

محبوب‌ترین هشتگ‌های فمینیستی سال ۲۰۱۸ و قدرت کاران‌فرزاد صیفی / اعتراضی آنها

Photo: <http://bidarzani.com/>

امروزه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به بستری کاملاً جدی برای بیان دیدگاهها، اعتراضات، مباحثه و گفت‌وگو، آموزش و اطلاع‌رسانی جمعی در سطح جهانی بدل شده است. جنبش‌های اجتماعی-سیاسی مختلف هر کدام به نحوی از این فضای آزاد و بی‌حد و مرز گردش اطلاعات، برای مقاصد گوناگون و رساندن صدایشان به دیگران و مخاطبان‌شان، بهره می‌جویند.

وجود هشتگ (برچسب) در شبکه‌های اجتماعی یک امکان مناسب است برای غربال کردن مطالب مورد نیاز در میان انبوه مطالب و اطلاعاتی که توسط کاربران مختلف در سراسر جهان که به صورت لحظه‌ای به اشتراک گذاشته می‌شوند. هشتگ‌ها می‌توانند عملکرد جنبش‌های اجتماعی را تسریع کنند و در مدت زمانی کوتاه توجه میلیون‌ها نفر را به یک موضوع معطوف کنند. علاوه بر این‌ها، رویدادها و اتفاقات دنیای واقعی را نیز می‌توان به وسیله هشتگ‌ها سازمان‌دهی کرد. هشتگ را برای علاقه‌مندان به هر موضوعی چه در دنیای مجازی و چه در دنیای واقعی، می‌توان نقطه اتصال ساده و در دسترس میان افراد با گرایشات فکری-سیاسی-دینی و... تلقی کرد.

هشتگ‌ها با قابلیت مشارکت تمام افراد و گروه‌های حاضر در شبکه‌های اجتماعی در یک بحث، موجب افزایش دسترسی، گردش و قدرت اطلاعات می‌شوند. تأثیر هشتگ‌ها به اعتراضات سیاسی و اجتماعی مختلف نیز کشیده شده، تا جایی که بعضاً بدون این که نیازی به اعتراض در دنیای واقعی (مثلاً اعتراض خیابانی) باشد، بتوان به هدف و خواسته‌های مورد نظر دست یافت. در مواردی هم که این اعتراضات و مطالبات مجازی پاسخگو واقع نشده دامنه آن به فضایی واقعی و خیابان‌ها کشیده شده و شبکه‌های مجازی به وسیله هشتگ‌ها، بستر مناسبی را برای اطلاع‌رسانی یک رویداد واقعی، فراهم آوردند. نمونه بارز آن هشتگ #WomensWave (موج زنان) است که توسط سازمان Women's March و حمایت چندین سازمان فمینیستی دیگر راه‌اندازی شده و برای چندمین بار سعی دارد اعتراضات برابری خواهانه فمینیستها را برای دستیابی به حقوق زنان، در شهرهای سراسر ایالات متحده آمریکا سازماندهی کند و آخرین گردهمایی خیابانی آنان قرار است در تاریخ ۹۱ ژانویه ۲۰۱۸ برگزار شود.

با این تفاسیر، جنبش‌های فمینیستی نیز از قاعده بهره‌برداری از فضای مجازی و هشتگ‌ها مستثنی نبودند. آنها به درستی و تا حد زیادی موفق، بهترین بهره را از فضای مجازی جسته‌اند و برخلاف دنیای واقعی مردسالارانه، صحنه شبکه‌های اجتماعی را به مکانی مناسب برای آموزش، اعتراض و اطلاع‌رسانی برای مطالبه حقوق زنان و برابری خواهی، مخصوصاً از طریق هشتگ‌ها تبدیل کرده‌اند.

