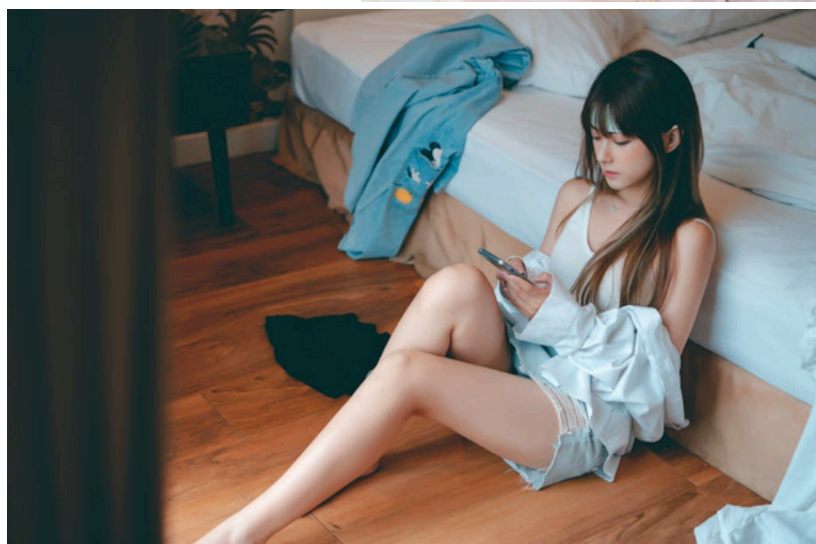
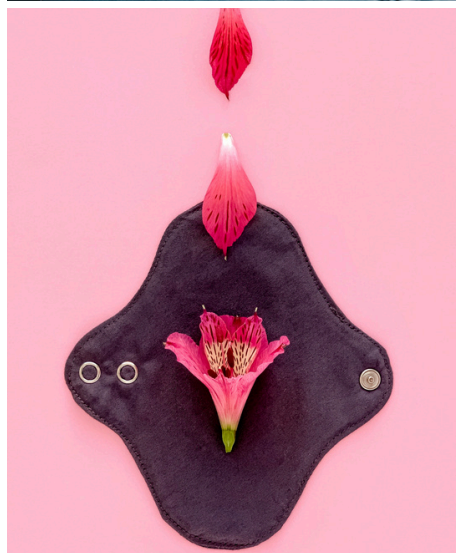


利用社交媒體 同年青人好好咁傾月經

月經平等運動指引



呢份指引有咩作用？

呢份指引係為咗幫你利用社交媒體平台去為女仔、年青女性同埋嚟緊月經嘅年青人提供更好嘅支援而設，當中包括點樣同冇月經經歷嘅人討論月經議題。

呢份指引嘅對象係邊個？

呢份指引嘅對象係倡議緊月經平等運動、以及希望佢哋嘅社交媒體能夠藉互動、教育同充權為年青人帶嚟正面影響嘅所有組織、社群同埋個人。

點解要製作呢份指引？

除咗帶出年青人對網上月經平等運動嘅期望，呢份指引亦希望展示年青人日益模糊嘅網上同埋網外經驗，以及帶出唔能夠分割網上同網外行動參與帶嚟嘅影響嘅原因。

呢份指引嘅製作者係邊個？

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



Dr. Maria Kathryn Tomlinson 博士係錫菲大學（University of Sheffield）公共傳播及性別講師。佢進行月經研究超過八年，係媒體、傳播同性別方面嘅專家。



Acushla Young 專注於月經健康議題嘅倡議，同時係The Girls' Network嘅西北區經理。佢喺慈善領域工作超過三年，喺月經平等運動入面從事年青人嘅充權工作。

呢份指引係點制定嘅？

呢份指引係以Maria Kathryn Tomlinson博士獲Leverhulme信託基金資助嘅「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”）研究項目嘅結果為基礎。Maria以線上月經平等運動為核心，同咗約克郡 77 個青少年（年齡 16-19 歲）進行訪談，了解呢個運動點樣影響佢哋對月經嘅睇法，以及呢個運動點解可以成功吸引、教育到佢哋，以至令佢哋感到充權。

Acushla憑住佢嘅月經健康倡議方面嘅專業知識研讀Maria嘅研究成果，希望了解佢哋可以點樣貢獻月經平等運動，以及將佢哋變成指引。我哋根據Acushla嘅工作設計咗一份簡明嘅6點指南，確保你可以充分利用社交媒體同年青人傾月經話題、以及月經貧窮、月經羞恥同污名等佢哋有機會經歷嘅議題，同時提供行動成效評估嘅建議。



