

# Identiteit en *image management* bij studenten werkzaam in de seksindustrie

Judith Van Schuylenbergh<sup>1</sup>

**Abstract** – With the sex industry expanding and becoming more mainstream, more and more highly educated middle class people engage in sex work. Research shows that students also increasingly see the sex industry as a viable option to make ends meet. This article sheds light on image and identity management in Flemish students working in the sex industry. Data result from 6 in-depth interviews, 3 open questionnaires and 68 ads taken from an erotic advertisement site. Students distance themselves in several ways from the stereotypical sex worker image, shown in the ads as well as during the interviews. This could be seen as a strategy to select the desired clientele, and can function as a protection mechanism to avoid unwanted situations. Students do not construct a second, manufactured identity for their work, but rather use elements from their own identity to offer an authentic ‘girlfriend experience’. However, identities are also covered to protect privacy, making this authenticity bounded. To avoid spillover from work into private life, some students divide their social world in groups, who differ in disclosure concerning their sex work. Central to all these processes is the still enduring stigmatisation of sex work, still seen as deviant until today.



Maatschappelijke verschuivingen hebben de manier waarop in postindustriële samenlevingen met seksualiteit wordt omgegaan fundamenteel veranderd. In de hedendaagse geseksualiseerde cultuur is seksualiteit prominent aanwezig, krijgen meer en meer zaken een seksuele connotatie en verschuiven waarden en normen omtrent seksualiteit (Attwood 2006; Eadie 2004). Brian McNair (2002) spreekt over een ‘pornoficatie’ van de samenleving, waarin het ‘pornografische’ meer en meer deel uitmaakt van de populaire cultuur en prominent aanwezig is in mainstream media, kunst en cultuur, wat verder gesitueerd kan worden in een bredere verschuiving naar een ‘stripteasecultuur’, waarin de grenzen tussen privé en publiek volledig vervagen. Deze processen hebben ervoor gezorgd dat de seksindustrie zich heeft uitgebreid naar de mainstream economische markt, met een

---

1. Judith Van Schuylenbergh is wetenschappelijk medewerker van het Centrum voor Seksuologie en Gender, Universitair Ziekenhuis Gent. E-mail: Judith.vanschuylenbergh@ugent.be.

dramatische groei tot gevolg (Brents & Sanders 2010; Cunningham & Kendall 2011). Door de opkomst van nieuwe communicatietechnologieën als het internet is seks vandaag overal en altijd slechts een muisklik van ons verwijderd. De opkomst van internet heeft de markt niet alleen uitgebreid, maar heeft ook de structuur van de seksindustrie verregaand veranderd. Daarnaast vinden door deze economische *mainstreaming* en diversifiëring meer en meer hoogopgeleiden ingang in de seksindustrie (Bernstein 2007, Brents & Sanders 2010). Ook onder studenten ontstaat een nieuwe cultuur waarin seksuele consumptie meer mainstream is geworden, waardoor ze sekswerk nu sneller als een rationeel antwoord op hun problematische financiële situatie zouden zien (Roberts et al. 2010). Paradoxaal is echter dat, ondanks de verregaande seksualisering van een maatschappij die pretendeert volledig seksueel bevrijd te zijn, sekswerk nog steeds sterk moreel afgekeurd wordt. Economische *mainstreaming* heeft niet automatisch voor sociale en culturele *mainstreaming* gezorgd, en de marginalisering en stigmatisering van sekswerkers is nog steeds groot (Brents & Sanders 2010).

## Sekswerk

Sekswerk, ‘het verlenen van seksuele diensten voor geld of een equivalent ervan’ (Harcourt & Donovan 2005), bestaat in een grote variëteit aan vormen, sectoren en sociale contexten (zie tabel 1) en de definitie ervan ligt niet noodzakelijk vast. Het meeste onderzoek naar sekswerk focust slechts op bepaalde aspecten en sectoren binnen de seksindustrie. Zo bestaat er reeds disproportioneel veel onderzoek naar straatprostitutie en raamprostitutie, en wordt bijvoorbeeld escortprostitutie veel minder onderzocht (Weitzer 2009). Sekswerk kan echter niet eendimensionaal opgevat worden: verschillende sectoren binnen de seksindustrie onderscheiden zich van elkaar op verschillende vlakken, zoals loon, mate van autonomie, zichtbaarheid en risico op geweld en uitbuiting (Weitzer 2009; Shaver 2005). Stratificatie binnen de seksindustrie is vergelijkbaar met stratificatie binnen de bredere samenleving, waardoor de ervaringen met het werk van sector tot sector sterk zullen verschillen (Lucas 2005). Meer en meer hoogopgeleiden uit de middenklasse vinden ingang in de seksindustrie, die zich onderscheiden door een *ethic of fun* waarin plezier, experimenteren, autonomie en vrijheid centraal staat (Bernstein 2007). Deze *petite bourgeoisie* gebruikt een ethiek van seksuele vrijheid als strategie voor klasse differentiatie, waarin sekswerk perfect past. De ervaringen van deze nieuwe klasse sekswerkers zullen echter ook fundamenteel verschillen van de ervaringen van andere sekswerkers.

Binnen de feministische beweging heerst een verregaande verdeeldheid wat betreft het onderwerp prostitutie/sekswerk. Anti-seks feministen zijn van mening dat seksualiteit aan de basis ligt van alle vormen van genderongelijkheid en dat

prostitutie een expressie is van patriarchale genderrelaties en dus inherent samen gaat met onderdrukking, uitbuiting en geweld tegen vrouwen (Bernstein 1999, Weitzer 2009). Dit paradigma gaat ervan uit dat alle sekswerkers slachtoffers zijn en dat prostitutie nooit een keuze kan zijn, aangezien vrouwen door ongelijke machtsrelaties tot seksobjecten worden gereduceerd. Pro-seks feministen daarentegen zien prostitutie als een mogelijke bron van *empowerment* voor sekswerkers. Sekswork wordt hierbij niet per definitie als onderdrukkend gezien, maar kan een job zijn waar men bewust voor kiest. Dit paradigma focust op *agency* en *empowerment* van sekswerkers, en ijvert ervoor om prostitutie te erkennen als vorm van werk (vandaar ook de voorkeur voor de term ‘seks-werk’, seks-als-werk, boven ‘prostitutie’). Pro-seks feministen erkennen evenwel dat sekswork niet noodzakelijk *empowering* is voor iedereen, maar hebben soms de neiging tot het minimaliseren van negatieve ervaringen van sekswerkers, waardoor ook dit een eendimensionale visie is op prostitutie (Bernstein 1999). Kritiek op zowel pro- als anti-seksstandpunten is dat deze culturele en historische specificiteit missen (Shrage 2013; Satz 1995). Sekswork bestaat immers in een veelheid van varianten die niet zomaar te vergelijken zijn. In sommige omstandigheden kan sekswork *empowering* of bevrijdend zijn, maar in andere omstandigheden blijft het onderdrukkend, en dit vooral voor de reeds zwakkeren in de samenleving (Bernstein 1999). Het is daarom belangrijk steeds de context in rekening te brengen bij het analyseren van de seksindustrie, en af te stappen van een dichotoom denken tussen *empowerment* en uitbuiting (Shaver 2005).

## Sekswork, identiteit en stigma management

Omdat het eigen lichaam zo betrokken is in het werk, heeft sekswork steeds een bepaalde invloed op het leven van sekswerkers. Enerzijds kan een groot aantal sekspartners verschillende gezondheidsrisico's inhouden (Scott et al. 2011) en gaat sekswork in sommige gevallen gepaard met dwang en uitbuiting (Vanwesenbeeck 2013), wat een verregaande invloed heeft op de levenskwaliteit van sekswerkers. Daarnaast heeft sekswork ook een invloed op de persoonlijke relaties van sekswerkers en kan het psychosociaal zwaar en emotioneel veeleisend zijn (Weitzer 2009). Daarom gebruiken veel sekswerkers strategieën om hun persoonlijke en professionele identiteiten te managen, gericht op het behouden van de grenzen tussen werk en niet-werk (Brewis & Linstead 2000a). Identiteiten worden immers geconstrueerd door taal, beeld en handelingen waaraan een bepaalde betekenis wordt gegeven, en worden actief gecreëerd en aangepast om een bepaald beeld van zichzelf te scheppen (Hadden & Lester 1978). Identiteiten zijn niet per definitie enkelvoudig: sommige sekswerkers creëren een tweede, *manufactured* identiteit die ze gebruiken tijdens hun werk, zowel in functie van psychologische bescher-

Tabel 1: Meest voorkomende vormen van direct sekswerk in Westerse postindustriële samenlevingen en hun kenmerken, gebaseerd op de typografie (gebaseerd op 681 artikels rond sekswerk) van Harcourt & Donovan (2005), en Weitzers' *Sociology of Sex Work* (2009). Afhankelijk van geschiedkundige, sociale, economische en beleidsfactoren zal de compositie van de plaatselijke seksindustrie in elk land of regio van de wereld verschillen.

	Omschrijving	Loon	Autonomie*	Risico op geweld	Zichtbaarheid
Straatprostitutie	De sekswerker werft klanten op publieke plaatsen (straat, park)	laag	laag	zeer hoog	hoog
Raamprostitutie	De sekswerker zit achter een raam en werft klanten die voorbij komen	laag	laag	hoog	hoog
Bordeelprostitutie	De sekswerker werft klanten in een privéhuus expliciet bedoeld voor het verlenen van seksuele diensten	matig	matig	laag	laag
Barprostitutie	De sekswerker ontvangt klanten in een bar of club en drinkt vaak mee alvorens seksuele diensten te verlenen	matig	matig	laag	matig
Escort	De sekswerker wordt gecontacteerd via mail of telefoon en wordt ontvangen op hotel of bij de klant thuis	hoog	hoog	laag	zeer laag
Privéontvangst	De sekswerker wordt gecontacteerd via mail of telefoon en ontvangt de klant thuis	matig tot hoog	hoog	laag	zeer laag

\* Met 'autonomie' wordt hier keuzevrijheid en de afwezigheid van de inmenging van een derde partij bedoeld (die vaak een deel van de inkomsten opstrijkt).

ming als privacy (Sanders 2005). Veel sekswerkers zien het werk als een performance, waarbij ze proberen zo goed mogelijk de 'prostitute role' uit te beelden, een stereotiepe uitvoering van vrouwelijke seksualiteit.

Ook het stigma dat rond sekswerk hangt zorgt voor een negatieve invloed op het leven van veel sekswerkers (Koken et al. 2004; Vanwesenbeeck 2005). Volgens Goffman (1963) hoort dit soort stigma onder 'blemishes of individual character', gedrag dat afwijkt van de norm en dus wordt afgekeurd. In tegenstelling tot andere vormen van stigma heeft dit vaak een grote invloed op het zelfbeeld en zelfvertrouwen van de gestigmatiseerde persoon (Crocker & Major 1989). Om hiermee om te gaan, gebruiken sekswerkers verschillende *stigma management*-strategieën. Er is bijvoorbeeld al wat onderzoek gedaan rond *stigma management*-stra-

regieën bij strippers, een indirecte vorm van sekswerk. Sommige strippers herdefiniëren hun werk en distantiëren zich van het stereotiepe beeld van strippers om stigmatisering te vermijden (Ronai & Ellis 1989, Koken et al. 2004; Trautner & Collett 2010). Andere strippers rationaliseren het werk op een bepaalde manier, bijvoorbeeld door de positieve maatschappelijke functies ervan te benadrukken (“sekswerk zorgt voor minder verkrachtingen”) of het hogere doel waarvoor ze het doen (“om voor mijn kind te kunnen zorgen”) (Thompson, Harred & Burks 2003). Ook zijn er strategieën die focussen op informatiecontrole. De sociale wereld in verschillende groepen indelen, waarbij aan de ene groep niets en aan de andere groep alles over de gestigmatiseerde identiteit verteld wordt, is volgens Goffman (1963) de centrale strategie om stigmatisering te vermijden.