تاریخچه هشتگ‌های فمینیستی به هشتگی در سال ۲۰۱۲ باز می‌گردد؛ زمانی که هشتگی برای مبارزه با آزارهای جنسی زنان با عنوان #ChangeTheRatio توسط راشل سکلار "نویسنده و کارآفرین کانادایی شکل گرفت. اما یکی از بارزترین و موفق‌ترین هشتگ‌های جنبش‌های فمینیستی تاکنون، هشتگ کارزار #MeToo (من هم همین‌طور) است. این هشتگ به همدردی با قربانیان تجاوز با یکدیگر و شکستن سکوت در مقابل متجاوزین اشاره دارد. هشتگ #MeToo تا جایی موفق بود که علاوه بر زنان، مردان بسیاری از طریق آن سکوت خود را شکستند و از تجربیاتشان درباره آزار جنسی و تجاوز که اغلب در زمان کودکی برای آنان اتفاق افتاده بود، سخن گفتند. این هشتگ فاش کرد که خشونت بسیار فراگیرتر از آن چیزی است که افکار عمومی تصور می‌کنند و بلوغ جنبش #MeToo با هشتگی به نام «من نیز انجام دادم» کامل شد. این هشتگ توسط مردانی که عاملین خشونت از جنبه‌های مختلف بودند در حمایت از #MeToo شکل گرفت و از طریق این هشتگ و اعتراف به اشتباهاتشان، سعی داشتند از رفتارهای آزارگرانه خود ابراز تأسف نمایند و با قربانیان همدردی کنند.

از این رو فعالان فمینیست مدت‌هاست از "هشتگ" به عنوان راهی جهت انتشار اهداف و پیام‌هایشان و نیز اتحاد میان فمینیست‌ها در سراسر جهان استفاده می‌کنند و جای تعجب نیست که بسیاری از مباحث و گفت‌وگوهای سیاسی، مدنی، منطقه‌ای، کشوری و حتی بین‌المللی فمینیستی در فضای مجازی اتفاق می‌افتد، زیرا این موضوع به یک تاکتیک محبوب و موفق بدل شده است.

نهایتاً باید اعتراف کرد "هشتگ" قدرت فوق‌العاده‌ای دارد.

در ادامه با نگاهی به معروف‌ترین هشتگ‌های فمینیستی در سال ۲۰۱۸ میلادی و علل پیدایش آنها، سعی میکنیم چگونگی شکل‌گیری و تأثیر اعتراضی آنها را بیان کنیم.



زنان را باور کنید / بازماندگان را باور کنید

#BelieveWomen #BelieveSurvivors

شکل گرفته در سپتامبر ۲۰۱۸

هشتگ #BelieveWomen (زنان را باور کنید) برای همبستگی با قربانی تجاوز جنسی توسط قاضی "برت کاوانا"، نامزد معرفی شده دونالد ترامپ برای عضویت در دیوان عالی آمریکا بود که توسط خانم کریستین بلیسی فورد "متهم به تجاوز جنسی شده بود".

این هشتگ به مانند یک بیانیه سیاسی در مدت زمان کوتاهی گسترش یافت و به وسیله تعدادی زیادی از کاربران شبکه‌های اجتماعی برای حمایت از زنانی استفاده شد که مورد تجاوز قرار گرفته بودند. این هشتگ شک و تردیدهای پیشگامانه جامعه و انتقاد از قربانیان تجاوز را که در مورد تجربیاتشان صحبت می‌کنند، به چالش می‌کشد.

این هشتگ همچنین به تاریخ طولانی صدای ناشنیده زنان اشاره دارد و خواستار هم‌صدایی و همدردی بیشتر با قربانیان و بازماندگان تجاوز است.



چرا گزارش ندادید (چرا اعلام نکردید)

