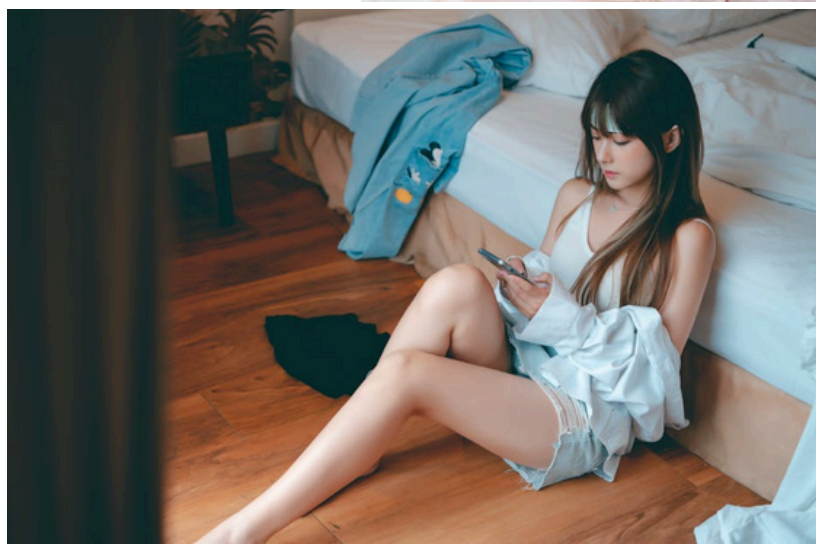
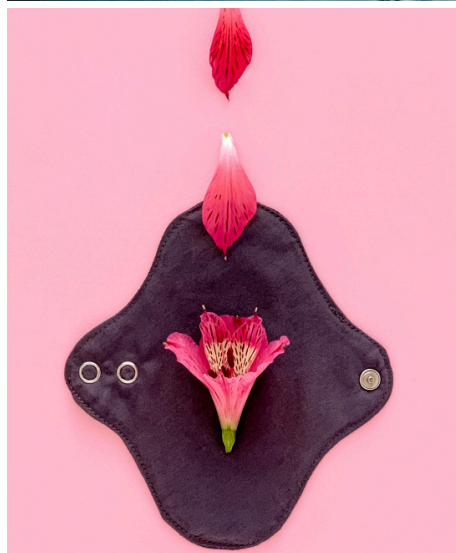


透過社群媒體 與年輕族群有效地談論月經

月經平權運動指引



這份指引有甚麼作用？

本指引旨在幫助你更有效地使用社群媒體平台支持女孩、年輕女性和有月經的年輕人，包括如何與沒有月經經歷的人討論月經議題。

這份指引的對象是誰？

本指引的對象為倡導月經平權運動、並希望確保其社群媒體能透過互動、教育及充權為年輕人帶來正面影響的組織、社群及個人。

為甚麼要製作這份指引？

除了點出年輕人對線上月經平權運動的各種期許，這份指引亦旨在展示年輕人日益模糊的線上和線下經驗，以及為何難以分割線上和線下行動參與所造成的影響。

這份指引的製作者是誰？

這份指引由 Maria Kathryn Tomlinson 博士及 Acushla Young 共同製作，並授權 Free Periods HK 翻譯成中文版本。原始版本可於 <https://www.mariatomlinson.co.uk/advocacy> 查看。



Dr. Maria Kathryn Tomlinson 博士 是錫菲大學 (University of Sheffield) 公共傳播和性別講師。她從事月經研究超過八年，是媒體、傳播和性別方面的專家。



Acushla Young 專注於月經健康議題的倡導，同時是 The Girls' Network 的西北區經理。她從事慈善領域工作超過三年，於月經平權運動中從事年輕人充權工作。

本指引是如何制定的？

本指引以 Maria Kathryn Tomlinson 博士獲 Leverhulme 信託基金資助的「月經與媒體：消除污名與解決社會不平等」(“Menstruation and the Media: Reducing Stigma and Tackling Social Inequalities”) 研究項目結果為基礎。Maria 以線上月經平權運動為核心，與約克郡 77 名青少年 (年齡 16-19 歲) 進行訪談，以了解該運動如何影響他們對月經的看法，以及該運動為何能成功地吸引和教育他們，以至促進他們的充權。