## Studenten en sekswerk

Onderzoek specifiek gefocust op studenten<sup>2</sup> werkzaam in de seksindustrie is relatief schaars, hoewel in de wetenschappelijke literatuur al langer wordt erkend dat ook studenten soms bijverdienen in de seksindustrie (Perkins 1991, Pyett, Haste & Snow 1995, Roberts et al. 2000; Rosenbloom & Fetner 2001). Een Australische kwalitatieve longitudinale studie bij 40 studenten-sekswerkers, die de seksindustrie vooral zien als een lucratieve optie om hun diploma te halen, stelt dat de forse stijging van de studiekosten als gevolg van de neoliberale hervorming van het onderwijs in Australië er onbedoeld voor gezorgd heeft dat meer studenten werkzaam worden in de seksindustrie, omdat deze sector hen een goed loon gecombineerd met hoge flexibiliteit biedt (Lantz 2005). Voor vrouwen die problemen ondervinden bij het combineren van werk met het moederschap of hun studie, kan sekswerk een lucratieve uitkomst bieden (Maher, Pickering & Gerard 2012). Andere jobs houden vaak lage lonen en lange werkuren in, wat het voor moeders en studenten moeilijker maakt om op de reguliere arbeidsmarkt een job te vinden. Beide Australische studies wijzen ook op het feit dat internationale studenten bijkomende problemen ondervinden bij het vinden van een job (Lantz 2005; Maher, Pickering & Gerard 2012). Wegens de strenge visa restricties in Australië is de illegale seksindustrie voor hen vaak een van de enige lucratieve opties om te werken, wat ook meer kans op slechte arbeidsomstandigheden, uitbuiting en geweld betekent.

Zo'n 10% van de studenten zou een medestudent kennen die werkzaam is in de seksindustrie (Roberts, Bergström & La Rooy 2007). Schattingen met betrekking tot feitelijke participatie lopen van 4,8% tot 7% (Roberts, Jones & Sanders 2013; Sagar et al. 2015; Betzer, Kohler & Schlemm 2015). De steekproef van

2. Onder ‘studenten’ worden in dit onderzoek meerderjarige studenten die hun middelbare school hebben afgemaakt en een hogere opleiding volgen aan een hogeschool of universiteit bedoeld.

Sagar en collega's (2015) toont ook een opmerkelijk genderverschil: 5% van de mannelijke tegenover 3,4% van de vrouwelijke studenten zou werkzaam zijn (geweest) in de seksindustrie. Zo'n 20 tot 30% van de studenten zou overwegen om te werken in de seksindustrie onder bepaalde omstandigheden (Betzer, Kohler & Schlemm 2015; Sagar et al. 2015). Geld zou een centrale rol spelen in de beslissing om in de seksindustrie te gaan werken (Roberts et al. 2000; Roberts, Bergstrom & La Rooy 2007).

Onderzoek naar de participatie van studenten in de seksindustrie concentreert zich momenteel voornamelijk in Australië en het Verenigd Koninkrijk, niet verwonderlijk landen waar de studiekosten zeer hoog liggen. Deze studies benadrukken dan ook financiële motieven voor de instap van studenten in de seksindustrie. Sekswerk wordt hierbij gezien als een manier om op weinig tijd veel geld te verdienen die vlot combineerbaar is met studeren. Dit geld zouden de studenten hoofdzakelijk nodig hebben om hun dure opleiding te kunnen betalen. De Duitse sample van Betzer en collega's (2015) bevestigt dat studenten die in de seksindustrie werken inderdaad minder financieel ondersteund worden. Voor de Nederlandse studenten uit de sample van van der Wagen en collega's (van der Wagen, Daalder & Bijleveld 2010) is sekswerk echter meer een deel van hun levensstijl, die gekenmerkt wordt door luxe, spanning en avontuur, waarbij economische motieven een veel kleinere rol spelen. Ook Clouet (2008) erkent dat de motieven van studenten om te werken in de seksindustrie veel verder gaan dan het financiële aspect: ze willen ook ontsnappen aan hun strenge opvoeding, geen saai leven leiden en vrije seks hebben.

Wetenschappelijk onderzoek naar de participatie van Vlaamse studenten in de seksindustrie is zo goed als onbestaand. Vlaamse studenten zijn echter niet zomaar vergelijkbaar met Australische, Britse of Nederlandse studenten, aangezien de kosten van studeren in België relatief laag liggen in vergelijking met andere landen (European Commission 2016). Deze studie zal in mindere mate focussen op de feitelijke participatie van studenten in de seksindustrie, maar gaat daarentegen dieper in op identiteit en stigmatisering. Er bestaat reeds heel wat onderzoek rond identiteit en *stigma management*-strategieën bij sekswerkers, maar weinig onderzoek focust daarbij specifiek op hoogopgeleiden of studenten werkzaam in de seksindustrie. Niet alle sekswerkers hebben echter dezelfde ervaringen met het werk, dus is het belangrijk om alle sectoren en de verschillen hiertussen beter te bestuderen (Weitzer 2009; Shaver 2005). Studenten werkzaam in de seksindustrie zijn een groep sekswerkers met unieke kenmerken: sekswerk is immers niet hun hoofdberoep, aangezien ze een studie volgen in een bepaald vakgebied, met het oog hierin tewerk gesteld te worden wanneer ze afstuderen. Omdat zij beroep kunnen doen op hun alternatieve student-identiteit, identificeren zij zichzelf en hun werk dan ook mogelijk anders dan voltijdse sekswerkers (Trautner and

Collett 2010). Verder zijn ze (toekomstig) hoogopgeleid, in tegenstelling tot de laaggeschoolde sekswerkers die doorgaans de focus van onderzoek vormen. Daarom zal in dit artikel onderzocht worden hoe studenten-sekswerkers zichzelf en hun werk definiëren, of ze zichzelf onderscheiden van andere sekswerkers en welke *stigma management*-strategieën ze gebruiken om de negatieve gevolgen van stigma te omzeilen.

## Methoden

Er werd geopteerd voor een kwalitatieve benadering om identiteit en *image management*-processen te bestuderen. Het onderzoeksdesign werd doorheen het onderzoeksproces enkele keren aangepast, wat niet ongewoon is bij het onderzoeken van sekswerkers (Sanders, 2006).

### *Steekproeftrekking*

In eerste instantie was het de bedoeling dat de data voortkwamen uit diepte-interviews met meerderjarige vrouwelijke studenten die werkzaam zijn in de seksindustrie. Het vinden van respondenten bleek minder evident dan aanvankelijk gedacht.

In eerste instantie werden respondenten geworven via de erotische advertentiesites [www.redlights.be](http://www.redlights.be), [www.afspraakjes.be](http://www.afspraakjes.be) en [www.privé-escort.be](http://www.privé-escort.be), omdat uit gesprekken met hulpverleners van Pasop, een Gentse vzw die medische en psychosociale hulp biedt aan sekswerkers in Vlaanderen, bleek dat studenten bijna niet in raam- of bordeelprostitutie te vinden zijn, maar eerder online adverteren of werken via een escortebureau (Martine Claeysens, persoonlijke communicatie, 11 februari 2014). De zoektermen 'student(e)', 'studentje' en 'studies' werden gebruikt om deze advertenties te filteren, waarna al deze adverteerders werden gecontacteerd. De respons na een eerste wervingsronde was niet groot. Daarom werden alle advertenties nogmaals gecontacteerd met een gewijzigde versie van de aanvankelijke wervingsmail, die dieper inging op de maatschappelijke relevantie van het onderzoek die ook voor hen nuttig zou kunnen zijn (het stereotiep beeld van sekswerkers ontcrachten, meer focussen op diversiteit onder sekswerkers, tegengewicht voor sensatiebeluste pers), en werden verschillende alternatieven voor het *face-to-face* interview aangeboden, zoals het afnemen van het interview via skype of telefoon, wat de anonimiteit voor de respondent verhoogt en minder tijd en moeite kost. Drie respondenten vulden een open vragenlijst in omdat ze liever niet afspraken. Eén interview werd telefonisch afgenomen. In tweede instantie werden escortebureaus en privéhuizen aangeschreven. Dit leverde niet veel reactie op, mogelijk omdat escortebureaus en privéhuizen zich in België in de

schemerzone van de legaliteit bevinden<sup>3</sup>. Eén respondent werd bereikt via het escortebureau ‘*High Class Students*’.

Er werd een site opgezet voor het werven van respondenten via sociale media, waarin dieper ingegaan werd op sekswerk als term, het doel van de studie en de onderzoeker zelf. Ook bevatte de site een contactformulier om de onderzoeker makkelijk te contacteren. Deze site werd veelvuldig gedeeld op sociale media en werd ook naar alle advertenties van studenten op de advertentiesites gestuurd. Er werd een blogbericht geschreven voor de site *redlights.be* om het onderzoek te promoten, met een link naar de wervingssite.

Naast de diepte-interviews werd de inhoud van advertenties van studenten op de erotische advertentiesite *www.redlights.be* geanalyseerd. Alle advertenties met de term ‘student(e)’, ‘studies’ of ‘studentje’ waarvan de adverteerder vrouwelijk was werden aanvankelijk geselecteerd. Aangezien het onderzoek gaat over identificatie en *image management*, was het belangrijk dat enkel de advertenties geselecteerd werden die door de sekswerker zelf geschreven zijn. De advertenties waarvan vermoed werd dat deze studenten de advertentie niet zelf schreven werden niet opgenomen. Sommige privéhuizen en escortebureaus adverteren namelijk ook in naam van de vrouwen die voor hen werken. Dit kan opgemerkt worden aan een link naar een website van een escortebureau of privéhuis, of wanneer het profiel meerdere advertenties heeft van verschillende meisjes. Ook wanneer de naam van het profiel en de naam in de advertentie verschilden, of wanneer de tekst in de advertentie ook in andere advertenties voorkwam, werd de advertentie niet opgenomen. Er werden uiteindelijk 68 advertenties geselecteerd.

Deze steekproef is in geen geval representatief voor alle sekswerkers of studenten werkzaam in de seksindustrie. De grootte en grenzen van deze populaties zijn onbekend, wat het extreem moeilijk maakt om een representatieve steekproef te bereiken (Shaver 2005; Sanders 2006).

## *Steekproef*

### *Diepte-interviews*

Er werden enkel vrouwelijke studenten opgenomen in de analyse. Alle respondenten studeerden op het tijdstip van het interview. De studierichtingen van deze respondenten waren zeer divers (zie tabel 2). De respondenten waren tussen 19 en 29 jaar oud. Sommige respondenten hadden eerst gewerkt alvorens te beginnen

---

3. Het is volgens de Belgische wet niet verboden zelf seksuele diensten aan te bieden, maar de betrokkenheid van een derde partij is dat wel. Een bordeel, erotische club of escortebureau uitbaten is dus niet legaal, maar wordt over het algemeen wel gedoogd. De klant wordt niet gecriminaliseerd.



studerend, of waren reeds aan een tweede studie bezig. Alle respondenten hadden een wit uiterlijk en de Belgische nationaliteit. De meeste respondenten waren werkzaam als zelfstandig escort en wierven hun klanten via advertenties. Sommige respondenten waren werkzaam (geweest) in de privéontvangst, een privéhuis (bordeel), club of escortebureau. De respondenten waren tussen de één en zes jaar actief in de seksindustrie.