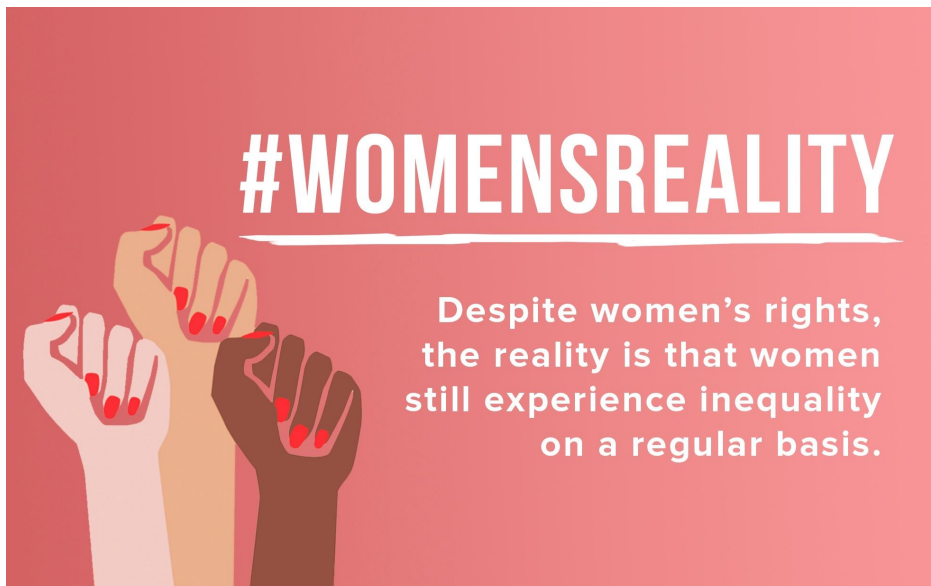
#WhyDidntReport

شکل گرفته در سپتامبر ۲۰۱۸

هنگامی که خانم کریستین بلیسی فورد، قاضی برت کاوانا را به آزارهای جنسی متهم کرد، دونالد ترامپ شک و تردیدهایی را نسبت به این موضوع مطرح و اظهار داشت:

”اگر این مسئله حقیقت داشت، چرا همان زمان این آزار جنسی را اعلام نکرده بود.“

در واکنش به صحبت‌های دونالد ترامپ، هزاران نفر از قربانیان تجاوز که توسط ”آلیسا میلانو“ بازیگر سرشناس آمریکایی سازماندهی می‌شدند، از طریق این هشتگ در شبکه‌های اجتماعی شروع به بیان تجربیاتشان در این باره کردند و گفتند که چرا سالها به دلایلی چون شرمساری، ترس از مجازات و قضاوت، باور نکردن صحبت‌هایشان و ... سکوت کرده‌اند. آنها معتقد بودند که پلیس نیز در این زمینه هیچ کاری انجام نمی‌دهد و به آنها کمک نخواهد کرد و در نهایت ذهنیت جامعه اغلب بر این باور اشتباه شکل گرفته که تجاوز کاری است که فقط مردان انجام می‌دهند و امری طبیعی است که برای میلیونها نفر دیگر نیز اتفاق افتاده است، شما هم مانند دیگران.



واقعیت زنان

#WomensReality

شکل گرفته در آگوست ۲۰۱۸

این هشتگ از زنان دعوت می‌کند تا به بررسی حقوق قانونیشان و واقعیت آن در عمل پردازند. برای مثال تبعیض‌های جنسیتی‌ای که به شیوه‌های مختلف اعمال می‌شود و ممکن است در ابتدا مانند یک تبعیض به نظر نیاید. به زبان ساده: برای هر ”حقوقی“ تنها سایه‌ای از واقعیت وجود دارد، نه خود واقعیت. این هشتگ اشاره دارد به اجرایی نکردن قوانین، عدم تعادل در قدرت (سیاسی، اجتماعی و...) و بدنامی و ننگ اجتماعی در مورد زنان هنگام وقوع اتفاقات مختلف.

این هشتگ همچنین یادآوری می‌کند با وجود تجربیات روزمره و روبرو شدن مداوم زنان در مورد تبعیض، اهمیت و ضرورت وجود جنبش‌های برابری‌خواهی جنسیتی، خود را بیشتر هویدا می‌کند.



زمان به پایان رسید

#TimesUp

شکل گرفته در ژانویه ۸۱۰۲

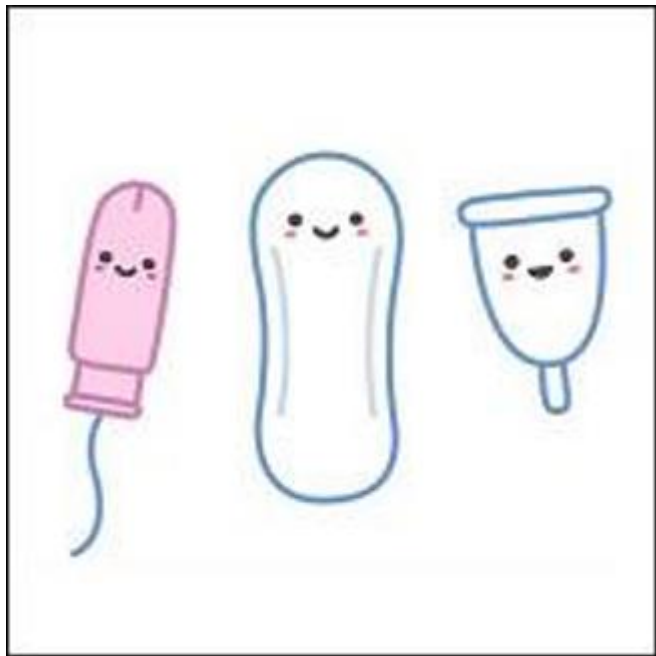
این هشتگ در مدت زمان کوتاهی هنگامی که یک نامه سرگشاده در روزنامه نیویورک تایمز منتشر شده بود، در واکنش به آن نامه سرگشاده و در ماه ژانویه ۸۱۰۲ مورد استفاده قرار گرفت. نامه مذکور ابتکار عمل سیصد زن مشهور (متشکل از بازیگران، سیاستمداران، صاحبان مشاغل، مدیران و...) در هالیوود بود. این هشتگ از چندین جنبه مختلف به نابرابری حقوق زنان، خشونت و تجاوز علیه آنان در محل کار می‌پردازد.