Acushla 憑藉她在月經健康倡導方面的專業知識研讀 Maria 的研究結果，以了解它們能如何貢獻月經平權運動，並將它們製作成指引。我們根據 Acushla 的成果設計了一份簡明的 6 點指引，以確保你能充分利用社群媒體與年輕人談論月經，以及月經貧窮、月經羞恥和污名等她們有機會經歷的議題，同時提供行動成效評估的建議。



月經平權運動的六個關鍵原則

如何透過社群媒體與年輕人作有效溝通



1

重新定義你的行動主義！

行動主義通常被理解為「直接以行動實現社會或政治變革」。傳統上，這可能包括發起社會運動，以積極行動推動國家層面的政策變革。相對而言，社群媒體行動主義（social media activism）則經常被批評為造作（意指低付出而且難以實現真實變革）。然而，Tomlinson博士研究中受訪的年輕人認為，諸如在網路上分享月經經驗貼文等的話語行動，是能夠同樣有月經經驗的人帶來正面影響的重要貢獻。這些年輕人認為上述話語行動藉鼓勵人們公開討論月經議題，從而減少人們對月經的污名。

在討論對行動主義的看法時，受訪年輕人談到在網路上貢獻「個人努力」的人（例如發佈有關經期症狀的資訊、以及分享月經相關個人故事等），認為這種積極行動帶來了改變，因為它讓年輕人的月經經驗得以正常化，從而減少他們於線下生活中那內化了對月經的羞恥感。

一位年輕女性談及少女在剛開始來經時在線下生活可能體驗到的羞恥感。她解釋，閱覽社群媒體上其他人談論月經經驗的貼文，有助緩解這種羞恥感：

“

你不知道還有誰跟你有同樣感受，或是你的感覺是否正常……
顯然，基本上99%都是正常的，但你不會知道，而那些東西
（#LiveTweetMyPeriod tweets）可能會帶來幫助

”

這項研究亦顯示行動主義中的網絡行動能夠賦能推動年輕人充權，讓他們有能力和信心將月經話題帶入線下與家人和朋友的日常對話中。例如，部分參與者談到他們會刻意於有多種性別人士在場的場合主動討論月經，以推動和實踐月經正常化。可見網絡行動主義能推動年輕人充權，令他們更自信地談論月經，並敢於挑戰公開地討論這話題所面臨的社會污名。

在讀完一篇關於Kiran Gandhi 在2015 年跑馬拉松時讓經血自流的文章後，一位非二元性別的年輕人對這個故事所能推動對話、帶來改變的力量如此評價：



“

Kiran Gandhi 的故事有效地改變了人們對月經的認知方式，並推動了相關討論……而討論終將引發改變。

”

為更有效地透過社群媒體支持年輕人，我們必須擴展對行動和影響力的理解。我們必須意識和承認這些線上互動是如何有力地將月經去污名化、以及減少年輕人在線下經歷到的內在與外來經期羞恥感和污名。

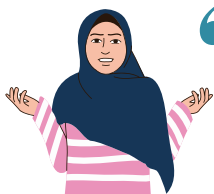
2 讓青年作主！

年輕人會主動接觸其他同齡群體創建的網絡內容。迅速回應社交媒體趨勢能擴展線上觸及率，而達成此目標的最佳途徑就是納入本已活躍於社群中且能帶領潮流走向的創作者。

“（社群媒體上）很多內容都是由年輕人以同齡群體為受眾而創作，其內容呈現（相較於主流媒體）更貼近現實。”

確保行動實踐符合青年主導原則的方法之一，是聯繫你現有網絡中的青年群體，為他們創造合適他們的專屬社群媒體職能。另一個方法是自行在社群媒體平台上的既有社群中尋找並邀請已持續產出相關內容的青年創作者加入團隊協作。

儘管研究中很多青年受訪者懷抱變革熱忱，部分參與者亦指出這責任對他們而言也是一份負擔。他們希望能確保成年世代也能認知自己在應對社會議題中的角色。



“為甚麼我們不能單純地當個小孩？為甚麼我們要因為上一代無法處理問題而要比其他人成長得快？”

“我認為現在青少年有更多發表意見的機會、能參與更多行動並帶來改變是好事。”