**Tabel 2: Respondentenkenmerken.**

Tussen haakjes vroegere ervaring met andere soort sekswerk.

<b>Pseudoniem</b>	<b>Leeftijd</b>	<b>Studierichting</b>	<b>Soort sekswerk</b>	<b>Tijd actief</b>	<b>Type interview</b>
Marie	26	Geneeskunde	Zelfstandig escort	-	Face-to-face interview
Julie	29	Medische richting	Zelfstandig escort Escortebureau (club)	6 jaar	Face-to-face interview
Kim	29	Kunstwetenschappen	Privéhuis	1 jaar	Face-to-face interview (2)
Laura	22	Pedagogie	Zelfstandig escort	4 jaar	Face-to-face interview
Fleur	19	Sociaal werk	Zelfstandig escort Privéontvangst	1 jaar	Open vragenlijst
Roos	23	Criminologie	Privéontvangst (Escort)	2,5 jaar	Open vragenlijst
Axelle	19	Criminologie	Gangbangs	1 jaar	Open vragenlijst
Anaïs	22	Rechten	Escortebureau	2 maand	Telefonisch interview

### *Advertentieanalyse*

In de analyse van de advertenties werden enkel vrouwelijke studenten opgenomen. Of alle studenten die adverteren op de erotische advertentiesites ook daadwerkelijk studeerden kan niet met zekerheid gegarandeerd worden. De status 'studente' zou ook een verkoopstrategie kunnen zijn (van der Wagen, Daalder & Bijleveld 2010). De opgegeven leeftijd van de studenten die adverteren op de erotische advertentiesites varieerde tussen 18 en 26 jaar. Zoals verschillende respondenten aangaven in de interviews is er echter vaak een verschil tussen de 'werkleeftijd' waarmee geadverteerd wordt en de echte leeftijd. Er kunnen dus geen uitspraken gedaan worden over de echte leeftijd van de studenten die adverteren op de advertentiesites. De advertenties die werden opgenomen in de analyse lijken niet etnisch divers. Vijf advertenties werden in het Engels geschreven, wat zou kunnen betekenen dat het om internationale studenten gaat, of dat deze

studenten een internationaal cliënteel willen aanspreken. Uitspraken over de etniciteit of nationaliteit van deze studenten kunnen niet worden gedaan.

### *Dataverzameling- en analyse*

Er werden vijf diepte-interviews afgenomen aan de hand van semi-gestandaardiseerde vragenlijsten. Respondenten konden zelf de locatie en het tijdstip voor het interview kiezen. Eén interview vond plaats in een café, drie interviews bij de respondent thuis, één interview bij de onderzoeker thuis en één interview werd telefonisch afgenomen. De open vragenlijst werd gebaseerd op de semi-gestandaardiseerde vragenlijst van het diepte-interview. Met één van de respondenten werd een tweede verdiepend interview gedaan.

Voor het advertentie-deel van het onderzoek werd van alle advertenties een *printscreen* genomen, waarna deze advertenties zo goed mogelijk anoniem werden gemaakt: gezichten werden onherkenbaar gemaakt en namen, telefoonnummers en emailadressen werden verwijderd. Alle advertenties kregen een pseudoniem. De advertenties werden opgenomen in een tabel, waarin een transcriptie werd gemaakt van de relevante delen ervan om het coderen te vergemakkelijken. Ook werd bijkomende informatie die soms niet in de advertentie te vinden was maar wel op het profiel van de adverteerder in deze tabel vermeld, zoals prijzen en mogelijkheden.

De analyse werd uitgevoerd volgens de *Grounded Theory*-benadering (Glaser, Strauss & Strutzel 1968). Dataverzameling, codering en analyse wisselden elkaar af en werden door constante vergelijking steeds aangepast en verfijnd. Op een inductieve wijze werden codes afgeleid uit de belangrijkste interviewonderwerpen en werden subcodes toegevoegd afhankelijk van de inhoud die de respondent aanreikte, die daarna in een codematrix worden gezet, waarin 'distinctie', 'identiteit', 'motivatie' en 'selectie' centraal stonden. Op basis hiervan werden ook de advertenties gecodeerd en geclassificeerd in categorieën.

### *Ethische vragen*

Zowel aan het onderzoeken van sekswerk als aan *internet based research* zijn bijkomende ethische issues verbonden. Aangezien sekswerk, hoewel legaal in België (voor de sekswerker, wanneer deze zelfstandig werkt), zich nog steeds in de taboesfeer situeert, is het extreem belangrijk om anonimiteit en privacy voor alle respondenten te garanderen (Shaver 2005a). Bij de diepte-interviews werd dit onder andere gedaan door het gebruik van pseudoniemen. Respondenten konden de uitgetypte interviews en het onderzoek nalezen en eventueel opmerkingen toevoegen, en alle respondenten gaven *informed consent*. Bij de analyse van de

online-advertenties lag dit moeilijker. Meer en meer onderzoekers gebruiken online gepubliceerde informatie afkomstig van bijvoorbeeld forums of sociale media (Brouwer 2006; de Koster 2010; Van Nieuwkerk 2006), en daarbij dringen zich vragen met betrekking tot privacy, anonimiteit en *informed consent* op. Hoewel de studentes in de advertenties zich ongetwijfeld bewust zijn van de publieke aard van hun advertentie, gaven zij geen toestemming om deze informatie te gebruiken voor onderzoek. Veel studenten staan niet herkenbaar op de foto's in hun advertentie, maar anonimiteit werd verder verzekerd door het hele gezicht op de foto's onherkenbaar te maken en alle telefoonnummers en emailadressen te verwijderen. Hoewel zo goed als alle sekswerkers een pseudoniem als 'werknaam' gebruiken, werd ook de naam waarmee ze adverteren verwijderd uit de advertenties om de privacy te beschermen, en werden pseudoniemen gebruikt.

## Resultaten

Deze analyse vertrekt vanuit een classificatie van erotische advertenties van studenten, waarbij de focus ligt op advertenties die distinctiekenmerken vertonen tegenover het stereotiepe beeld van de sekswerker, gecombineerd met passages uit de interviews. Daarna wordt gekeken hoe de respondenten actief een bepaald beeld van zichzelf en hun werk construeren en delen van hun identiteit delen versus afschermen om stigmatisering te vermijden.

### *Classificatie van advertenties*

Uit de advertenties van studenten op de erotische advertentiesite werden drie categorieën onderscheiden: advertenties met enkel praktische informatie (1), 'lege' advertenties (2), en 'distinctie-advertenties' (3). De focus van het verdere onderzoek ligt op deze laatste categorie.

Een eerste categorie advertenties zijn korte advertenties met overwegend praktische informatie (1). In deze advertenties (N=16) wordt vooral gefocust op mogelijkheden, beschikbaarheid en contactinfo. Prijzen worden soms niet vermeld, maar schommelen waar wel vermeld rond 150 euro per uur (variërend van 120 tot 200 euro per uur). Meer dan de helft van deze advertenties biedt onbeschermd orale seks aan. Soms bevatten deze advertenties een korte persoonsbeschrijving, voornamelijk gefocust op uiterlijke kenmerken, maar verdere informatie blijft veelal beperkt. De meeste studentes in deze categorie adverteren met foto's in lingerie.

**Afbeelding 1: Advertentie met overwegend praktische informatie (korte persoonsbeschrijving, beschikbaarheid, prijzen en mogelijkheden).**



**Studente, 100% discretie**  
**.Recente foto's.A.pen**  
**centrum TIP**

Gepubliceerd door [redacted] (20) op vrijdag, 07 augustus - 19:59  
 Antwerpen centrum vanaf 09ur tot 20ur.

Hoi, Mijn naam is [redacted] lieve meisje 20jaar met een schattig gezichtje, slank lichaam.

Afspraakjes met mannen vrouwen en koppels van af 21+ jaar met wederzijds respect, geen SM of extremen.

Massage, Pijpen zonder condoom als de hygiene oke is, zoenen, neuken met condoom, maar super geil en ondeugend. Ik laat jou heerlijke hoogtepunten beleven, en ik kan mezelf helemaal laten gaan !

Ik vraag 180 euro (per uur).  
 Cardate, vluggertje en anaal is niet aan mij besteed.

Apen centrum discrete locatie, Zijstraat van Amerikalei, discrete ingang en veilige parking Enkel op afspraak .

'Ik ben elke dag beschikbaar vanaf 09.30u tot 20.00u  
 Voor meer fotos & info bezoek de website.  
 Geeft u mij een belletje , ? kusjes :-)

Eerlijke advertenties & echte foto's ! klik dan op { filter op geverifieerd }

Een tweede reeks advertenties werd in de categorie ‘lege’ advertenties (2) ingedeeld (N=14). Deze advertenties zijn vaak kort en bevatten niet veel nuttige informatie voor de klant: vaak worden geen prijzen of mogelijkheden vermeld, wat bij de praktische advertenties wel het geval is. Soms is de advertentie seksueel getint.

**Afbeelding 2: Advertentie zonder veel bruikbare informatie voor de klant.**



**[redacted] 22j, lekker studentje**

Gepubliceerd door [redacted] (22) op donderdag, 02 juli - 11:15

Hey!

Zin in een zalige tijd met een mooi jong meisje? Ik wil jou graag eens gek maken met mijn slanke lijfje.

Stuur een mailtje voor meer info!

xxx

☆ Favoriet [Twitter icon] [Facebook icon]

De meeste advertenties (N=38) werden geclassificeerd in een derde categorie ‘distinctie-advertenties’ (3). Dit zijn veelal uitgebreidere advertenties, waarbij er slechts beperkt wordt ingegaan op praktische aspecten. Prijzen staan meestal vermeld en liggen gewoonlijk rond 200 euro per uur (variërend van 150 tot 350

euro per uur). De meeste van deze meisjes adverteren met foto's waarop ze gekleed zijn of lingerie dragen. De studenten in deze advertenties benadrukken in meer of mindere mate verschillende distinctiekenmerken. Op deze manier zetten ze zich af tegenover andere vormen van sekswerk of het stereotiepe beeld dat de maatschappij heeft over sekswerkers (Bernstein 2007; van de Walle et al. 2012). Deze distinctie kan verschillende vormen aannemen:

Zo goed als alle advertenties focussen ten eerste op *wederzijds respect, discretie en hygiëne*. Sommige advertenties benadrukken ook expliciet condoomgebruik, hoewel ook bijna de helft van deze studentes onbeschermde orale seks aanbiedt.

Vaak wordt een afspraak in deze advertenties door de studentes omschreven als *een speciale, unieke ervaring*. De term *'Girlfriend Experience'* wordt in deze advertenties veelvuldig vermeld: een dienst waarbij de klant het gevoel krijgt dat de studente zijn vriendin is gedurende de afspraak. Vaak wordt in deze advertenties aangehaald dat een date meer dan seks inhoudt: er is ook tijd voor een diepgaande babbel, een massage of uit eten gaan. Sommige studentes benadrukken in hun advertentie dat ze niet aan bandwerk doen of op de klok kijken, maar de klant een zo aangenaam mogelijke ervaring willen bezorgen. Ook bijvoorbeeld van der Wagen en collega's (2010), Bernstein (2007), Weitzer (2009) en Lucas (2005) beschreven deze nadruk op meer dan enkel seksuele diensten en de *'Girlfriend Experience'*. Uit studies naar klanten blijkt dat dit iets is waar veel klanten inderdaad naar op zoek zijn (Bernstein 2001; Sanders 2013, 2008). Deze klanten zijn op zoek naar een betekenisvolle, niet-commerciële, persoonlijke connectie en hebben eerder emotionele dan seksuele noden.

