



# LE HASHTAG ARME MASSIVE DE LUTTE FÉMINISTE ?

**#BringBackOurGirls, #YesAllWomen, #AbortoLibre, #HeForShe... il ne se passe pas une semaine sans qu'un hashtag féministe s'invite entre les photos de chatons et les vidéos LOL. Cette nouvelle forme de militantisme est-elle efficace, ou bien est-ce simplement une technique roublarde pour se donner bonne conscience du fond de son canapé ?**

Un hashtag, quésaco ? En langage de twittos (comprendre adepte de Twitter), c'est un mot-clé qui vient ponctuer les messages postés sur un même thème sur les réseaux sociaux. Une sorte de slogan 2.0 dont les féministes usent et abusent. À grand renfort de tweets, de retweets, de *like* et de selfies flanqués d'une pancarte au dièse vengeur, les militantes du Web dénoncent les violences conjugales, protestent contre le harcèlement de rue, défendent le droit à l'avortement ou engueulent les hommes qui prennent trop de place dans le métro. Symbole de

cette frénésie du tweet, la formule #BringBackOurGirls (ramenez-nous nos filles), créée par l'avocat Ibrahim Abdullahi et reprise plusieurs millions de fois depuis l'enlèvement des lycéennes nigérianes, le 14 avril dernier. Il suffirait donc de tapoter un hashtag sur son smartphone entre deux bières, tranquillement installée en terrasse, pour aider la cause ? Les mauvais esprits y voient déjà le sacre des « slacktivistes », contraction de *slackers* (fainéants) et activistes. « C'est un activisme plus light, qui reste loin de l'espace public, de la foule, du

risque. On ne peut pas comparer le coût d'une action entre une manifestation et un simple clic. Le niveau d'investissement est plus gradué, chacun peut y accorder le temps, l'effort qui lui convient », décrypte Lucile Merra, sociologue spécialiste des réseaux sociaux. « L'objectif des campagnes lancées sur le Web est de mobiliser l'opinion publique, les médias, de créer une caisse de résonance », ajoute-t-elle. Sauf que bien souvent, quand le message décroche le Graal en figurant dans les *trending topics* de Twitter (les

## LES MEILLEURS HASHTAGS DE 2014

### #AbortoLibre (avortement libre)

Avec les autres hashtags #AlertaFeminista (alerte féministe) et #IVGMonCorpsMonDroit, les internautes se mobilisent pour sauver le droit à l'avortement en Espagne.  
Janvier

### #SinonJeFaisDeLaPolitique

La veille de la Journée internationale pour les droits des femmes, l'eurodéputée EELV Karima Delli lance un Tumblr pour dénoncer le sexisme en politique.  
7 mars

### #bacaklarinitopla #yerimisgaletme

En twittant « Arrêtez d'écarter vos jambes » et « N'occupez pas mon espace », le collectif turc IFK Feministler dénonce l'attitude des hommes dans les transports.  
15 avril

### #BringBackOurGirls

Neuf jours après l'enlèvement des 257 lycéennes par le groupe islamiste Boko Haram, l'avocat nigérian Ibrahim Abdullahi lance le hashtag qui sera ensuite repris par des personnalités comme Michelle Obama.  
23 avril

### #YesAllWomen

Après la tuerie sur le campus d'Isla Vista (Californie), les internautes dénoncent la misogynie du crime. Le tueur, Elliot Rodger, avait publié des vidéos où il disait sa haine des femmes.  
25 mai

## QUAND LA PUB S' INCRUSTE DANS LA TWITTOSPHERE

sujets les plus discutés), c'est pour mieux disparaître ensuite, chassé par une autre mobilisation virtuelle.

### Les slacktivistes dans la rue!

Parce qu'un hashtag ne peut pas tout, certains mouvements ont compris qu'il fallait sortir les slacktivistes de leurs salons. Quand, en février dernier, Héroïse constate que #SafeDansLaRue buzze sur la Toile, elle décide de lancer avec une amie le collectif #StopHarcèlementDeRue. « Échanger des techniques contre le harcèlement de rue, c'est bien, mais c'est pas sur Twitter que ça doit se faire, c'est dans la rue », assure-t-elle. Campagne d'affichage, tribune dans *Libération*, rencontres avec les militantes: le collectif ressort la panoplie des bonnes vieilles féministes. Sans jamais abandonner le hashtag qui leur sert de préfixe, les militantes ont créé cinq antennes en province et sillonnent festivals, bars et rames de métro pour instaurer des « zones sans relou » (écrire #ZonesansRelou).