想創造無障礙的機會，去促進年輕人充權以主導變革實踐的話：

- **尊重他們的時間：**年輕人有各種投入和責任，而弱勢社群的年輕人往往面臨更多時間壓力（例如：交通不便、照顧者責任等）。如果你想尋找一位正經歷月經貧窮和羞恥的年輕人加入團隊，你需要採用靈活變通的合作方式，以創造一個無障礙的參與機會。
- **重視他們的專長：**若欠缺年輕人的投入與付出就無法達成社群媒體目標，公平地補償他們付出的時間與專長便是必須。你可以考慮透過實施「倡導工作補償」政策，讓那些正為你提供無可取代服務的年輕人，在經濟上獲得合理的時間補償。月經平權機構Irise International亦大力支持倡導工作補償政策。
- **促進年輕人充權，**透過讓他們創作關於他們關心的內容去主導推動改變的行動計劃。



以下是年輕人跟我們分享的一些他們熱衷且希望能於線上有更多互動的月經相關議題：



- 生理角度以外的月經經歷
- 月經經驗的多樣性
- 性別焦慮
- 經痛
- 免費月經用品



3

包容並多元！



如果想善用社群媒體來促進來經的少女、年輕女性及其他來經者的充權，你的策略必須涵蓋包容和多元交織的元素。讓多元性別認同和少數族裔的年輕人感受到月經平權運動對他們的關注、傾聽和重視十分重要。

如何確保你的社群媒體做到包容和多元交織？

- A) 擴大少數族裔 (people of colour) 的聲音和經驗*
- B) 使用具包容性的語言

A 代表...擴大！

Tomlinson博士研究中的少數族裔年輕人為少數族裔女性在月經平權運動中的積極行動得到認可而感到興奮。針對Kiran Gandhi在倫敦馬拉松比賽中讓經血自流的照片，一位少數族裔少女分享道：

“我很喜歡她也是有色人種婦女 (woman of colour) 這一點*，因為這真的很鼓舞人心。就我個人經驗而言，月經會附帶很多污名和禁忌，特別是在亞裔家庭中。如果你也有宗教信仰.....比如在我家，如果月經來潮，就會不被允許進入祈禱室.....所以，身為亞裔女性卻能夠做到這一點，我認為這對很多我們這些同為亞裔的人來說都是一件非常鼓舞的事情。我覺得這很棒。”

另一位年輕人則清楚說明了Gandhi的形象如何引領她質疑並消弭了對經血滲漏的羞恥感：

“當我打曲棍球遇上經期時，總是會不停問朋友：『我漏出來了嗎？腿上沾到了嗎？』但如果她 (Gandhi) 可以這樣做，也許我根本不需要這麼焦慮。”



B 代表...包容！

這項研究中的年輕人對「月經健康」等某些月經平權運動常用的字詞既不感到與自身相關、也不理解所指。因此，我們建議簡化社群媒體上使用的語言，並採用最常見的表達方式（例如「生理期」）。



年輕人對於在月經相關的社群媒體內容中，同時使用「女孩 (girls)」和「女性 (women)」等詞彙及性別包容語言 (gender inclusive language) 反應積極。焦點小組討論期間，他們使用了「來經者 (people with periods)」等字眼，並對跨性別男性 (trans men) 及非二元性別者 (nonbinary people) 分享月經經驗的貼文給予正面評價。許多學生原本不了解跨性別男性和非二元性別群體的月經經歷，但他們非常希望學習如何支持所有經歷月經的人。

- 我們必須承認，數位落差 (digital divide) 對少數族裔的影響尤為嚴重，且在推動月經平權工作時，採取多元交織方式 (intersectional approach) 至關重要。線下溝通、社群參與及領導培訓，都是實現運動平等參與 (equitable access) 的關鍵要素。
- 「多元交織性」(Intersectionality) 一詞源於黑人女性主義運動，用以描述黑人女性所經歷的多重壓迫結構。採取交織性女性主義視角時，須考量性別如何與種族、階級、性取向及 (身心) 障礙等因素相互作用。

*此處所用「有色人種／婦女 (women/people of colour)」的字眼是用以表達Tomlinson博士的研究中參與者所用的語言。

(*譯者按：為準確反映受訪者的意思，原文中所有引用受訪者說話裡的「people of colour」皆直接譯為「有色人種」。然而，由於「有色人種」這詞彙因應語境中有其特有的理解，且難以直接應用於華文世界，故譯者選擇將原文中作為指引而出現的「people of colour」翻譯為「少數族裔」，較方便在地理解的同時，亦較貼近作者於指引中的用字本意。)