In de interviews komt dit thema ook terug, zoals in onderstaand citaat van Julie:

JULIE (29, escort): "(...) dan is het ook meestal niet voor de seks. Ge zit wel in uw blootje, goed, maar dan is het meestal om... ja, intimiteit. Ik heb er ene, daar ga ik nu al de derde keer gaan zien, da's een uur knuffelen. Die vindt knuffelen... Maar echt, da's oersaai he, want da's een uur knuffelen. En op het einde is het dan een beetje... (...) Ja die heeft geen... die zoekt lichamelijk contact he, da's toch duidelijk. En dat gaat hij niet vinden bij iemand die voor 100 euro voor een uur adverteert, waar alles open en bloot is, waar ge zegt van 'ik ben geil, komt ge bij mij af.'"

Hoe de studentes zichzelf omschrijven in hun advertentie verschilt ook van de andere advertenties. Persoonsbeschrijvingen in de andere advertenties focussen voornamelijk op uiterlijke kenmerken. Veel van de distinctieadvertenties daarentegen benadrukken *persoonlijkheidskenmerken* als intelligent, empathisch, lief, begripvol, vriendelijk en uniek. Ook wordt vaak 'klasse' en 'stijl' vermeld.

**Afbeelding 3: Uitgebreide distinctie-advertentie met nadruk op de *Girlfriend Experience*, verzorgd uiterlijk, discretie en hygiëne, geen bandwerk en meer dan enkel seks. Deze studente omschrijft zichzelf als ‘courtisane’ en distantieert zich van het label ‘hoer’ (zie verder).**



**ZALIG GENIETEN mét een KNAPPE STUDENTE**

Gepubliceerd door [REDACTED] (24j) op dinsdag, 23 juni - 23:50

Dag heren,

Wil jij ook eens even weg van alle stress? Zoekt u net dat beetje meer als een ordinaire seksdate? Ben je ooit teleurgesteld in té korte dates? Heeft u nood aan passie, sensualiteit, echte gfe service, intens genieten, wederzijds respect en aangenaam gezelschap?

Lees dan gauw verder! I'll MAKE YOUR FANTASY BECOME REALITY

Ik ben [REDACTED] ben een knappe sensuele gewillige meid van 21 jaar met bruin lang haar, mooie vrouwelijke vormen, 1m 75 met stevige c-cup die van aanpakken weet. Als u op zoek bent naar een spontane dame die u weet te verwennen op een spannende en ontspannende date dan bent u aan het juiste adres. Ik weet hoe ik u moet verwennen en in hogere sferen kan brengen. U mag ervan uit gaan dat ik een knap en verzorgd uiterlijk heb! Ik verwacht ook hetzelfde van u, want naast discretie is hygiëne ook zeer belangrijk voor mij. Intiem is hierbij altijd met condoom. Alsook hou ik ervan om verwend te worden. EN om U te zien genieten! Met mijn zwoele charmes beloof ik je een onvergetelijke tijd waar u nog lang van zal nagenieten. UW WENSEN ZIJN MIJN GENOT! Ik hou ervan om u te verleiden met sexy lingerie, u mag er zeker van zijn dat het adembenemend zal zijn! Ik drink graag een drankje met u, dat maakt de sfeer wat losser en véél gezelliger (hotter). Wederzijds respect vind ik heel belangrijk...

Ik doe dit echter maar een paar dagen per week, dus ben eerder op zoek naar mannen die regelmatig eens met mij willen daten en die de tijd nemen om verwend te worden. Ook een extra kennis, of met uw partner behoort tot de mogelijkheid. Als u ooit al een gefantaseerd heeft over een trio en u vond geen geschikte dame, dan behoort u zeker tot uw fantasie.

MINIMUM 2u.

WAAROM? Haast en spoed is zelden goed. Bandwerk is niet aan mij besteed en verkies liever te daten met een gentleman die oog heeft voor een bewuste keuze qua dame. I see myself as a courtesane, not as a hooker. Een drankje en een aangename babbel zodat we ons beiden op ons gemak voelen, is meer mijn ding. Ik hou er namelijk enorm van om mijn tijd te nemen zonder haast waar alles relaxed is. Op een half uurtje/uurtje kunt u als man nooit volledig voldaan zijn. Ik hou ervan om te genieten waar nodig. Zodat U, met maximaal plezier de deur uit kan gaan. Als we elkaar beter kennen kunnen we eventueel allerlei andere leuke dingen doen zoals een deugdlozende wellness of misschien wel eens op reis als het écht klikt en u dat wenst.

In deze advertenties is alles erop gericht de klant te laten denken dat de studente echt graag haar tijd met hem wil doorbrengen. Zo wordt ook frequent benadrukt dat ze zelf houdt van seks en veel plezier beleeft aan de afspraak. Vaak wordt gefocust op het *eigen seksueel genot*. Kim en Roos geven aan dat zij inderdaad seksueel genot halen uit hun werk. Julie daarentegen benadrukt sterk dat het werk voor haar niet seksueel bevredigend is:

## Afbeelding 4: Distinctie-advertentie met nadruk op klasse, stijl, lief, empathisch en eigen genot.



### Op zoek naar een PASSIONELE studente DATE?

Gepubliceerd door [REDACTED] (25) op woensdag, 08 juli - 20:14

Liefste Heren,

Ben je op zoek naar een stukje paradijs op aarde, een discrete plek om in alle rust te genieten of even stoom af te blazen? Bent u op zoek naar iemand die de tijd neemt, iemand waarmee je ongedwongen kan genieten en die het zelf graag doet? Iemand waarbij je gewoon jezelf kunt zijn en waar zelfs een goed gesprek en intimiteit mogelijk is? Iemand die mooie rondingen en een goeie kont heeft?

Ik ben [REDACTED] 22 jaar, lief, adembenemend mooi, sensueel, lief, stijlvol, hygiënisch en uiterst discreet. Ik ben een charmante studente met overheerlijke sexy curves, 1m74 groot en weeg 63kg. Zelf ben ik een spontane, goedlachse klasmeid met stralende ogen, donker haar en een goedgevulde C-Cup. Met mijn handjes zal ik ervoor zorgen dat u een fijnproever in genot kunt zijn. Ik hou ervan om een man te zien genieten door alle ondeugende dingetjes die ik bij jou doe. Op een foto kun je niet veel zien, maar eens je me hebt gezien, slaat je hoofd helemaal op hol... Eens je me geproefd hebt, kom je zeker terug!

Ik geef je een ervaring waarvan je altijd hebt gedroomd. Ik ben een dame die weet hoe ze jou naar ongekende hoogtes kan brengen! Ik heb een rustig, soms stout, verleidelijk karakter waarbij je bij mij helemaal jezelf kunt zijn. Wederzijds respect vind ik immers belangrijk, daarom gebeurt alles altijd met de nodige hygiëne en discretie.

Als je houdt van seks en je bent een kenner van schoonheid... Dan zit je alvast goed!

Ik ben voor veel te vinden, wat ik alvast NIET doe is neuken zonder condoom. Ik hou van mijn lichaam en wil mijn sensuele huid nog lang kunnen strelen hihi.

Wil U graag de dagelijkse sleur eens doorbreken, eventjes genieten om daarna dubbel te presteren?

Ik help U hierbij graag! Uw genot is namelijk het mijne! Met mijn lekker vrouwelijk lichaam en gouden handjes die de juiste plekjes vinden breng ik jou in hogere sferen die je niet snel zal vergeten. Ik doe dit niet alle dagen zodat kwaliteit en genot gegarandeerd blijven. Heerlijk knuffelen, body to body massage, lekker genieten en meer zijn de dingen waar ik van hou.

Ik ontvang je graag in P'tit amie of Trianon vlakbij het station Gent St. Pieters om discretie van ons beide te waarborgen.

Ik doe dit niet vaak, maar als ik date, dan spreek ik graag 2 uurtjes MIN af. Een nacht met mij vertroeven is ook mogelijk. Bij jou op hotel in het Gentse, op een privé appartement aan de kust, op een heerlijke nachtelijke sauna, het is allemaal mogelijk!

Heb je interesse of begint het stiekem te kriebelen? Twijfel niet! You only live once, probeer zoveel mogelijk van het leven te genieten. Stuur een mailtje met wat info over jezelf en wat je ervan verwacht. Wie weet ben je straks bij mij en geniet je van een spannende date!

Tot snel,

Liefs



KIM (29, privéhuus): “Soms heb ik ook periodes dat ik gewoon... Dat gaat ook binnen ons werk, dat ik meer ga werken gewoon omdat ik ‘zin’ heb (lacht), en dan ga ik meer [werken]...”

JULIE (29, escort): “Als ge echt uw goesting wilt hebben tijdens het werken, op seksueel vlak, garantie dat ge gefrustreerd geraakt. Want ik heb een tijdje gehad, ongeveer na een jaar in de club, dat ik echt goesting had in goeie seks, en ik geraakte constant gefrustreerd.”

Wat in deze advertenties ten slotte vaak naar voren komt is de stelling dat men ‘100% echt’ is. Dit verwijst enerzijds naar de foto’s, die naar eigen zeggen onbewerkt zijn, en anderzijds naar zichzelf: de studentes omschrijven zichzelf in hun advertentie als naturel, echt, eerlijk, niet nep. Veel van deze distinctieadvertenties lijken te zeggen dat je bij hen een echte, oprechte, niet-gespeelde vriendin-ervaring koopt met een meisje dat je haar authentieke persoonlijkheid laat zien.

Abbeelding 5: Tekst op de homepagina van de site van een studente escorte, waarin haar diensten omschreven worden als een speciale, unieke *girlfriend experience*. Verder ook nadruk op het niet gebruiken van photoshop, geen leugens en haar oprechte, eerlijke, *straight-forward* aanpak.

Attention Gentlemen Visitors to Belgium!

Are you looking for a special date while you are here in Belgium? Do you want to have a special experience and go home with some pleasant memories? **My name is [REDACTED] and I am a 25 year old student.** Some students work hard in shops, restaurants and bars. To pay for my studies I am an escort girl. I entertain discreet gentlemen visitors and create special, pleasant experiences for them in a safe and secure manner.

If this is your first time with an escort, then I think you will be pleasantly surprised. I can create a fantastic **girlfriend experience** for you at your hotel or at a hotel that we can mutually agree upon. I can create a special date for you with as much romance and erotic experience as you wish. Don't waste your time in the red-light districts with women that will leave you feeling cheap and dirty. Experience a wonderful evening of elegance and passion with me as your guide and as your playmate.

If you are familiar with escorts, then **you will appreciate my experience, my style and my desire for elegance.** I cater only to gentlemen with class, style and good taste. Allow me to create a truly special evening for you.

I have created my website entirely myself in an attempt to be as honest and open as possible. There are no photoshopped photos (like so many other escorts do) and no lies about my age and appearance. If you like this kind of **straight-forward, honest approach**, then you will love an evening with me.

