. Tweede Kamer Der Staten-Generaal. Geraadpleegd op 16 januari 2024, van <https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/wetsvoorstellen/detail?cfg=wetsvoorsteldetails&qry=wetsvoorstel%3A35715>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2023). De arbeidsmarkt in cijfers 2022. Centraal Bureau Voor de Statistiek. Geraadpleegd op 16 januari 2024, van <https://longreads.cbs.nl/dearbeidsmarktincijfers-2022/arbeidsomstandigheden/#:~:text=In%20de%20bedrijfstak%20vervoer%20en,altijd%20of%20vaak%20gevaarlijk%20werk.>

Corrigan, P. W., & Penn, D. L. (1999). Lessons from Social Psychology on discrediting psychiatric stigma. *American Psychologist*, 54(9), 765–776. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.54.9.765>

Couture, S. M., & Penn, D. L. (2003). Interpersonal Contact and the Stigma of Mental Illness: A Review of the literature. *Journal Of Mental Health*, 12(3), 291–305. <https://doi.org/10.1080/09638231000118276>

De Telegraaf. (2018, 11 februari). 'Hier verkopen vrouwen hun lichaam voor 30 euro'. Telegraaf.nl. Geraadpleegd op 17 januari 2024, van <https://www.telegraaf.nl/video/1656932/hier-verkopen-vrouwen-hun-lichaam-voor-30-euro>

Elias, N., & Scotson, J. L. (1994). *The Established and the Outsiders: A sociological enquiry into community problems*. <https://doi.org/10.4135/9781446222126>

- Ervaringsverhalen. (z.d.). Wat zijn ervaringsverhalen? Ervaringsverhalen.nl. Geraadpleegd op 12 januari 2024, van <https://www.ervaringsverhalen.nl/over-ervaringsverhalen/>
- Freelancevoorwaarden. (z.d.). Mood for Magazines. Freelancevoorwaarden.nl. Geraadpleegd op 19 januari 2024, van <https://www.freelancevoorwaarden.nl/voorwaarden/mood-for-magazines/?cookie-state-change=1705868149136>
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. The MIT Press. (Oorspronkelijk gepubliceerd 1962)
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of Normative Theory on Empirical research. *Communication Theory*, 16(4), 411–426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>
- Hayward, P., & Bright, J. A. (1997). Stigma and Mental Illness: A Review and critique. *Journal Of Mental Health*, 6(4), 345–354. <https://doi.org/10.1080/09638239718671>
- Heijnders, M., & Van Der Meij, S. (2006). The Fight Against Stigma: An Overview of stigma-reduction Strategies and Interventions. *Psychology, Health & Medicine*, 11(3), 353–363. <https://doi.org/10.1080/13548500600595327>
- HP/De Tijd. (2017, 24 juli). Wie LINDA kent, kent het huidige Nederland. *HPdetijd.nl*. Geraadpleegd op 19 januari 2024, van <https://www.hpdetijd.nl/2017-07-24/linda-nederland-succes/>
- Huijzer, D. (2019, 29 april). LINDA.meiden Cross Media Merk van het Jaar 2019. *inct.nl*. Geraadpleegd op 14 januari 2024, van https://inct.nl/news/6667/linda-meiden-cross-media-merk-van-het-jaar-2019?g_signup=1
- Kolodziej, M. E., & Johnson, B. T. (1996). Interpersonal contact and acceptance of persons with psychiatric disorders: a research synthesis. *Journal Of Consulting And Clinical Psychology*, 64(6), 1387–1396. <https://doi.org/10.1037/0022-006x.64.6.1387>
- LINDA. (z.d.-a). LINDA. Facebook.com. Geraadpleegd op 19 januari 2024, van <https://www.facebook.com/linda.nl/>

LINDA. (z.d.-b). LINDA.adverteren. LINDA.nl. Geraadpleegd op 18 januari 2024, van <https://www.linda.nl/adverteren/>

LINDA. & Canesten. (z.d.). Zó herken je een vaginale schimmelinfectie. Geraadpleegd op 17 januari 2024, van <https://www.linda.nl/advertorial/schimmelinfectie-herkennen-behandelen/>

McIntyre, K., & Gyldensted, C. (2017). Constructive Journalism: An introduction and practical guide for applying positive psychology techniques to news production. *The Journal Of Media Innovations*, 4(2), 20–34. <https://doi.org/10.5617/jomi.v4i2.2403>

McQuail, D. (1979). The influence and effects of mass media. In *Mass communication and society*. SAGE Publications. https://www.academia.edu/download/6448808/the_influence_and_effects_o.pdf

Ministerie van Justitie. (2000, 10 november). Prostitutiebeleid. Overheid.nl. Geraadpleegd op 10 mei 2024, van <https://lokaleregelgeving.overheid.nl/CVDR16389/1?>

NTR & HUMAN. (2015). Vooroordelen over prostituees: Help, een hoer in de klas [Video]. HUMAN.nl. Geraadpleegd op 15 januari 2024, van https://www.human.nl/speel~WO_NTR_2343580~vooroordelen-over-prostituees-help-een-hoer-in-de-klas~.html