月經平等運動嘅六個關鍵原則

點樣用社交媒體同年青人有效咁溝通



1

重新定義你嘅行動主義！

行動主義通常被理解為「透過直接行動實現社會或者政治變革」。傳統上，呢啲可以包括發起社會運動，透過積極行動去推動國家層面嘅政策變革。相對之下，社交媒體行動主義（social media activism）就經常被批評為「作狀」（付出代價少嘅同時亦冇乜可能有實際改變出現）。不過，Tomlinson博士研究入面嘅受訪年青人就認為，喺網上分享月經經驗嘅post呢啲論述行動，同樣係為有月經經驗嘅人帶嚟正面影響嘅珍貴貢獻。佢哋認為呢種論述行動鼓勵公眾公開咁討論月經議題，令到對月經嘅污名可以減低。

喺討論對行動主義睇法嘅時候，受訪年青人提到喺網上作出「個人努力」嘅人（例如發佈經期症狀嘅相關資訊、以及分享個人嘅月經相關故事等），認為呢種積極行動有確實帶嚟改變，因為佢哋令年青人嘅月經經驗正常化，從而減少佢哋喺網外日常生活入面嗰份對月經內化咗嘅羞恥感。

一位年青女性提到少女啱啱開始嚟M嗰陣喺線下生活可能會體驗到嘅羞恥感。佢解釋，喺社交媒體睇其他人討論月經經驗嘅Post（帖文）有助緩解呢種羞恥感：

“

你唔知邊個會同你有一樣嘅感受，或者到底你嘅感覺正唔正常
.....好明顯，有99%係正常嘅都好，你都唔會知道，而嗰啲嘢
（#LiveTweetMyPeriod tweets）就可能有幫助。

”

呢項研究亦顯示，網上嘅社會行動有助對年青人嘅充權，令佢哋有能力同信心將月經嘅討論帶返去日常喺網外同屋企人同埋朋友嘅對話入面。例如有啲參與者提到佢哋會特登嚟有唔同性別嘅人在場嘅場合主動傾月經。可見網絡行動主義能夠令年青人更有能力、更自信咁傾月經，並夠膽挑戰喺公共場合傾呢個話題嘅嗰種社會污名。

喺睇到一篇關於Kiran Gandhi 2015年跑馬拉松嘅時候由得經血邊跑邊流出嚟嘅文章之後，一位非二元性別嘅年青人對呢個故事入面推動對話、帶來改變嘅力量有咁樣嘅評論：



“

Kiran Gandhi 嘅故事有效咁改變咗其他人對月經嘅睇法，並帶起相關討論.....而討論遲早都會帶嚟改變。

”

為咗更有效咁透過社交媒體去支持年青人，我哋必須擴展對行動同埋影響力嘅理解。我哋必須意識同承認呢啲網上互動係有力量推動月經嘅去污名化、以及減輕年青人喺網外經歷到嗰啲內化咗以及外來環境帶俾佢哋對月經嘅污名同埋羞恥感。

2

俾年青人話事！

年青人本來就會主動去接觸由同齡人創作嘅網上內容。能夠快速回應社交媒體上面嘅潮流，可以擴大嘅網上接觸到嘅人數，而達到呢個目標最好嘅方法，就係搵啲網絡社群入面活躍咗好耐而且能夠帶起潮流嘅創作者加入。

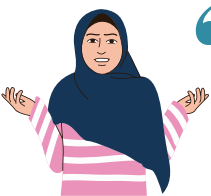
“

（社交媒體上面嘅）好多內容都係年青人整俾同輩睇，
所以（同主流媒體相比）會真實得多。

”

確保行動實踐能夠符合青年主導原則嘅一個方法就係去接觸你現有網絡入面嘅年青人，為佢哋度身設計適合佢哋嘅社交媒體崗位。另一個方法就係親身搵現有嘅社交平台社群入面去搵、然後主動邀請一啲持續出緊相關內容嘅年青創作者加入團隊。

雖然今次研究入面有好多年青人都好熱衷於推動改革，但亦有人提到呢種責任對佢哋嚟講其實都係一種負擔。佢哋希望可以確保成年人都能夠認知自己係應對社會問題入面嘅角色。



“

點解我哋唔可以簡簡單單咁做返一個細路？點解我哋要因為上一代搞唔掂問題而要被逼成長得比人快？

”

“

我覺得而家有更加多青少年能夠發表意見、參與行動同埋推動改變係好事嚟。

”