在Tomlinson博士的研究參與者中，約三分之一具黑人、亞裔或其他少數族裔背景。

4

讓不同年齡的男性參與！

年輕人在網路月經平權運動中最普遍的訴求之一就是將男孩、男性以及沒有月經經驗的人納入月經議題討論之中。研究中的部分年輕人擔憂，網路上的月經行動有「使男性卻步」的風險且「過度政治化」；但很多人認為，納入無月經經驗的人參與月經平權運動能「提升運動的正當性」。

儘管研究中許多年輕男性渴望了解月經經驗，由於無法對訊息產生共鳴，他們普遍對網路上現行的月經相關行動缺乏興趣。例如，一位青年表示：

“坦白說，我通常很快就滑掉這些內容，畢竟覺得跟自己沒太大關係。”

當被問及如何能最有效吸引男性參與時，一位年輕人提出：

“你需要給予他們一個願意傾聽的理由。”

考慮創造能扣連跨越性別界線的其他社會運動的月經相關內容，例如身心健康運動、環保運動和生活成本危機等。

受訪男孩和年輕男性舉例提到他們如何透過教學影片、迷因或足球相關內容在社群媒體平台上與月經議題互動。一位男孩說：

“我關注的一位巴西足球員經常與慈善團體合作，為當地募集資源。有一次他捐贈了大量物資援助各類群眾.....當中也有月經用品，但這是我（在網上）唯一見過與月經相關的內容。”



小撇步：

聯繫你當區的足球隊，詢問他們如何應對社區內的月經貧窮與污名問題。不妨提議在社群媒體上合作，將月經平權理念引入他們的足球社群？

5

建立有效率的協作！

您是否想提高社會關注度、推動月經平權運動，或進行線上青年教育？與其孤身作戰，不如與已在網路建立年輕族群信任的創作者協作。年輕人主要透過以下兩種媒體協作方式認識月經貧窮與月經平等議題：

1. 組織及品牌與網紅的協作

網紅泛指在Instagram和TikTok（抖音）等社群媒體平台上擁有可觀支持者數目，並能夠利用自己作為知名人士的身分向網絡社群推廣或推薦服務、產品或資訊的人。TikTokers是指在TikTok平台上定期創作高接觸率內容的人。透過所關注的網紅與不同組織和品牌的協作，年輕人變得更留意可持續月經產品和月經貧窮的現象。

2. 組織和品牌與關注「月經貧窮」相關議題的社群媒體帳號展開的協作

有別於典型的「網紅」帳號，這些社群媒體帳號較不聚焦於推廣特定個人，而是更像一個社群平台，凝聚具有類近關注議題和理念的人，例如女性主義、身體自愛運動（body positivity）和女性健康等。年輕人也分享到他們如何透過這類帳號接觸到各種與月經相關的健康及社會議題的實例。從他們的回饋可見，由於年輕人會主動利用這些平台獲取那些在線下難以討論的禁忌話題的解答，這些社群帳號往往成為了知識交流和意識提升的重要場域。

“

我有關注這個關於自我關愛（self-love）的帳號。由於內容的主題是接受和自我接納，它也談及了月經。

”

“

我關注了很多關於一般女性健康的帳號，因為我真的受夠了找不到月經相關資訊的狀況。

”



協作小訣竅

- 當你在尋找潛在的協作對象時，可以給予年輕人機會負責搜集資訊，因為他們會更了解時下其他年輕人會與哪些網紅和帳戶互動——有時候，當下最知名的網紅可能是一位小眾的單口喜劇藝人，而不是一個大咖明星！
- 由於需求量大且收費高昂，與擁有大量支持者的網紅和帳戶達成協作的難度會較高。你可以考慮與「微網紅（micro-influencers）」（擁有 1,000 至 100,000 名追蹤者，且具有成長潛力的人）協作。
- 鎖定對月經議題有真實熱情的網紅和帳戶——我們發現，年輕人其實對「虛假協作」有敏銳的觸角，即網紅對某件事並無既得利益、僅僅為報酬而推廣某個品牌或產品。由於受眾會不信任這個品牌或產品的推廣，協作的預期效果（如增加追蹤數或購買量）反而會被削弱。



6 坦誠地進行教育！

研究中的大多數年輕人表示，他們利用社群媒體獲得月經教育，是為了填補線下月經健康教育的空白。因此，線上月經教育的**準確度**和**資訊量**至關重要。



“ 我們得到的月經知識大部分都來自媒體.....它們教給年輕人的比學校還要多。 ”

一些研究參與者注意到會利用社群媒體獲得月經教育的年輕女孩（13歲及以下）非常多：

“ 現在很多年輕人都有手機，即使他們年齡不足，他們也理所當然地在使用社群媒體平台。而既然他們會瀏覽這些平台，它們（社交媒體平台）能帶給年輕人的教育也自然比學校更多。 ”