Flairant le bon filon, les publicitaires déclinent eux aussi leur slogan en hashtags pseudo-féministes. Dernier en date, la marque Always (serviettes hygiéniques) à l'origine de la vidéo #LikeAGirl (comme une fille), qui dénonce les stéréotypes et utilise au passage son hashtag comme un outil marketing. Dans la même veine, Nike invite les femmes à twitter leurs exploits avec le message #JustDoinIt. Pour la sociologue Lucile Merra, l'enjeu est avant tout la visibilité. « Les marques ont compris que plus elles se positionnent, plus leur capacité d'attraction augmente. » Responsable de la médiatisation de la campagne d'Always, Sarah Darmon assure toutefois que le clip #LikeAGirl « n'est pas du tout féministe, mais s'adresse à tout le monde. Même les hommes sont interviewés! » En entendant ce genre d'argument, on a envie de dire: #BringBackOurManif!

Même pitch pour la sauvegarde de l'IVG en Espagne. N'en déplaise aux studeuses du Web, ce ne sont pas leurs portraits déconfis devant une affiche #AbortoLibre ou #IVGMonCorpsMonDroit qui ont suffi à convaincre le gouvernement de Mariano Rajoy de renoncer à son projet de loi anti-avortement. La pression a été plus efficace quand des milliers de militants ont défilé à Madrid et à Paris le 1<sup>er</sup> février 2014, slogans scandés au mégaphone...

Et si la manif demande trop d'efforts, une autre arme peut venir en aide à un hashtag en détresse. Prenez une célébrité, transformez-la en égérie de la cause, et vous obtiendrez une campagne au retentissement inespéré. Sans le discours d'Emma Watson prononcé à New York le 20 septembre dernier, le mouvement #HeForShe, impulsé par ONU Femmes, aurait été mort-né. « Avant cet événement, la campagne, lancée en juillet, était quasi invisible. Nous étions un peu désespérés, nous ne savions pas comment faire pour que cela prenne en France », reconnaît Fanny Benedetti, directrice exécutive du comité français d'ONU Femmes. Grâce à la déclaration de l'actrice, visionnée plus de 10 millions de fois, et à plus de 1,2 million de tweets mentionnant #HeForShe, l'objectif du comité est atteint: les jeunes de 16 ou 17 ans ont été touchés, et le féminisme devient « cool ».

Hélène GUINHUT

### #anamachitria (je ne suis pas un lustre)

Indignation sur Twitter après les propos du Premier ministre marocain, Abdellah Benkirane. Dans un discours rétrograde sur la place des femmes, il les avait comparées à des lustres.

9 juin

### #StrongerThan

Le jour de ses 17 ans, la Pakistanaise Malala Yousafzai tweete: « Je suis plus forte que la peur, plus forte que la violence, plus forte que le terrorisme. »

2 juillet

### #HeForShe

Immédiatement après le discours d'Emma Watson au siège de l'ONU à New York, le hashtag invitant les hommes à se mobiliser pour le féminisme fait le buzz.

20 septembre

### #WhyIStayed (pourquoi je suis restée)

Suite à la diffusion de la vidéo montrant la star de football américain Ray Rice battant sa fiancée, les victimes de violences conjugales témoignent en expliquant pourquoi elles sont restées auprès de leur compagnon.

8 septembre

### #PayeTonUtérus

Les femmes dénoncent les pratiques irrespectueuses des gynécologues ou autres professionnels de santé.

19 novembre

### #IWilldriveMyself (je conduirai moi-même)

Née en octobre 2013, la campagne incite les femmes saoudiennes à prendre le volant illégalement le 26 octobre pour revendiquer le droit de conduire.

6 octobre

### #HollaBack

La vidéo d'une jeune femme se promenant à New York et filmée en caméra cachée témoigne du harcèlement de rue. À l'origine du clip, l'association antiharcèlement Hollaback crée le buzz.

7 octobre