**My job is to help you feel comfortable and at ease so that we can create a special experience together.**

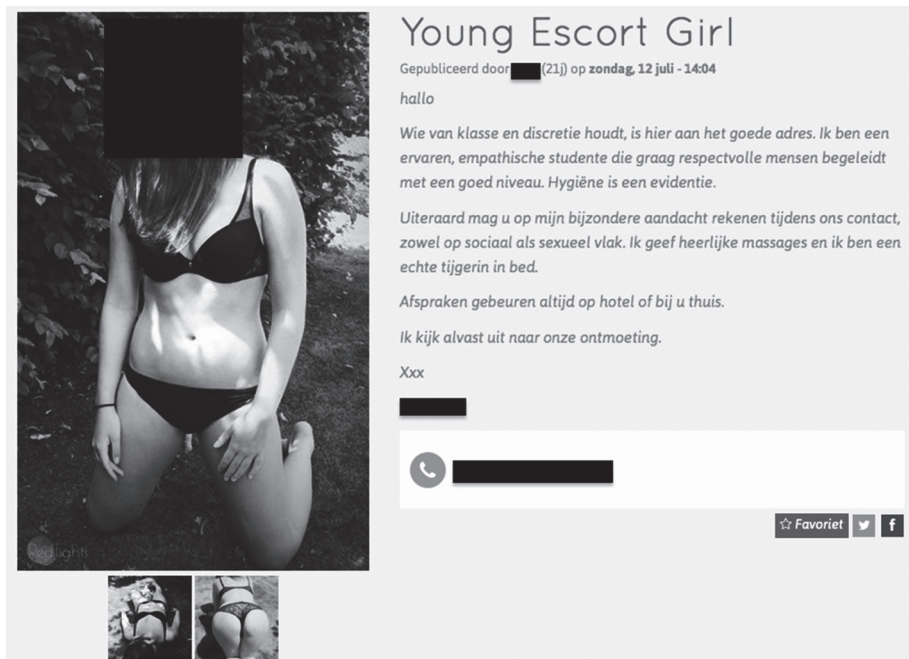
In the FAQ section I have tried to answer many of the most common questions that you might have, so check there before you contact me. If you still have questions, then contact me by email and feel free to ask whatever you are curious about.



## Selectie- en beschermingsstrategie

Het beeld dat de studenten van zichzelf willen scheppen in hun advertentie, kan ten eerste gezien worden als een selectiestrategie voor het selecteren van de gewenste klant. Sommige sekswerkers gebruiken het beeld dat ze creëren over zichzelf bewust als *business*-strategie om een bepaald cliënteel aan te trekken (Sanders 2005; Bernstein 2007). Ook deze studenten zijn op zoek naar een bepaald soort klanten. Dit wordt onder meer duidelijk doordat in de distinctie-advertenties vaak klantkenmerken worden aangehaald, zoals respectvol, discreet en hygiënisch. Soms wordt de klant die ze wensen aan te trekken omschreven als 'van een bepaald niveau', of 'met klasse'.

Afbeelding 6: Advertentie die focust op respectvolle, discrete, hygiënische mannen van een 'goed niveau'.



The image shows a screenshot of a dating profile for a woman named 'Young Escort Girl'. On the left is a black and white photograph of her in a bikini, kneeling outdoors. The profile text is as follows:

**Young Escort Girl**  
 Gepubliceerd door [redacted] (21j) op zondag, 12 juli - 14:04  
 hallo  
 Wie van klasse en discretie houdt, is hier aan het goede adres. Ik ben een ervaren, empathische studente die graag respectvolle mensen begeleidt met een goed niveau. Hygiëne is een evidentie.  
 Uiteraard mag u op mijn bijzondere aandacht rekenen tijdens ons contact, zowel op sociaal als sexueel vlak. Ik geef heerlijke massages en ik ben een echte tijgerin in bed.  
 Afspraken gebeuren altijd op hotel of bij u thuis.  
 Ik kijk alvast uit naar onze ontmoeting.  
 Xxx  
 [redacted]

At the bottom of the profile, there are two small thumbnail images of the woman in different poses. On the right side of the profile, there are icons for 'Favoriet', a heart, a Twitter bird, and a Facebook 'f' logo.

Alle respondenten die werkzaam waren als escort gaven aan een selectie te maken in de klanten die hen benaderen. Zowel Marie als Julie gaven expliciet aan hun advertentie te gebruiken als eerste selectiestrategie. Marie had enkele slechte ervaringen toen ze begon met het werk, en besloot daarom haar advertentie te veranderen en een uitgebreide site op te zetten om een bepaald soort klanten aan te trekken. Ook Julie erkent dat haar advertentie deel uitmaakt van het selectieproces:

MARIE (26, escort): “Die eerste keer, dat was verschrikkelijk. De eerste twee keren. Dat had ook te maken met mijn advertentie... Ik ben vroeger altijd iemand geweest die mensen uitdaagde, alez, ik was zo ne rebel, en ik had dan ook een advertentie geplaatst in de trant van ‘enkel voor mannen met pit’, maar dan krijgt ge... Tja, ik had nog totaal geen ervaring met adverteren, of wat voor mannen daar op afkomen... (...) En daarna had ik iets van: ‘wow oké, dit moet toch te veranderen zijn’... Dan heb ik mijn advertentie aangepast, en dan is het beginnen beteren. Wat dat ge in uw advertentie zet is ZO belangrijk voor wie ge aantrekt. Daarmee dat ik uiteindelijk ook ne website gemaakt heb, om precies te omschrijven van: ‘kijk, dat wil ik niet’, en dat werkt heel goed. Het is gelijk online daten he, uw profiel, hoe dat ge dat invult, dat trekt een bepaald soort mensen aan, dat is een beetje hetzelfde.”

JULIE (29, escort): “Ik zoek ook een bepaald soort cliënteel. En door mijn advertentie, (...) doordat ik ook niet open en bloot adverteer, dat lokt een bepaald soort mannen, en dat zijn ook de mannen die ik wil als klant. Andere mannen wil ik niet, die vallen op open en bloot met de benen open op de foto. (...) Dus zo schift ik ook een beetje. En die mannen bellen mij ook niet, die dat zo open en bloot willen. Dus da’s ook al een beetje een screening voor mij.”

Laura daarentegen, adverteert met een niet zo uitgebreide en minder sterk op distinctie gerichte advertentie. Zij stelt dat veel mannen toch niet lezen wat er in de advertentie staat. Ook Julie erkent dat haar advertentie vaak niet gelezen wordt, waardoor ze aan telefoon vaak moet herhalen wat er in haar advertentie staat. Dit kan een reden zijn waarom studenten ook adverteren met meer praktisch gerichte advertenties.

De advertentie kan dus een eerste selectiemiddel zijn om de gewenste klanten te selecteren. De vraag overstijgt bij alle respondenten die adverteren sterk de hoeveelheid die ze willen werken, wat het voor hen mogelijk maakt om nog eens te selecteren in de mannen die reageren op hun advertentie. Marie zegt bijvoorbeeld meer dan de helft van de mannen die haar contacteren af te wijzen. Aan de hand van een gesprek via telefoon of mail beslissen ze met welke klanten ze uiteindelijk zullen afspreken.

LAURA (22, escort): “En dan reageren mensen, via mail. Ik heb een telefoonnummer gehad, maar dat is niet echt zo mijn ding, dat je niet weet wie dat er af komt. (...) Ik heb zo goed als altijd geprobeerd voor ne foto eigenlijk, meestal lukte dat wel. (...) zwaar selecteren, uiteindelijk kon dat wel.”

ROOS (23, privéontvangst): “Ik selecteer heel nauwkeurig. Dat doe ik aan de hand van hoe de persoon overkomt via de telefoon, mail of sms. Ik kijk nauwlettend op schrijffouten, hoe ze mij aanspreken. NIET: ‘hi geile meid’, ‘oi sexy ding’... en wat ze wel en niet vragen. Mannen die niet over het financiële aspect beginnen is ook een big no no. Ze kunnen het vergeten door de zenuwen, oké, maar dat risico neem ik niet. Want diegene die geen prijs vragen, zullen waarschijnlijk de intentie niet hebben om te betalen.”

Deze selectiestrategie functioneert tegelijk ook als een beschermingsstrategie, gericht op het eruit filteren van niet-gewenste klanten, die mogelijk agressief of respectloos zijn of niet zullen betalen (Sanders 2008). Zo worden zij potentieel behoed voor situaties waar andere sekswerkers, die deze strategieën niet (kunnen) toepassen, wel mee te maken krijgen. Dit kan ervoor zorgen dat deze studenten het werk positiever ervaren dan andere sekswerkers. Uit onderzoek blijkt dat veel escorts positief staan tegenover het werk, een goeie verhouding hebben met hun klanten en weinig slechte ervaringen hebben (Perkins & Lovejoy 2007), mogelijk omdat ze zo nauwkeurig hun cliënteel kunnen selecteren.

### *Een levensstijlkeuze?*

In hun advertenties willen veel studenten graag laten uitschijnen dat het werk een deel is van hun levensstijl, die gekenmerkt wordt door een *ethic of fun*. Volgens Bernstein (2007) is dit kenmerkend voor hoogopgeleide middenklasse sekswerkers, die deze distinctiekenmerken gebruiken om zich te onderscheiden van anderen. Hoewel sommige studenten in hun advertentie aangeven dat ze op deze manier hun studies betalen, stellen velen ook dat ze gewoon houden van seks en focussen veel advertenties op het eigen genot en plezier dat ze uit de afspraakjes halen. De interviews geven een complexer beeld weer. Een belangrijk motief dat naar voor komt blijft het financiële, maar ook zelfstandigheid en onafhankelijkheid zijn belangrijke, steeds terugkerende aspecten van het werk. Julie bijvoorbeeld, ziet dit werk louter als werk dat haar in staat stelt om te kunnen doen wat ze echt wilt doen: het (tweede) diploma halen dat ze graag wilt. Voor Marie stelde het werk haar in staat om op kot te gaan en zelfstandig te zijn. Anaïs spaart het geld dat ze verdient met sekswerk om op Erasmus te kunnen gaan. Laura daarentegen wordt nog volledig financieel ondersteund door haar ouders, maar spaart het grootste deel van het geld dat ze verdient met het escortwerk, voor het geval dat de financiële steun van haar ouders wegvalt. Cruciaal voor zo goed als alle respondenten is de combinatie van het hoge loon met een grote flexibiliteit en de relatief korte tijd die het werk vereist, wat hen in staat stelt om tegelijk te studeren

en te werken, en daarnaast nog tijd over te houden voor hobby's en andere interesses, zoals eerder al beschreven door bijvoorbeeld Lantz (2005), Lucas (2005) en van der Wagen en collega's (2010). Dit betekent echter niet dat het financiële noodzakelijk overheerst in hun keuze voor het werk:

MARIE (26, escort): "Moest ik morgen de lotto winnen, ik zou het waarschijnlijk nog doen. Omdat het gewoon iets is waar dat ge... Ik ben daar GOED in (lacht). Ik weet niet waarom, maar... Dat geeft ook ne kick, zeker met internationale klanten. Ik ga echt met mensen om die ik normaal nooit zou tegenkomen. Da's fantastisch."

ROOS (23, privéontvangst): "[Wat zijn voor jou de voordelen van het werk?] Controle. Geld. Zelfstandigheid. Zelfvertrouwen. Het gevoel van macht. Onafhankelijkheid. Seks. Geliefd zijn."