هشتگ Times up اشاره می‌کند که "زمان تجاوز جنسی، آزار و اذیت و نابرابری در محل کار، به پایان می‌رسد" و در نتیجه زمان آن فرا رسیده که برای تغییر شرایط کاری کرد. از این رو وبسایتی نیز به نام times up now به عنوان یک منبع آنلاین در مورد قربانیان تجاوز و تبعیض در محل کار، شروع به بحث و گفت‌وگو کرد. همچنین بنیاد "دفاع از حقوق تایمز آپ" حمایت‌ها و مشاوره‌های حقوقی آنلاین را (از طریق همین وبسایت) برای زنان در مورد چگونگی رسیدن به اجرای عدالت در مقابل اذیت و آزار جنسی در محل کار ارائه می‌دهد.



به من هم پرداز (به من هم همانقدر پرداز)

“پرداخت برابر در مقابل کار برابر” بسیار منطقی به نظر می‌رسد، اما در عمل همه چیز فرق می‌کند و واقعیت چیز دیگری است. در اتحادیه اروپا زنان میانگین ۶۱ درصد کمتر از مردان حقوق و مزایا دریافت می‌کنند. همچنین زنان ۵۲ درصد کمتر از مردان حقوق و مزایای بازنشستگی‌ای که جمع‌آوری می‌کنند، به آنها تعلق می‌گیرد. به همین دلیل کمپین‌های مختلفی در اروپا شکل گرفت که هدف آنها تحقق “پرداخت برابر در مقابل کار برابر” است. در مدت زمان کوتاهی گروهی از زنان پارلمان بریتانیا از طریق هشتگ #PayMeToo درباره این که چگونه می‌توان به حقوق و مزایای برابر دست یافت، شروع به ارائه مشاوره و راهکار به دیگر زنان کردند.



“فقط یک تامپون ”و“ به صورت زنده پرپود خود را توییت کنید”

#JustATampon and #LiveTweetYourPeriod

زنان با شعار “با هم بهتر است تا تنهایی” ناامیدی و احساسات خود را با هشتگ‌های #JustATampon و #LiveTweetYourPeriod ابراز می‌کنند. این کمپین سعی دارد تابوهای موجود در جامعه را پیرامون پرپود زنان (قاعدگی ماهانه) از بین ببرد و بتوان در مورد آنها به راحتی در هر کجا، به خصوص رسانه‌ها و مطبوعات، صحبت کرد. آنها همچنین سعی کردند با کاریکاتورهای طنزآمیز در مقابل این تابو ایستادگی کنند و آن را به چالش بکشند.

این کمپین با هشتگ‌های دیگری چون #BloodNormal (خون معمولی)، #RedSummer (تابستان سرخ)، #EndPeriodShaming (پایان شرمساری از پرپود) و ... حمایت شد.

منبع: [پیدارزنی](#)

هشتگ بزنیید و حمایت‌گری کنید

Photo: wishmaster_yz/shutterstock.com

این روزها تقریباً تمام کسانی که از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، هشتگ (Hashtag) را در شبکه‌های اجتماعی دیده‌اند یا خود از آن استفاده کرده‌اند. استفاده از هشتگ تنها محدود به شبکه‌های اجتماعی نیست و گاهی روی تبلیغات و بیلبوردها هم آن را می‌بینیم.

هشتگ برچسبی است که برای دسته‌بندی و به اشتراک‌گذاری پست‌ها و نظرات درباره موضوعی خاص، در سطحی فراگیر و فراتر از حلقه و فهرست دوستان به کار می‌رود. اگر بخواهیم تصور دقیق‌تری از هشتگ داشته باشیم، آن را کلمه یا عبارتی متشکل از حروف و اعداد تعریف کرد که بین آنها فاصله‌ای وجود ندارد و در ابتدای آن از نماد # استفاده می‌شود تا امکان شناسایی و پیگیری این موضوع برای دیگر اعضای شبکه اجتماعی آسان شود.