想創造**無障礙**嘅機會，去促進年輕人充權並帶動改變嘅話：

- **尊重佢哋嘅時間：**年青人都有好多參與同責任，而弱勢社群嘅年青人往往會面臨更多時間壓力（例如：交通不便、照顧者責任）。如果你想搵一個經歷緊月經貧窮同埋污名嘅年青人加入團隊，你就要用靈活變通嘅合作方式，為佢創造一個更加容易投入參與嘅機會。
- **重視佢哋嘅專長：**如果有咗年青人嘅投入同埋付出就有辦法達到社交媒體目標，就一定要公平咁補償返俾佢哋付出咗嘅時間同專長。你可以考慮推行「倡議工作補償」政策，等啲啲為你提供緊係佢哋先俾到嘅服務嘅年青人，可以合理咁經濟上被補償返付出咗嘅時間。月經平等機構Irise International亦大力支持呢種倡議工作補償政策。
- **促進年輕人充權，**透過鼓勵同支持佢哋按自己覺得重要嘅議題設計內容，等佢哋可以主導推動改變嘅行動計劃。



以下係年青人同我哋分享嘅一啲佢哋熱衷同埋希望可以係網上接觸更多嘅月經相關議題：



- 生理角度以外嘅月經經歷
- 月經經驗嘅多樣性
- 性別焦慮
- 經痛
- 免費月經用品



3

變得包容同多元！



如果想善用社交媒體推動來經嘅少女、年輕女性同埋其他來經者充權，你嘅策略必須涵蓋包容同多元交織嘅元素。令多元性別認同同埋少數族裔嘅年青人感受到月經平等運動對佢哋嘅關注、傾聽同重視係非常重要嘅。

點樣確保你嘅社交媒體做到包容同多元交織？

- A) 擴大少數族裔 (people of colour) 嘅聲音和經驗*
- B) 使用有包容性嘅語言

A 代表...擴大！

Tomlinson博士研究入面嘅少數族裔年青人對於少數族裔女性嘅月經平等運動入面嘅積極行動得到認可而感到興奮。對於Kiran Gandhi嘅倫敦馬拉松比賽入面由得經血流出嚟嘅嗰張相，一位少數族裔少女就分享話：

“我好鍾意佢都係有色人種婦女 (woman of colour) *呢點，因為真係好鼓舞人心。係我嘅經驗入面，嚟M伴隨住好多污名同禁忌，特別係嚟亞裔家庭入面。如果你都有宗教信仰.....例如我屋企咁，如果嚟緊M，就唔入得祈禱室.....所以，身為亞裔女性竟然能夠做到呢點，我覺得對好多我哋呢啲一樣係亞裔嘅人嚟講都係一件非常鼓舞嘅事。我覺得真係好正。”

另一位年青人就清晰咁講到Gandhi嘅形象點樣令佢開始質疑同消除自己對漏M嘅羞恥感：

“每次我嚟住M打曲棍球嘅時候，我都會不斷問我嘅朋友：我有無漏M？有無血嘅我對腳度？但如果佢 (Gandhi) 都可以咁做，我諗我其實唔使咁緊張。”

”



B 代表...包容！

呢項研究入面嘅年青人對某啲月經平等運動入面常用嘅字，包括「月經健康」，覺得唔關佢哋事之餘、亦唔明白指緊乜嘢。所以，我哋建議簡化社交媒體上面用嘅語言，並採用最常見嘅講法（例如「月經」或者「嚟M」）。



年青人對月經相關嘅社交媒體內容入面，係用「女仔 (girls)」同「女人 (women)」呢啲字之餘同時用性別包容語言 (gender inclusive language) 嘅做法反應好正面。嘅焦點小組討論嗰陣，佢哋會用「來經者 (people with periods)」呢類字詞，亦讚賞跨性別男性 (trans men / 跨仔) 同非二元性別者 (nonbinary people) 分享月經經歷嘅post。好多學生原本都冇意覺跨性別同非二元性別人士嘅月經經驗係點，但都好想知道點樣可以幫到所有有月經嘅人。

- 我哋必須承認，數碼鴻溝 (digital divide) 對少數族裔嘅影響特別嚴重，而係推動月經平等工作嗰陣，採取多元交織方向 (intersectional approach) 係非常緊要。網外嘅溝通、社區參與同埋領導培訓，都係令所有人能夠平等參與到呢場運動嘅關鍵。
- 「多元交織性」(Intersectionality) 係黑人女性主義運動衍生嘅術語，用嚟表達黑人女性所經歷嘅多重壓迫。交織性女性主義視角關注性別係點樣同種族、階級、性取向以及殘疾 / 健全身份呢啲因素互相影響。