Ook de studies van van de Walle en collega's (2012) en van der Wagen en collega's (2010) erkennen het belang van aandacht, spanning, opwinding, zelfstandigheid en onafhankelijkheid naast geld bij hoogopgeleiden werkzaam in de seksindustrie. Sekswerk is voor deze respondenten eerder een deel van hun levensstijl en meer een kwestie van financieel onafhankelijk zijn dan een overlevingsstrategie. Zoals in de steekproef van van der Wagen en collega's (2010) gaven ook hier enkele respondenten aan al lange tijd gefascineerd te zijn door het werk of erover te fantaseren, wat de aanzet was voor hun instap:

FLEUR (19, escort/privéontvangst): "studentenleven is duur, dus een centje bijverdienen is niet slecht. Zeker als je geen zin hebt om tegen een hongerloontje te werken in de horeca. En hoe vreemd het ook mag klinken: ik fantaseerde hier al over sinds mijn 16<sup>e</sup>."

MARIE (26, escort): "Ik had ook als kind een reportage gezien, van Jambers denk ik, toen ik 10 was of zo, en ik was zo gefascineerd, ik bleef daar naar kijken, en dat heeft wel een klik gemaakt."

### *Stigma management*

Het beeld dat de studenten van zichzelf creëren in hun advertentie, heeft zoals gesteld een eerste functie als selectiestrategie om het door hen gewenste cliënteel aan te spreken. De manier waarop sekswerkers zichzelf en hun werk definiëren wordt beïnvloed door het morele en wettelijke kader waarin ze werken, dat nog steeds zorgt voor een gestigmatiseerde identiteit (Brewis & Linstead 2000b). *Image- en identity management* zijn reeds veelbesproken *stigma management*-strategieën binnen de literatuur rond sekswerk, hoewel meestal toegepast op straat-

of raamprostitutie. De meeste sekswerkers, en ook alle respondenten in deze steekproef, zijn zich immers sterk bewust van het stigma dat gekoppeld wordt aan werken in de seksindustrie. Er zijn verschillende strategieën die door sekswerkers gebruikt worden om stigmatisering te vermijden, waarvan sommige ook hier teruggevonden worden.

### *Image management*

Een eerste strategie is het herdefiniëren van het werk om zich af te zetten tegenover het stereotiepe gestigmatiseerde beeld van de sekswerker (Koken 2012; Koken et al. 2004; Trautner & Collett 2010). Dit doen sekswerkers zowel door het beeld van zichzelf op een bepaalde manier neer te zetten naar de buitenwereld toe, als intern, voor zichzelf. Sekswerkers gebruiken verschillende vormen van distinctie tegenover andere vormen van sekswerk om stigmatisering te omzeilen (Chapkis 1997, van de Walle et al. 2012). De studenten in dit onderzoek gebruiken inderdaad verschillende vormen van distinctie in hun advertenties, die het werk anders definiëren dan het stereotiepe beeld dat bestaat rond sekswerk. Zo leggen ze de nadruk op verschillende persoonskenmerken die ze beweren te bezitten, en stellen ze dat ze geen seks verkopen, maar een unieke ervaring met hun authentieke, echte persoonlijkheid. De service die ze aanbieden wordt vaak omschreven als een *'girlfriend experience'*. Daarnaast omschrijven sommige studentes zich in hun advertentie als 'high class' of 'luxe' escort, gezelschapsdame of 'courtesane'. Enkele studenten distantiëren zich in hun advertentie of op hun site expliciet van het label 'hoer' of 'prostitutie', zoals ook deze escorte op haar site:

**Afbeelding 7: Een escorte legt op haar site in detail uit wat het verschil is tussen een escort en een 'hoer', en vergelijkt het met het verschil tussen fastfood en een vijfgangenmenu.**

#### **What is an escort?**

An escort is very different from a hooker. Visit the red-light districts and you will quickly see that style, elegance and tasteful intimacy is not what is being offered. An escort is a special date where your comfort, your safety, privacy and discretion are of my utmost concern.

My goal is to be the perfect date for you. With an escort you can have much more input and control over the conditions and the situation. This can make it much, much more pleasurable for you.

Want to experience a magic evening with me? Then book yourself in at a nice hotel in Ghent with a big comfortable room. Order in some good wine and two glasses. Dress in some nice clothes, put on some good music and then go down to the bar to meet with me. I will promise you a special evening of intimacy and fun.

A hooker is like fast-food or junk-food. An escort is like a slow and tasty 5 course meal. If a hooker is what you want, then please search elsewhere. If style, taste and extreme pleasure is what you want, then send me an email right away. Tell me what you like. Tell me what you are looking for in a date. The more info you provide, then the greater the chance that I can create a special evening for the two of us.

Ook in de interviews komt dit terug. Voor Marie zit het verschil in *agency* en de keuzevrijheid die zij als escort heeft:

MARIE (26, escort): “De term ‘escort’ klinkt ten eerste beter, en dat houdt ook in van, kijk: IK ga naar de klant toe, IK beslis wat er gebeurt. Ik denk dat daar het verschil zit, in de klank. Ja. Ik doe niet zomaar alles met iedereen, gewoon omdat ze mij betalen. Er zijn er die dat wel doen, maar ik doe dat niet. (...) Ik doe het op mijn manier, of ik doe het niet. Ja, dat is het grote verschil. IK bepaal alles hoe dat het gebeurt. Hoe ik het doe, met wie ik het doe, wanneer ik het doe. Op welke manier, met welke... Ja. Ik denk dat dat het grote verschil is.”

ANAÏS (22, escort): “(...) Ik zou liever zeggen dat ik ‘sekswerker’ ben in plaats van prostituee, omdat ‘sekswerker’ ook veel algemener klinkt. Da’s een meer omvattende term, terwijl ja, ‘prostituee’ is meteen al dat. (...) Gewoon omdat, het woord heeft een negatieve bijklank, en ‘sekswerk’ gewoon neutraler klinkt, in mijn oren. (...) Ik ben... Moest ik het voor mijn eigen... gewoon ‘escort’. ‘Escort’. Alez, het houdt het ook in he, ik ben gezelschap, voilà, ik escorteer u.”

Verschillende onderzoeken bevestigen dat sommige sekswerkers termen als ‘prostitutie’ of ‘sekswerk’ verwerpen vanwege de negatieve connotaties ervan, die niet overeen komen met hun eigen ervaringen (van de Walle et al. 2012; Maticka-Tyndale, Lewis, and Street 2005), zoals Anaïs ook aangeeft in bovenstaand citaat. Deze desidentificatie van de term ‘prostituee’ wordt echter niet in alle interviews teruggevonden. Kim gaf bijvoorbeeld enerzijds aan dat ze de term ‘sekswerk’ niet oké vindt, omdat die term ‘de poëzie niet weergeeft die voor haar in het werk zit’. Ze vindt ‘sekswerk’ pornografisch klinken, en hoewel ze zich bewust is van de negatieve bijklank ervan, gebruikt ze zelf liever ‘prostituee’, omdat dit nu eenmaal de meest gekende terminologie is. Ook Julie en Laura identificeren zich met de term ‘prostituee’. Sommige respondenten zagen geen verschil tussen de termen ‘prostitutie’ en ‘sekswerk’. De term ‘sekswerk’ werd gelanceerd door pro-seks feministe en activiste Carol Leigh (1997) als alternatief voor het negatief geconnoteerde ‘prostitutie’, maar is in die zin niet heel gekend bij de respondenten. Hoewel politiek activisme ook een manier is om zich af te zetten tegen het stereotiepe beeld van de sekswerker (Brewis & Linstead 2000b), was dit bij de respondenten grotendeels afwezig, hoewel sommigen zich wel identificeren met feminisme. Roos gebruikt zelfs een quote van libertair feministe Camille Paglia:

KIM (29, privéhuus): “Maar ik heb ook ... Ik vind dat geen job om u over te schamen. Dus ik wil dat niet verbergen, ik wil dat niet, omdat ik dan mee zou gaan in een soort van taboe waar dat ik niet vind dat er een taboe zou moeten rond zijn. Maar langs de andere kant is dat

ook hypocriet, want langs de andere kant wil ik ook niet een soort van martelaar zijn (lacht), en wil ik ook niet dat mijn dochter daaronder lijdt. Dus ik maak daar wel keuzes in. (...) Ik wil niet dat ik, zoals ik zeg, daar negatieve gevolgen van... Ik wil daar niet voor vechten of zo, ik wil daar niet iets politiek van maken.”

ROOS (23, privéontvangst): “(...) ‘*The prostitute is not, as feminists claim, the victim of men, but rather their conqueror, an outlaw, who controls the sexual channels between nature and culture*’. Dit is een quote van Camille Paglia en dat zegt alles.”

Hoewel de meeste respondenten hun werk niet direct verbinden met feminisme, was de nadruk op zelfstandigheid en keuzevrijheid wel een thema dat vaak terugkwam doorheen de interviews. Alle respondenten onderstreepten duidelijk hun eigen *agency* in het werk en zagen dit als een aspect waarop zij fundamenteel verschillen van andere sekswerkers. Zoals Leigh (1997) en Koken en collega's (2004) ook aanhalen, vatten sommige respondenten daarnaast hun werk meer op als ‘welzijnswerk’.

KIM (29, privéhuis): “ge hebt respect voor uw klanten, en uw klanten hebben respect voor u, er zijn... tot op een bepaald niveau zou ik dit nog ‘welzijnswerk’ kunnen noemen, of zo. Of, op een humane manier.”

Zoals Kim wijzen ook Marie, Laura en Anais meermaals op de menselijkheid die gepaard gaat met de vorm van sekswerk waarin ze actief zijn en vinden ze het feit dat ze mensen gelukkig kunnen maken een grote meerwaarde.

### *Identity management*

Een tweede *stigma management*-strategie die gebruikt wordt door sekswerkers is het selectief persoonlijke informatie delen om het beeld over zichzelf te kunnen controleren. In de literatuur werd een ‘*manufactured*’ dubbele identiteit bij sekswerkers al veelvuldig beschreven (e.g. (Sanders 2005; Trautner & Collett 2010)). Veel sekswerkers construeren een alternatieve identiteit die ze gebruiken tijdens hun werk. De meeste sekswerkers gebruiken een pseudoniem voor hun werkactiviteiten, sommigen verzinnen een compleet andere identiteit en levensverhaal voor hun werk-identiteit, anderen gebruiken speciale make-up en kledij om de identiteit van hun alter-ego aan te nemen. Ook de respondenten in deze sample gebruiken inderdaad een fictieve naam. Julie gebruikt verschillende ‘werkleeftijden’ naast haar echte leeftijd. De meeste respondenten benadrukken echter ‘gewoon zichzelf’ te zijn tijdens hun werk. Er was niet echt sprake van afzonder-

lijke kledij die enkel gebruikt wordt tijdens het werk, hoewel Kim aangaf dat ze dit in het begin wel bewust deed om werk en privé gescheiden te kunnen houden. Volgens Sanders (2005) vatten veel sekswerkers hun werk op als een *performance*, uitgevoerd door hun tweede (sekswerkers-) identiteit, wat zij beschrijft als een strategie om hun seksualiteit te kunnen kapitaliseren. Hoewel de service die de studenten verlenen emotioneel veeleisend is omdat ze gevoelens moeten tonen voor klanten waar ze eigenlijk niets voor voelen (Weitzer 2009), wordt het werk niet als een *performance* opgevat door de meeste respondenten.