نقطه آغاز ورود هشتگ به شبکه‌های اجتماعی، با کریس مسینا برنامه‌نویس نرم‌افزارهای متن باز بود. او به این نتیجه رسید که می‌تواند از هشتگ در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه توییتر استفاده کند، تا موضوعات مختلف را با آن علامت‌گذاری کند. نخستین بار آگوست 2007 در توییتر خودش **نوشت**: نظر شما در مورد اینکه از # برای مشخص کردن گروه‌ها استفاده کنیم چیست؟

کاربرد هشتگ

هشتگ می‌تواند در تمامی رسانه‌های اجتماعی استفاده شود و استفاده از آن محدودیتی ندارد. وقتی شما مکالمه یا جمله‌ای را با هشتگ همراه می‌کنید، آن را به راحتی در معرض دید و جستجوی دیگران قرار می‌دهید. یک جستجوی ساده یا کلیک روی هشتگ، به راحتی کسانی را که از آن هشتگ در مطالبشان استفاده کردند، نشان می‌دهد. هشتگ راهی است آسان برای جذب، جمع‌آوری و تشویق مردم جهت بحث و گفتگو درباره یک موضوع مشخص و شما به عنوان کاربر فضای مجازی می‌توانید از این فرآیند استفاده کنید تا یک موضوع را داغ کنید یا سبب آغاز یک گفتگوی اینترنتی شوید.

هشتگ و استفاده آن در حمایت‌گری

مت کالینز در گاردین می‌نویسد: "شبکه‌های اجتماعی مرکز گفتگو پیرامون مسائل مهم روز است". به این معنی که بستر گفتگو برای موافقان و مخالفان است تا ایده‌های خود را به اشتراک بگذارند و حمایت عمومی را به دست بیاورند. در این میان بسیاری از کاربران، کنشگران و حمایت‌گران تلاش می‌کنند تا با داغ کردن یک هشتگ، توجه عمومی را به موضوع مورد نظر خود جلب کنند. اما آیا داغ کردن هشتگ‌ها باعث حمایت‌گری می‌شوند؟ یا بیشتر مثل کارهای خیرخواهانه، هدفشان تنها افزایش اعتماد به نفس کاربران است؟

حمایت‌گری از طریق هشتگ، مانند یک اعتراض مسالمت‌آمیز در خیابان است با پوسترهایی در دست و عبارتهایی که روی آن‌ها نوشته شده است. هر کاربری که به شبکه‌های اجتماعی دسترسی دارد، می‌تواند در آن سهم داشته باشد. اما برای سنجش تاثیر هشتگ‌ها در بحث حمایت‌گری، باید ببینیم که چه قدر هشتگ‌ها در سطح اجتماعی توان تغییر اجتماعی دارند.

[اگر تاکنون عضو کانال تلگرام امن نشده‌اید، کلیک کنید.](#)

هشتگ‌ها می‌توانند توجه شما را به یک رویداد خاص جلب کنند. به عنوان مثال داغ کردن هشتگ دختران ما را بازگردانید #BringBackOurGirls توانست یک مساله محلی در مورد ربایش دختران نیجریه‌ای از سوی گروه اسلام‌گرای افراطی بوکوحرام را تبدیل به یک تلاش جمعی و جهانی کند که هزاران نفر از نقاط مختلف دنیا پیگیر آن بودند.

حمایت‌گری از طریق هشتگ در سطح جهانی ما را متحد می‌کند و مرزها را می‌شکند. شاید بزرگترین خدمت هشتگ زدن همین بوده که یک توجه همگانی ایجاد می‌کند و همدلی توده مردم را برمی‌انگیزد.

برای مریم هشتگ بزنید

مریم بیمار درمانگاه کوچک شماسست و در طول درمان می‌فهمید مریم قربانی خشونت خانگی است. در طول زمان شما مریم را بهتر می‌شناسید و او از شما درخواست می‌کند برای طلاق به او کمک کنید. مریم را تشویق می‌کنید که به پزشک قانونی مراجعه کند تا مدرکی برای طلاق داشته باشد، اما در روستایی که شما کار می‌کنید هیچ نوع مرکز حمایتی، پزشکی قانونی و دادگاه خانواده وجود ندارد. مریم هر بار باید به شهری در دو ساعتی روستا برود. در نهایت موانع قانونی، کمبود حمایت‌ها و خدمات اجتماعی و قانونی، مریم

را از طلاق منصرف می‌کند.