Peters-Esveld, A. (2020, 8 juni). High class betekent alleen hoge prijsklasse en verder niets. Ik vind dit een Linda onwaardige column. Facebook.com. Geraadpleegd op 19 januari 2024, van https://www.facebook.com/linda.nl/posts/pfbid0sMF5DRcLVb-KUYPgYFCDp1Nfn8MKHRHuKuaRtomxrLjCWgu2z4YznJZjZGN3RNGcYI?comment_id=10158534522468659

Pointer. (2021a, oktober 18). Sekswerkers in het nauw. KRO-NCRV. Geraadpleegd op 18 januari 2024, van <https://pointer.kro-ncrv.nl/sekswerkers-in-het-nauw>

Pointer. (2021b, november 20). Banken weigeren zaken te doen met de seksbranche. Pointer.KRO-NCRV.nl. Geraadpleegd op 15 januari 2024, van <https://pointer.kro-ncrv.nl/banken-weigeren-zaken-te-doen-met-de-seksbranche>

Print Media. (2021, 19 oktober). Wat is de doelgroep van LINDA? Onemedia.nl. Geraadpleegd op 18 januari 2024, van <https://onemedia.nl/wat-is-de-doelgroep-van-linda/>

- Raad voor de Rechtspraak. (2023). Advies Nota van Wijziging Wetsvoorstel regulering seks-
werk. Nederlands Juristenblad. [https://www.njb.nl/nieuws/kritiek-raad-voor-de-recht-
spraak-op-wijzigingen-wetsvoorstel-regulering-sekswerk/](https://www.njb.nl/nieuws/kritiek-raad-voor-de-recht-
spraak-op-wijzigingen-wetsvoorstel-regulering-sekswerk/)
- Red Insight. (z.d.-a). About us. Geraadpleegd op 6 januari 2024, van [https://redinsight.org/
about-us](https://redinsight.org/
about-us)
- Red Insight. (z.d.-b). Red Insight Media. Instagram.com. Geraadpleegd op 15 januari 2024,
van <https://www.instagram.com/redinsightmedia/>
- Red Insight. (2023, 15 juli). Zina Berlin has written a new column for us! Instagram. Ge-
raadpleegd op 16 januari 2024, van [https://www.instagram.com/p/Cutoi48o2jO/?utm_
source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/Cutoi48o2jO/?utm_
source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)
- Reimagining Sex Work. (z.d.). Ons verhaal. Geraadpleegd op 6 januari 2024, van [https://rei-
magingsexwork.nl/de-media-als-bondgenoot/](https://rei-
magingsexwork.nl/de-media-als-bondgenoot/)
- Reimagining Sex Work. (2023). De Reimagining Sex Work Mediagids. [https://reimagingsex-
work.nl/de-reimagining-sex-work-mediagids/](https://reimagingsex-
work.nl/de-reimagining-sex-work-mediagids/)
- Samen Sterk zonder Stigma. (z.d.). Wat is stigma? Samensterkzonderstigma.l. Geraad-
pleegd op 12 januari 2024, van <https://samensterkzonderstigma.nl/wat-is-een-stigma/>
- Schuyt, C. J. M. (2000). Essay: Sociale uitsluiting. SWP.
- Seksworks. (z.d.-a). Organisaties slaan handen ineen tegen stigma op sekswerk. Seks-
works.nl. Geraadpleegd op 16 januari 2024, van [https://www.seksworks.nl/nieuws/
organisaties-slaan-handen-ineen-tegen-stigma-op-sekswerk/](https://www.seksworks.nl/nieuws/
organisaties-slaan-handen-ineen-tegen-stigma-op-sekswerk/)
- Seksworks. (z.d.-b). Sekswerk & stigma in Tilburg. Seksworks.nl. Geraadpleegd op 10 janu-
ari 2024, van <https://www.seksworks.nl/nieuws/sekswerk-stigma-in-tilburg/>
- SHOP/Spot46. (z.d.). Veilig werken. Spot46. Geraadpleegd op 14 januari 2024, van [https://
www.spot46.nl/veilig-werken/](https://
www.spot46.nl/veilig-werken/)

Soa Aids Nederland. (2021, 18 februari). Wet regulering sekswerk verhoogt risico op geweld en belemmert goede zorg. Geraadpleegd op 16 januari 2024, van <https://www.soaids.nl/nl/professionals/actueel/nieuwsbericht/wet-regulering-sekswerk-verhoogt-risico-op-geweld-belemmert-goede-zorg>

Van Tilburg-van Den Heuvel, B. (2020, 8 juni). Ik lees deze column als eerste. Facebook.com. Geraadpleegd op 19 januari 2024, van https://www.facebook.com/linda.nl/posts/pfbid0sMF5DRcLVbKUYPgYFCDp1Nfn8MKHRHuKuaRtomxrLjCWgu2z4YznJZjZGN3RNGcYI?comment_id=10158535161698659

Verleun-Brood, C. (2020, 8 juni). Mooie verhalen en gelukkig zijn er dames die dit beroep willen uitoefenen. Facebook.com. Geraadpleegd op 19 januari 2024, van https://www.facebook.com/linda.nl/posts/pfbid0sMF5DRcLVbKUYPgYFCDp1Nfn8MKHRHuKuaRtomxrLjCWgu2z4YznJZjZGN3RNGcYI?comment_id=10158535056143659

Zero Reasons Why. (z.d.). Storytelling for Stigma Removal. Zeroreasonswhy.org. Geraadpleegd op 14 januari 2024, van <https://zeroreasonswhy.org/storytelling-for-stigma-removal/>