KIM (29, privéhuus): “Ik doe dat nu een jaar he, en binnen dat jaar ben ik heel veel veranderd, of ontwikkeld, gelijk nu ook... perniteer ik mij een bepaalde vrijheid, van... soms lach ik eens met mijn klanten, da’k zelf loslaat dat ik aan het werken ben. Dat ik niet altijd maar moet presteren. Maar soms, en ik ben dan, hoe meer dat ik mijzelf ben, en hoe minder da ‘k zo... hun dien of zo, hoe beter dat dat werkt.”

De advertenties zijn er op gericht mannen te laten denken dat ze daten met de authentieke persoonlijkheid van de studentes, en de respondenten bevestigen ook grotendeels hun echte persoonlijkheid te gebruiken tijdens hun werk. Bernstein (2007) stelt dat hoogopgeleide sekswerkers streven naar een ‘*single self*’ waarbij er geen vaste grenzen zijn aan ‘*front stage*’ en ‘*back stage*’. Hiermee spreken ze een bepaald cliënteel aan van mannen uit de nieuwe middenklasse die op zoek zijn naar een authentieke interpersoonlijke connectie, zoals verschillende respondenten aangeven. Ook voor hen geeft ‘het authentieke’ in hun consumptiepatroon een gevoel van distinctie (West et al. 2004).

ROOS (23, privéontvangst): “Ze willen een echt meisje, geen robot en niet iemand die wordt gepusht of seks heeft tegen haar zin enkel en alleen omdat ze geld nodig heeft. Het woord ‘geld’ wordt ook zelden door hen gebruikt. Soms geven ze het zonder er iets aan toe te voegen of leggen het stilzwijgend op tafel maar meestal zeggen ze iets in de aard van “ik heb nog iets voor jou” en altijd wordt het heel vluchtig gegeven alsof ze niet willen geconfronteerd worden met het feit dat ze moeten betalen. Zodat voor hun gevoel het een echte date is of *bootycall*. (...) ik heb meestal dates vanaf twee uur en dat zijn dan de klanten die willen weten wie je bent om een zo echt mogelijke ervaring te hebben.”

Anderzijds is deze authenticiteit ook *bounded*, aangezien sekswerkers ook duidelijk de grenzen ervan aangeven (Bernstein 2001, 2007). Eerder dan een alternatieve identiteit construeren, proberen de respondenten, naast authentiek zijn, hun



eigen identiteit deels af te schermen tijdens hun werk. Deze strategie is echter vooral gericht op het bewaren van privacy, zoals Roos verder aangeeft. Ook Julie waarschuwt voor bijvoorbeeld online fora waar klanten recensies over sekswerkers kunnen schrijven en ervaringen kunnen delen:

JULIE (29, escort): “En als elke klant, dat wat ze weten... En tegen die klant vertelt ge dat, en tegen die klant vertelt ge dat, maar ze weten nooit alles in één keer, maar zet dat allemaal een keer samen? Dan hebt ge een heel mooi profiel. Studeert dat, zo oud, ziet er zo uit, rijdt met die auto, heeft dat huisdier, woont daar, komt van daar, weet ik veel... Ja, dan hebt ge een heel mooi profiel, en iemand die u kent en die leest dat ‘hm, die ken ik toch?’, dat is niet de bedoeling he. En daar moet ge voor oppassen, daarmee.”

ROOS (23, privéontvangst): “Ik heb het eens bijgehouden en gemiddeld twee op tien zal mijn echte voornaam vragen. Ik zeg altijd ‘liever niet’ maar later op de date zullen ze het nogmaals vragen. Ik heb ondervonden dat je dan echt wel een naam MOET geven of ze komen niet meer terug. Ik heb een tweede (fake) naam die ik geef bij diegene die ik wil terugzien. Dat is altijd dezelfde zodat ik nooit kan missen.”

Hoewel de respondenten elementen uit hun eigen persoonlijkheid gebruiken, blijft het behouden van privacy en anonimiteit in hun werk prioritair. Veel sekswerkers willen absoluut niet dat hun werk overloopt in hun privéleven, en proberen deze twee sociale werelden bewust gescheiden te houden.

### *Sociale werelden gescheiden houden*

Een andere, interpersoonlijke strategie voor het omgaan met stigma is het verdeelen van de sociale wereld in verschillende groepen (Goffman 1959). De ene groep wordt niets verteld over het sekswerk, terwijl een andere groep wel op de hoogte is, en deze worden strikt gescheiden gehouden. Wegens het stigma rond sekswerk houden zo goed als alle sekswerkers hun werk geheim voor ten minste een deel van hun sociale wereld (Thompson & Harred 1992, Rosenbloom & Fetner 2001; Trautner & Collett 2010; Koken 2012). Dit wordt door de respondenten in deze steekproef als één van de grootste nadelen of moeilijkheden van het werk ervaren, zoals Roos, Laura en Julie ook aangeven:

ROOS (23, privéontvangst): “Mijn familie en vrienden weten van niks. Ik ga geen relaties aan door dit werk. Het liegen en de geheimzinnigheid, de smoesjes,... het weegt.”

LAURA (22, escort): “En ik vind het ook niet waard voor het te zeggen, en dan het risico te lopen dat er iets mis loopt, of verkeerde reactie of... ja. En da's wel dubbel he, want uiteindelijk doe je dat als persoon, en dat is ook een deel van wie dat je zijt. Als ge dat dan niet wilt zeggen... Ja, da's wel moeilijk.”

JULIE (29, escort): “Daar komt zoveel bij kijken, ge krijgt een stempel van de maatschappij, ge zijt afgeschermd... Ge schermt uzelf af, zo. Voor uw vrienden, voor uw familie, ge gaat er niet open en bloot voor uitkomen, dus dat vergt wel een bepaald soort karakter, en ofwel kunt ge dat, ofwel kunt ge dat niet.”

De mate van openheid over het werk varieerde sterk onder de respondenten. Kim en Marie waren zeer open over hun sekswerk naar hun sociale omgeving toe, veel vrienden wisten over hun werk en zij praatten hier ook open over. Tegenover ouders was er minder openheid, en Kim probeert ook haar sekswerk af te schermmen van de leefwereld van haar dochter. De andere respondenten deelden hun sekswerk met zo goed als niemand. Doordat veel sekswerkers hun werk voor het grootste deel van hun sociale wereld geheim houden krijgen zij ook geen sociale steun bij hun sekswerk, wat mogelijk invloed heeft op hun emotionele gezondheid (Koken 2012; Vanwesenbeeck 2005; Koken et al. 2004).

Sekswerkers zoals Kim, die in een privéhuus werken, hebben doorgaans collega's waarmee ze wel over het werk kunnen praten, en die een mogelijke bron van sociale steun zijn. Contact met collega's blijkt echter niet gebruikelijk in de escortwereld. Hoewel er een zekere nieuwsgierigheid merkbaar was naar andere escorts, had geen van de respondenten die zelfstandig werkten vaak contact met collega's. Vrienden maken op het werk wordt door sekswerkers vaak vermeden om hun anonimiteit en privacy niet in gedrang te brengen en deze sociale werelden gescheiden te houden (Trautner & Collett 2010; van der Wagen, Daalder & Bijleveld 2010). Julie is echter wel nog steeds bevriend met de collega's uit de club waar ze vroeger werkte.

De afscherming tussen werk en niet-werk gebeurt in twee richtingen: enerzijds willen de respondenten hun privéleven afschermmen in hun werk, anderzijds wordt het sekswerk vaak verzwegen in hun privéleven. Hierdoor ontstaan twee afzonderlijke sociale werelden. Er is wel overloop van privé naar werk aangezien er geen tweede werkidentiteit wordt geconstrueerd en de studenten gebruik maken van elementen uit hun privéleven, maar dit echter binnen de grenzen van hun eigen privacy. De voornaamste reden hiervoor is het vermijden van stigmatisering, aangezien de impact van stigma op het leven van sekswerkers een bron van psychologische stress is (Vanwesenbeeck 2005; Koken et al. 2004; Sanders 2004).

## Conclusie en beperkingen

Uit deze analyse bleek dat studenten verschillende elementen van distinctie gebruiken om hun werk en zichzelf te omschrijven, zowel in de advertenties als in de interviews. Wat ze verkopen is oprechte seksuele interesse en een unieke ervaring met hun authentieke persoonlijkheid, een dienst waar mannen uit de nieuwe middenklasse naar op zoek zijn. Deze herdefiniëring van het werk functioneert ten eerste als een selectiestrategie om het gewenste cliënteel aan te trekken, maar kan daarnaast ook een *stigma management*-strategie zijn. *Bounded authenticity* staat hierbij centraal: studenten construeren geen tweede, *manufactured* werkidentiteit, maar behouden een *single self* waarbij elementen uit hun echte persoonlijkheid in het werk gebruikt worden en *'front stage'* en *'back stage'* geen rigide grenzen kennen. Toch blijven ze hun echte identiteit steeds in bepaalde mate afschermen, voornamelijk om hun anonimiteit en privacy te bewaren. Om te vermijden dat het privéleven en werkleven in elkaar overlopen wordt hun sociale wereld in verschillende groepen gedeeld.

Centraal in deze processen staat de stigmatisering van sekswerk, dat vandaag nog steeds als deviant wordt beschouwd. Hoewel meer en meer academici en overheden erkennen dat sekswerk een vorm van werk kan zijn, kent onze hedendaagse maatschappij nog steeds weinig maatschappelijke aanvaarding voor het verlenen van seksuele diensten voor geld. Dit stigma en bijhorende noodgedwongen geheimhouding en afscherming betekenen extra stressfactoren voor veel sekswerkers. Vaak wordt sekswerk in een stereotiep victimiserend perspectief gezien, dat geen rekening houdt met het beslissingsvermogen en de ervaringen van alle sekswerkers, ten dele ook wegens de disproportionele focus op bepaalde sectoren binnen de seksindustrie. Opgemerkt moet daarbij wel worden dat de respondenten binnen deze sample op verschillende vlakken geprivilegieerd zijn: de meeste vrouwen zijn jonge, blanke, hoogopgeleide studentes met ouders uit de middenklasse, wat zorgt voor een intersectie van *class privilege*, *white privilege*, *age privilege* en binnen deze sector ook *female privilege*. Privilege is een sociologisch concept geïntroduceerd door Peggy McIntosh (1988) dat zij beschrijft als "(...) an invisible package of unearned assets that privileged people can count on cashing in each day". Dit zorgt er waarschijnlijk voor dat deze sekswerkers zich in de hoogste segmenten van de seksindustrie kunnen bevinden. Hun ervaringen met het werk zijn dan ook potentieel anders, en de resultaten zijn absoluut niet te veralgemenen naar andere sectoren binnen de seksindustrie. Zonder de vele wantoestanden die de seksindustrie nog steeds kent te negeren tracht dit onderzoek een meer divers beeld van sekswerk te laten zien, waarin het werk actief wordt geherdefinieerd.