“ TikTok就像那個現實中不存在的大姊姊。 ”

年輕人表示他們在社群媒體接受月經教育的主要途徑是TikTok影片。這些影片的題材包括個人生活經驗，或是單純介紹月經或產品的基本資訊，以及相關趨勢、實驗和「月經小撇步」等。

參與者表示，透過社群媒體學習月經知識，讓他們與其他同樣有月經經驗的人產生社群感和歸屬感：

“ 它（社群媒體）能讓處境相似的人彼此連結，你會發現自己並不孤單。 ”

“ 有一位 TikToker.....她毫不忌諱地嘗試打破人們對分泌物和月經的偏見。我喜歡看她的影片，因為能讓你感覺與其他人更團結。 ”



年輕人分享到在社群媒體上觀看月經相關內容也有助於使月經討論正常化。對於許多參與者來說，看到月經相關帖文是她們使用社群媒體的日常。正如一位年輕女士所說：「它就是在那裡！」研究中的參與者經常談到社群媒體對月經正常化的作用：

“ 你會在 TikTok上看到人們製作關於自己月經經驗的影片...試圖讓它變得平常。 ”



另一位年輕女士提到了她在 TikTok 上看到的一段有助推動月經平常化的月經相關影片：

“ 她（Olivia Duffin）解釋了為何月經是平常的，而你又為何不應該為此感到尷尬。由於她的平台能接觸到不同性別的人，所以她想讓這件事變得平常。[...] 我覺得她成功讓這事情看起來比其他人預期的還要平常。 ”

思考當前TikTok的趨勢：你能運用當前流行趨勢（例如流行音樂、舞蹈或挑戰）來製作一支以月經為主題的影片嗎？

年輕人透過社群媒體了解月經時最在意這些：

• 務實、準確

年輕女性和來經者都希望在網絡上尋找到對月經的真實表述，並避免接觸到有關月經經驗的「毒性正能量」(toxic positivity)。最重要的是，創作這些月經素材的人能夠透過傳遞準確的資訊，讓年輕人能如實地了解月經的經驗。

一位年輕人對TikTok影片的教育價值作出這樣的評價：「TikTok有時候會跳出一些不錯的資訊性影片……當中會談論到一些事實和統計數據，而且會作深入探討。」

另一位年輕女性分享了她為何認為能夠在網上看到月經相關真實情況很重要：「有些人會發佈自己的經血照片並詢問狀況是否正常。我在TikTok上看過類似帖子，他們會問『有人遇到過類似的問題嗎？』……評論區裡有人會告訴他們那是甚麼，並且指出那是正常的。所以我覺得這很有幫助。」



• 超越生物學

年輕人希望了解的是完整的月經經歷，而非僅僅是教科書上所看到的月經流程的生物學說明。Plan UK 的《消除隔閡報告2018》("Breaking Barriers 2018 report") 也支持這結果。該報告發現，年輕人希望在網路上獲得的是更多有關月經生活經驗的資訊，例如如何應對經痛。



一位年輕人分享了他在Instagram與一則採取較全人的角度看待如何應對月經的貼文互動後覺得有用的經驗。他說：「它（貼文）告訴你如何處理疼痛、甚麼能緩解疼痛、該吃甚麼，以及提供一些其他小建議。而且其他來自世界各地的女性也會留下評論和一起討論這些內容，所以我覺得它真的互動性十足。」

• 避免傳統的「女性氣質」

一些年輕人表示，他們對社群媒體上關於月經的貼文中那些對女性氣質的傳統描繪不屑一顧。一位年輕女士說：「我覺得也不應該讓它（月經相關內容）看起來賞心悅目。我在網上看到很多帖子，都是一些女人拿著花之類的漂亮圖畫，但我寧願只看到滿滿的事實和細節，而不是看到一些女人創作了許多漂亮的圖畫後只告訴我單一的資訊。」



• 有趣一點

幽默是年輕人在談論月經平常化時反覆出現的一種方法。幽默的迷因和讓受眾有共鳴的內容可以讓傳統上的禁忌話題更容易被接受。一位年輕人說：「如果你能拿它（月經）來開玩笑，它就不再是——那個人們不想談論、重大、嚴肅而且可怕的話題了。」