از همین نویسنده بیشتر بخوانید:

[رسانه‌ها، حمایت‌گری و خشونت خانگی](#)

[چرا ویران شدم؟](#)

[لابی‌گری با نمایندگان در موضوع خشونت خانگی](#)

چندی بعد شما داستان خودسوزی مریم را می‌شنوید. شما می‌دانید دلیل این خودکشی چیست. این ماجرا شما را به شدت تحت تاثیر قرار داده و دوست دارید که تکرار این اتفاق را برای دیگران نبینید. اما شما در یک روستای دورافتاده کار می‌کنید و چندان توان مالی و یا سرمایه اجتماعی برای تغییر ندارید. شما می‌توانید از حمایت شبکه‌های اجتماعی خود استفاده کنید و به کسی دسترسی ندارید.

داستان مریم را به صورت آنلاین به اشتراک بگذارید. شما می‌توانید از هشتگ خشونت خانگی یا هشتگ مریم یا هر هشتگی که به نظر شما ممکن است جذاب و مربوط باشد، استفاده کنید. از دوستان خود در شبکه‌های اجتماعی بخواهید در بازنشر خبر کمک کنند. اگر موفق شوید و این هشتگ داغ شود، توجه افراد زیادی را جلب می‌کنید و شاید بتوانید زمینه‌ساز تغییر بزرگی شوید.

هشتگ‌ها و ایجاد تغییرات واقعی

هشتگ‌ها هم‌چنین باعث بالارفتن دانش ما از شرایط اجتماعی و محیط زیستی کشورهای دیگر می‌شود. توجه ما را به نقض حقوق بشر در نقاط مختلف دنیا جلب می‌کنند و می‌توانند حس تنهایی را از شما به عنوان قربانی بگیرند. به عنوان مثال هشتگ من هم #metoo یک جنبش جهانی راه انداخت و باعث به صدا آمدن و همراهی زنان زیادی شد و حتی تاثیر این هشتگ را می‌توان در اعتراض‌ها به بازیگران مطرح و هنرمندهای هالیوودی دید.

هشتگ‌ها وقتی جهانی می‌شوند قدرت زیادی می‌گیرند و افراد را در موقعیت قدرت قرار می‌دهند تا از رسانه‌هایشان برای ایجاد تغییر استفاده کنند. به این وسیله به مردم یک نقش فعال اجتماعی می‌دهند و تا کنون موارد زیادی رخ داده است که این قدرت را ثابت می‌کند. تنها پس از اینکه هشتگ #2012Kony در اینترنت فراگیر شد، اوپاما نیروهای ارتش را برای کمک به آموزش نیروهای اوگاندا برای یافتن جوزف کنی، رهبر گروه شبه‌نظامی ارتش مقاومت خدا، فرستاد.

باید توجه داشته باشیم قدرت هشتگ‌ها زمانی در آموزش تاثیرگذار است که افراد به صورت سرسری تنها به اشتراک گذاری نپردازند و شروع به تحقیق و کنکاش درباره موضوع کنند یا پشت آن هشتگ داستان قوی و تاثیرگذاری وجود داشته باشد تا بتواند توجه عمومی زیادی را جلب کند. با این که استفاده از هشتگ جایگاه خودش را در فرهنگ جهانی پیدا کرده است، اما موضوع مهم پایایی این حرکت‌ها هست. اگر هشتگ‌ها در زمان مشخص منجر به تغییر اجتماعی نشوند، می‌توانند به راحتی بمیرند. در واقع راز هشتگ‌ها درگیری عمومی است و بعد از این که گفتگو در سطح وسیعی شکل گرفت، موقعیت این به وجود می‌آید که به عنوان حمایت‌گر و فعال اجتماعی قدم‌های تغییر را بردارید.

شما به عنوان یک حمایت‌گر نمی‌توانید تنها به یک هشتگ دل ببندید و منفعل عمل کنید. در واقع فعالیت شما نباید تنها محدود به اشتراک گذاری یا هشتگ زدن در شبکه‌های اجتماعی باشد. حمایت‌گری شما باید همراه با آموزش بیشتر، درگیری بیشتر و همدلی بیشتر باشد.

[منبع ۱](#)

[منبع ۲](#)

[منبع ۳](#)