Dit onderzoek heeft een aantal belangrijke beperkingen. De dataverzameling verliep niet vlot, waardoor de focus uiteindelijk onbedoeld op zelfstandige sekswerkers lag die werken als escort of in de privéontvangst en adverteren om klanten

te werven, omdat deze sekswerkers het makkelijkst bereikbaar waren. Het bleek interessant om de advertenties zelf ook in de analyse te betrekken, maar adverteren is slechts één vorm van sekswerk waarin studenten actief zijn. Toch hadden ook enkele respondenten ervaring met werken in een privéhuis, club of escortebureau. Wat betreft de advertenties, kan niet gegarandeerd worden dat deze effectief allemaal door de adverteerder zelf werden geschreven, en ook de studentenstatus van de adverteerders kon niet worden nagegaan. Het is steeds mogelijk dat deze studenten voor een privéhuis, club of escortebureau werkten dat hun advertentie schreef, of dat ze de status 'student' enkel als verkoopstrategie gebruikten. Ook waren de meeste respondenten overwegend positief over hun werk, wat mogelijk een vertekend beeld geeft. Studenten werkzaam (geweest) in de seksindustrie met slechte ervaringen, die nog meer schaamte voelen over hun werk of het als meer problematisch ervaren reageerden mogelijk om deze redenen niet op de oproep. Ten slotte werden de wervingsmail en de open vragenlijst enkel in het Nederlands verstuurd. Hierdoor werden buitenlandse studenten uitgesloten. Australisch onderzoek wees uit dat internationale uitwisselingsstudenten bijkomende problemen ondervinden bij het vinden van een job, en de illegale seksindustrie voor hen dus vaak één van de enige lucratieve opties om te werken is (Maher, Pickering & Gerard 2012; Lantz 2005).

## Bibliografie

- Attwood, Feona. 2006. "Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture." *Sexualities* 9, 1: 77-94.
- Bernstein, Elizabeth. 1999. "What's Wrong with Prostitution – What's Right with Sex Work – Comparing Markets in Female Sexual Labor." *Hastings Women's Law Journal* 10: 91.
- Bernstein, Elizabeth. 2001. "The Meaning of the Purchase: Desire, demand and the commerce of sex." *Ethnography* 2, 3: 389-420.
- Bernstein, Elizabeth. 2007. "Sex Work for the Middle Classes." *Sexualities* 10, 4): 473-488.
- Betzer, F., S. Kohler & L. Schlemm. 2015. "Sex Work Among Students of Higher Education: A Survey-Based, Cross-Sectional Study." *Archives of Sexual Behavior* 44, 3: 525-528.
- Brents, B.G. & T. Sanders. 2010. "Mainstreaming the Sex Industry: Economic inclusion and social ambivalence." *Journal of Law and Society* 37, 1: 40-60.
- Brewis, Joanna & Stephen Linstead. 2000a. "'The Worst Thing is the Screwing' (1): Consumption and the management of identity in sex work." *Gender, Work & Organization* 7, 2: 84-97.
- Brewis, Joanna & Stephen Linstead. 2000b. "'The Worst Thing is the Screwing' (2): Context and career in sex work." *Gender, Work & Organization* 7, 3: 168-180.

- Brouwer, Lenie. 2006. "Dutch Moroccan Websites: A transnational imagery?" *Journal of ethnic and migration studies* 32, 7: 1153-1168.
- Chapkis, Wendy. 1997. *Live Sex Acts: Women performing erotic labor*. New York: Routledge.
- Clouet, Eva. 2008. *La prostitution étudiante à l'heure des nouvelles technologies de communication: Distinction, ambition et ruptures*. Paris: Max Milo.
- European Commission. 2016. *National Student Fee and Support Systems in European Higher Education – 2016/17. Eurydice Facts and Figures*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Crocker, J. & B. Major. 1989. "Social Stigma and Self-Esteem – the Self-Protective Properties of Stigma." *Psychological Review* 96, 4: 608-630.
- Cunningham, S. & T.D. Kendall. 2011. "Prostitution 2.0: The changing face of sex work." *Journal of Urban Economics* 69, 3: 273-287.
- de Koster, Willem. 2010. *'Nowhere I could talk like that': Togetherness and identity on online forums*. Doctoraatsproefschrift, Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Eadie, Jo. 2004. *Sexuality: The Essential Glossary*. London: Arnold.
- Glaser, Barney G., Anselm L. Strauss & Elizabeth Strutzel. 1968. "The Discovery of Grounded Theory: Strategies for qualitative research." *Nursing research* 17, 4: 364.
- Goffman, Erving. 1963. *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. New York: Simon & Schuster.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- Hadden, Stuart C. & Marilyn Lester. 1978. "Talking Identity: The production of 'self' in interaction." *Human Studies* 1, 1: 331-356.
- Harcourt, C. & B. Donovan. 2005. "The Many Faces of Sex Work." *Sexually Transmitted Infections* 81, 3: 201-206.
- Koken, Juline A. 2012. "Independent Female Escort's Strategies for Coping with Sex Work Related Stigma." *Sexuality & Culture* 16, 3: 209-229.
- Koken, Juline A., David S. Bimbi, Jeffrey T. Parsons & Perry N. Halkitis. 2004. "The Experience of Stigma in the Lives of Male Internet Escorts." *Journal of Psychology & Human Sexuality* 16, 1: 13-32.
- Lantz, Sarah. 2005. "Students Working in the Melbourne Sex Industry: Education, human capital and the changing patterns of the youth labour market." *Journal of Youth Studies* 8, 4: 385-401.
- Leigh, Carol. 1997. "Inventing Sex Work." In *Whores and Other Feminists*, red. Jill Nagle, 83-90. New York: Routledge.
- Lucas, Ann M. 2005. "The Work of Sex Work: Elite prostitutes' vocational orientations and experiences." *Deviant Behavior* 26, 6: 513-546.
- Maher, JaneMaree, Sharon Pickering & Alison Gerard. 2012. "Privileging Work Not Sex: Flexibility and employment in the sexual services industry." *The Sociological Review* 60, 4: 654-675.

- Maticka-Tyndale, E., J. Lewis & M. Street. 2005. "Making a Place for Escort Work: A case study." *The Journal of Sex Research* 42, 1: 46-53.
- McIntosh, Peggy. 1988. "White Privilege, Male privilege. A Personal Account of Coming to See Correspondences Through Work in Women's Studies." Working Paper 189, Center for Research on Women, Wellesley College, Wellesley, Mass.
- McNair, Brian. 2002. *Striptease Culture: Sex, media and the democratization of desire*. London: Routledge.
- Perkins, Roberta. 1991. *Working Girls: Prostitutes, their life and social control*: Canberra: Australian Institute of Criminology.
- Perkins, Roberta & Frances Lovejoy. 2007. *Call Girls: Private sex workers in Australia*: Crawley, W.A.: University of Western Australia Press.
- Pyett, Priscilla, Ben Haste & Jocelyn Snow. 1995. *Profile of Workers in the Sex Industry, Melbourne: Report prepared for the Prostitutes' Collective of Victoria*. Carlton South, Vic: Centre for the Study of Sexually Transmissible Diseases, La Trobe University.
- Roberts, R., S. Bergstrom & D. La Rooy. 2007. "UK Students and Sex Work: Current knowledge and research issues." *Journal of Community & Applied Social Psychology* 17, 2: 141-146.
- Roberts, R., J. Golding, T. Towell, S. Reid, S. Woodford, A. Vetere & I. Weinreb. 2000. "Mental and Physical Health in Students: The role of economic circumstances." *British Journal of Health Psychology* 5, 3: 289-297.
- Roberts, R., A. Jones & T. Sanders. 2013. "Students and Sex Work in the UK: Providers and purchasers." *Sex Education* 13, 3: 349-363.
- Roberts, Ron, Sandra Bergström & David La Rooy. 2007. "Sex Work and Students: An exploratory study." *Journal of Further and Higher Education* 31, 4: 323-334.
- Roberts, Ron, Teela Sanders, Ellie Myers & Debbie Smith. 2010. "Participation in Sex Work: Students' views." *Sex Education* 10, 2: 145-156.
- Ronai, C.R. & C. Ellis. 1989. "Turn-Ons for Money: Interactional strategies of the table dancer." *Journal of Contemporary Ethnography* 18, 3: 271-298.
- Rosenbloom, S. R. & T. Fetner. 2001. "Sharing Secrets Slowly: Issues of classroom self-disclosure raised by student sex workers." *Teaching Sociology* 29, 4: 439-453.
- Sagar, T., D. Jones, K. Symons, J. Bowring & R. Roberts. 2015. "Student Participation in the Sex Industry: Higher education responses and staff experiences and perceptions." *Journal of Higher Education Policy and Management* 37, 4: 400-412.
- Sanders, Teela. 2004. "A Continuum of Risk? The management of health, physical and emotional risks by female sex workers." *Sociology of Health and Illness* 26, 5: 557-74.
- Sanders, Teela. 2005. "It's Just Acting': Sex workers' strategies for capitalizing on sexuality." *Gender, Work and Organization* 12, 4: 319-342.
- Sanders, Teela. 2006. "Researching Sex Work: Dynamics, difficulties, and decisions." In *The SAGE Handbook of Fieldwork*, red. D. Hobbs., & R. Wright, 201-221.
- Sanders, Teela. 2008. *Paying for Pleasure: Men who buy sex*. Cullompton: Willan Publishing.
- Satz, Debra. 1995. "Markets in Women's Sexual Labor." *Ethics* 106, 1: 63-85.

- Scott, M.E., E. Wildsmith, K. Welti, S. Ryan, E. Schelar & N.R. Steward-Streng. 2011. "Risky Adolescent Sexual Behaviors and Reproductive Health in Young Adulthood." *Perspectives on Sexual and Reproductive Health* 43, 2: 110-118.
- Shaver, Frances. M. 2005. "Sex Work Research: Methodological and ethical challenges." *Journal of Interpersonal Violence* 20, 3: 296-319.
- Shrage, Laurie. 2013. *Moral Dilemmas of Feminism: Prostitution, adultery, and abortion*. London: Routledge.
- Thompson, W.E. & J.L. Harred. 1992. "Topless Dancers: Managing stigma in a deviant occupation." *Deviant Behavior* 13, 3: 291-311.
- Thompson, W.E., J.L. Harred & B.E. Burks. 2003. "Managing the Stigma of Topless Dancing: A decade later." *Deviant Behavior* 24, 6: 551-570.
- Trautner, M.N. & J.L. Collett. 2010. "Students Who Strip: The Benefits of Alternate Identities for Managing Stigma." *Symbolic Interaction* 33, 2: 257-279.
- van de Walle, R., C. Picavet, W. van Berlo & A. Verhoeff. 2012. "Young Dutch People's Experiences of Trading Sex: A qualitative study." *Journal of Sex Research* 49, 6: 547-57.
- van der Wagen, W.A. Daalder & C. Bijleveld. 2010. "Geld, Spanning en Aandacht. Een verkennende studie naar hoogopgeleide vrouwelijke prostituees in Nederland." *Tijdschrift voor Seksuologie* 34, 3: 129-142.
- Van Nieuwkerk, K. 2006. "Gender, Conversion, and Islam: A comparison of online and offline conversion narratives." In *Women Embracing Islam; Gender and Conversion in the West*, red. Karin van Nieuwkerk, pp. 95-120. Austin: University of Texas Press.
- Vanwesenbeeck, Ine. 2005. "Burnout Among Female Indoor Sex Workers." *Archives of Sexual Behavior* 34, 6: 627-639.
- Vanwesenbeeck, Ine. 2013. "Prostitution Push and Pull: Male and female perspectives." *Journal of Sex Research* 50, 1: 11-6.
- Weitzer, Ron. 2009. "Sociology of Sex Work." *Annual Review of Sociology* 35: 213-234.
- West, Paige & JamesG. Carrier. 2004. "Ecotourism and Authenticity: Getting away from it all?" *Current Anthropology* 45, 4: 483-498.