



Humanitaire Communicatie Awards 2021

Reactie van Plan International Nederland op hun nominatie in de Vlieg in het Oog categorie voor hun video 'Zo gruwelijk is meisjesbesnijdenis'

“Het onderwerp *Female Genital Mutilation (FGM)*, het besnijden van meisjes, onder de aandacht brengen is delicaat en in de keuzes voor communicatiemiddelen die we maken rondom dit thema gaan we niet over één nacht ijs. Ook in dit geval hebben wij destijds, ruim twee jaar geleden, zorgvuldige afwegingen gemaakt. Zouden we deze video anno 2021 opnieuw hebben gemaakt? Nee, wij voeren – in Nederland, maar ook binnen onze internationale federatie – stevige discussies over meerstemmigheid, *changing the narrative*, inclusiviteit, het dekoloniseren van taal, etc. Plan is zich er van bewust dat maatschappelijke opvattingen over gepaste communicatie altijd in beweging zijn. Mede daarom vinden wij het wrang ‘genomineerd te worden’ voor een campagne waar we inmiddels geen gebruik meer van maken.”

“Wij lichten graag onze overwegingen bij het destijds ontstaan van deze campagne toe. De jury laakt de anonimiteit van de meisjes over wie deze campagne gaat. Wij hebben juist getracht middels deze communicatievorm het onderwerp op een zorgvuldige en voor vrouwen en meisjes die een besnijdenis hebben ondergaan zo min mogelijk belastende manier te behandelen. Plan werkt met een Gedragscode Kindbescherming (*Global Policy on Safeguarding Children and Young People*) die voorkomt dat kinderen slachtoffer worden van misbruik, mishandeling, (geestelijk) leed of ongeoorloofd gedrag. Dit reglement geldt in alle landen waar Plan werkt. In lijn met deze regels laten wij meisjes en vrouwen die FGM hebben meegemaakt buiten beeld. Slachtoffers onder de 18 jaar (en soms zelfs onder de 24 jaar) van elke vorm van gendergerelateerd geweld; denk aan online kindermisbruik, kindhuwelijken, kindermisbruik op reis, kinderhandel en dus ook meisjesbesnijdenis brengen wij nooit met naam en toenaam in beeld. Kinderen hebben recht op privacy, kunnen opnieuw getraumatiseerd worden door hun verhaal te vertellen, en kunnen bovendien de gevolgen van dergelijke beelden op latere leeftijd mogelijk nog niet overzien. Bovendien is, bijvoorbeeld in het geval van misbruik, risico op blootstelling aan daders waardoor kinderen wederom gevaar lopen.”

“Wij begrijpen de kanttekeningen die in de nominatietekst geplaatst worden bij het gebruik van (de emotie van) bekende Nederlanders. Mede daarom gebruiken wij deze video inmiddels niet meer. Maar het bereiken, raken en betrekken van het Nederlandse publiek is wel een steeds lastigere uitdaging. Soms helpt het gebruik van bekende gezichten bij het vergroten van dat bereik. Deze campagne is slechts één van de communicatiemiddelen die wij inzetten. Plan International gebruikt veel verschillende manieren om zo veel mogelijk mensen te informeren over barrières die meisjes wereldwijd tegenkomen. Daarbij geven we waar mogelijk feitelijke en gecontextualiseerde informatie en laten we zoveel mogelijk vrouwen en meisjes zelf aan het woord. Voor FGM doen we dat bijvoorbeeld door het [benaderen van pers](#), via [verhalen van meisjes die zich inzetten tegen FGM, door mannen aan het woord te laten](#) en [themadossiers op te stellen](#). Zoals op de website en via onze socials is te zien, laat Plan met grote regelmaat meisjes en jonge vrouwen zelf aan het woord, als zij dat zelf willen. Dat sluit aan bij onze missie en ons programmatische werk. Een goed voorbeeld hiervan zijn deze twee verhalen (plus video, zie [hier](#) en [hier](#)) van onze jongerenlobbyisten die bij de Verenigde Naties hun zegje mochten doen.”