

Les réseaux sociaux : outil essentiel de la libération de la femme ?

Sept femmes ont été élues au conseil municipal à Oman : un exploit dans ce pays du Golfe très traditionnel. Ne bénéficiant pas de la visibilité médiatique des hommes, elles ont fait campagne sur les réseaux sociaux. Les modèles de solidarité féminine, notamment via les hashtags, sont nombreux.

Les réactions à la politique de Trump en sont un exemple, mais aussi et surtout dans certains pays plus attachés à des traditions sexistes. Les réseaux sociaux sont-ils devenus une arme incontournable dans la bataille pour l'égalité des sexes ?

Avant les réseaux sociaux, les femmes ont investi le web

Avant d'investir les réseaux sociaux, c'est la scène digitale que les femmes ont conquise. Elles s'appellent Anne-Sophie Paster (aufeminin.com), Oriane Garcia (CaraMail) ou Sheryl Sandberg (Google, Facebook), et le succès incontestable de ces reines du digital qui règnent par leur talent et leurs postes haut-placés démocratisent une image de la femme en rupture avec les modèles définis par la presse qui a longtemps enfermé ses lectrices dans une image glamour et sexy. En permettant une expression protéiforme, ces femmes se sont érigées en nouveaux modèles de réussite, et ont ouvert la porte à un autre volet de lutte. En effet, Internet leur donne accès à un statut qu'elles peinaient à atteindre IRL.

Grâce à un moyen d'expression exempt des contraintes, des clichés et des figures imposées que représente le web, les premières influenceuses sont nées sur la toile. En 2015, l'initiative #BringBackOurGirls lancée sur les réseaux sociaux par un avocat en soutien aux jeunes nigérianes enlevées par Boko Haram, organisation terroriste particulièrement opposée à toute instruction des femmes, a eu une résonance inouïe dès lors que des célébrités, dont Michelle Obama, lui ont prêté leur image : plus de deux millions de tweets ont afflué en appui à ce mouvement qui a fait le tour du monde. Si cette campagne a démontré une chose, c'est bien qu'il existe, aujourd'hui, une véritable inversion de la chaîne médiatique. La presse scrute désormais ce qui se dégage des réseaux sociaux, ces voies rapides vers l'information où immédiateté rime avec viralité.

« Faut-il s'appeler George pour être prise au sérieux ? »

Sur les réseaux sociaux, l'expression du féminisme est résolument poussée par cette nouvelle scène que le web incarne. Affluent ainsi de nombreuses initiatives destinées à lutter pour l'égalité des sexes, comme le collectif « Georgette Sand » qui promeut l' #EmpowerMeuf, ou « Les Internettes » qui lutte contre l'uniformisation de l'image des YouTubeuses, cantonnées à la mode et à la beauté dans l'imaginaire du public.

À l'instar du média MadmoiZelle.com, ces initiatives nées sur le web se sont déplacées sur les réseaux sociaux en mobilisant une communauté. Ainsi, le site fondé par Fabrice Florent a permis de

faire émerger dans le débat public, de Twitter jusqu'à l'Assemblée Nationale, les questions du harcèlement de rue, du sexisme ordinaire ou de la culture du viol. En donnant la parole à des femmes qui témoignent, MadmoiZelle a propulsé ces sujets dans le domaine public et a remodelé l'image du féminisme dans les médias.

Sur Facebook, des iraniennes enlèvent le voile

En mai 2014, un vent de liberté souffle sur le réseau de Mark Zuckerberg. La page Facebook « Stealthy Freedoms of Iranian Women » invite en effet les Iraniennes à poster des selfies en mettant leur voile au placard. Un projet culotté dans un pays où le hijab est obligatoire, sous peine d'amende. Créée par Masih Alinejad, une journaliste iranienne qui a posté la première image, le projet a été relayé dans le monde entier. Que ce soit par l'image, le texte ou les hashtags, les réseaux sociaux permettent ainsi de libérer l'expression dans des pays où la parole est entravée, notamment en s'affranchissant de la contrainte des cultures ainsi que des médias conservateurs ou à la botte du pouvoir.

Plateformes souvent témoins de dénonciations, ces réseaux sociaux offrent un relai idéal pour les femmes qui en font leur propre média, en court-circuitant les organes médiatiques traditionnels. Turquie, Inde, Indonésie, Mexique, Afrique du Sud, Brésil, Corée du Sud, Ukraine, Russie, Pologne, Argentine, Arabie Saoudite, États-Unis, France, etc. : la liste de pays dans lesquels les réseaux sociaux permettent d'ériger des faits divers relatifs au sexisme, aux crimes sexuels, aux agressions ou au machisme institutionnel en véritables scandales nationaux et à leur donner une résonance internationale est longue. Des pratiques qui démocratisent de plus en plus la formation digitale comme outil de lutte pour l'égalité des sexes : en Egypte, en Indonésie et aux Philippines, on compte désormais 50% de filles connectées dans les collèges.

Les réseaux sociaux, outil essentiel de la libération de la femme ? Oui, et plus largement des minorités, dont les femmes font encore étonnamment partie. En offrant une place publique virtuelle qui rassemble des communautés à des millions de kilomètres, ces plateformes sociales mobilisent des mouvements d'envergure internationale. C'est sur le web que « la marche des femmes » s'organise, qu'elle lutte contre les propos sexistes de Donald Trump ou qu'elle exige justice pour une jeune Brésilienne de seize ans violée par trente hommes. Un effet papillon 2.0 : grandes causes, grandes conséquences ?