例如，年輕人分享他們特別喜歡與內容和流行文化相關的月經資訊互動。一位年輕人建議：「將它（月經資訊）與流行文化聯繫起來，比如《辣妹過招》(Mean Girls)》，每個人都知道那場景是《辣妹過招》裡的甚麼內容，但通過將它與月經和其他相關的東西聯繫起來，你就能與它產生更多的共鳴。」

然而，在此告誡——只有從來經者本人的角度出發，而不是從異性伴侶等非來經者的角度作出錯誤的詮釋時，它們才會對女性和來經者來說是有趣的。

衡量成果：

組織和行動者的存在是為了帶來影響。本指引以Tomlinson博士研究中的重要發現為基礎：人與網上社群媒體互動的影響會跨越至線下的真實生活經驗，這意味著若要準確衡量網上內容的影響力，我們必須了解線下的實際影響。

為了做到這一點，我們除了關注點讚、追蹤者、點擊率等形式的線上互動數據外，更必須分析這些數字背後的個人實際經驗。



實際操作會是怎麼樣？

- A.** 選擇一群曾經與你的內容產生互動的人。他們可以是與你的貼文互動過的人（例如點讚或分享），或是你帳號的追蹤者。
- B.** 邀請他們參與訪談、焦點小組或填寫問卷。
- C.** 提出一些問題以反映你的線上內容曾對他們的線下生活帶來甚麼影響。以下是一些範例：
 - 您在與這內容互動的過程中有學到甚麼嗎？
 - 這內容如何影響你？
 - 與貼文互動之後，你有否與任何人談論過相關內容或涉及的主題？
- D.** 分析數據，並尋找能顯示參與者透過與你的線上內容互動而產生變化或影響的例子。

你可以考慮透過展示你過往的社群媒體內容，幫助參與者回憶可能曾經在線上互動過的內容。

實用資源

（*譯者按：本指引的內容基於英國的研究結果撰寫。譯者建議可以按照讀者當地的背景，嘗試了解其他當地年輕人會積極投入的社群媒體平台，作在地化的調整。）

- 慈善組織的Instagram錦囊：
<https://charitydigital.org.uk/topics/topics/social-media-for-charities-101-instagram-8777>
- 非營利組織的Instagram小撇步：
<https://donorbox.org/nonprofit-blog/instagram-for-nonprofits>
- 慈善組織如何使用TikTok的技巧：
<https://connectassist.co.uk/blog/getting-started-on-tiktok-a-guide-for-charities/>
- 慈善組織的TikTok錦囊：
<https://charitydigital.org.uk/topics/topics/a-charity-guide-to-tiktok-8245>
<https://reasondigital.com/blog/tiktok-for-charities/>
- 了解更多關於TikTok「TikTok for Good」計劃的資訊：
<https://www.tiktok.com/forgood?lang=en>



有其他疑問？

為甚麼 Facebook 沒有被納入本指引？

因為除非想和長輩連絡，年輕人很少使用Facebook。

那麼，報紙和雜誌呢？

本研究中的年輕人很少直接接觸這些媒體。然而，許多人會閱讀在社群媒體發現的線上文章（例如來自《Cosmo》和《Vogue》等雜誌的文章）。

認可

以下組織對本指引的原始英文版本表示認可，並承諾會傾聽年輕人的聲音，以及運用其社群媒體平台為女孩、年輕女性及來經者提供更有效的支持。

Brook: The Sexual Health
and Wellbeing Charity



Chula



Comics Youth CIC



Element Society



Fumble



Finding Endometriosis using
Machine Learning (FEMaLe)*



Freedom4Girls



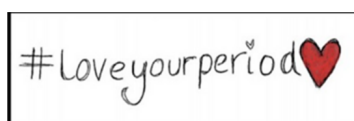
Girls Friendly Society



Irise International



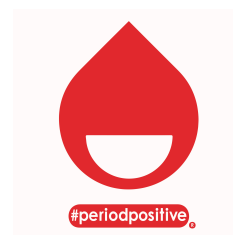
Love Your Period



Menstrual Matters



Period Positive**



The Real Period Project CIC



Wuka



*本計畫獲得歐盟《「展望2020」研究與創新計劃（Horizon 2020 Research and Innovation Programme）》的資助（資助協議編號 101017562）。

**如需申請「Period Positive Awards」徽章，請造訪 www.periodpositive.com。

本指引所依據的研究由The Leverhulme Trust 資助，資助編號為 ECF-2019-232。

LEVERHULME
TRUST