* 呢度「有色人種 / 婦女 (women/people of colour)」嘅用字係表達返嚟Tomlinson博士研究入面參與者使用嘅字眼。

(*譯者按：為準確反映受訪者嘅意思，原文中所有引用受訪者說話入面嘅「people of colour」全部都直接譯成「有色人種」。不過，由於「有色人種」呢個詞彙會因應語境而有唔同理解，而且難以直接應用返嚟華文世界，所以譯者選擇將原文入面所有作為指引而出現嘅「people of colour」翻譯做「少數族裔」，較方便在地理解嘅同時，亦較貼近作者係指引入面想表達嘅意思。)

嚟Tomlinson博士嘅研究參加者入面，有大約三分之一係黑人、亞裔，或者來自其他少數族裔社群。

4

搵埋唔同年紀嘅男性一齊參與！

喺網上嘅月經平等運動入面，年青人其中一樣最希望見到嘅事就係男仔、男人同有月經經驗嘅人都可以一齊參與月經討論。有部份研究入面嘅年青人擔憂網路上面嘅月經行動可能會「令男性反感」，而且「太政治化」。不過，好多人認為納入其他有月經經驗嘅人一齊參與月經平等運動可以「提升運動嘅正當性」。

雖然好多研究入面嘅年青人都話想認識多啲月經相關嘅經驗，但係佢哋對現有嘅網上月經行動冇乜共鳴，因為覺得啲內容同自己無關。例如一個年青人就話：

“ 坦白講，我多數好快會搽走佢哋，
因為我覺得同自己冇乜關係。 ”

一位年青人被問到點樣先可以最有效咁吸引到男士參與，佢咁樣講：

“ 你要俾到一個佢哋想聽落去嘅理由。 ”

考慮創作一啲可以連繫唔同性別人士嘅社會運動嘅月經相關內容，
例如身心健康運動、環保運動同生活成本危機等等。

受訪嘅男仔同年青男性提到佢哋喺社交媒體平台上面透過教學影片、memes（迷因）或者足球相關嘅內容接觸到月經資訊嘅例子。有個男仔話：

“ 我有follow（追蹤社交媒體帳戶）開一個巴西球星，佢做咗好多慈善嘢幫巴西籌資源...有次佢搞咗個物資派發行動，幫咗好多唔同嘅人...入面連月經用品都有，
但呢單係我（喺網上）唯一見過關月經事嘅嘢。 ”



有用建議：

聯繫你當區嘅足球隊，問下佢哋有冇做緊啲乜去應對區內嘅月經貧窮同污名問題。試下提議一齊喺社交群媒體上面合作，將月經平等嘅理念引入佢哋嘅足球社群入面？

5

建立有效率嘅合作!

你想唔想引起關注、壯大你嘅運動，或者向年青人進行網上教育？與其單打獨鬥，不如同啲已經係網上年青人社群建立咗信任同影響力嘅創作者合作。年青人主要透過以下兩種媒體合作方式認識月經貧窮同月經平等議題：

1. 組織及品牌同網紅嘅合作

網紅泛指係Instagram同TikTok（抖音）等社交媒體平台上面擁有好多支持者，並且可以利用自己作為知名人士嘅身分向網絡社群推廣或推薦服務、產品或者資訊嘅人。TikTokers就係指會係TikTok平台上面定期創作高接觸率內容嘅人。年青人透過佢哋關注嘅網紅同其他組織或者品牌嘅合作，開始變得更加留意可持續月經產品同埋月經貧窮嘅現象。

2. 企業與品牌同關注「月經貧窮」相關議題嘅社交媒體帳號展開合作

同典型嘅「網紅」account（帳戶）唔同，呢啲社交媒體account比較少以宣傳某個特定人士為中心，而係好似一個社群account咁，將有類近關注點同理念嘅人連結埋一齊，例如女性主義、身體自愛運動（body positivity）同埋女性健康等等。年青人亦分享到同呢類account嘅互動點樣令佢哋了解到各種月經健康同社會問題。正如佢哋嘅回答所顯示，由於年青人會利用呢啲平台去搵一啲係網外難以討論嘅禁忌話題嘅答案，呢啲account往往就變咗年青人學習同提高意識嘅集中地。

“

我有follow開一個關於關愛自己（self-love）嘅account。由於佢嘅內容主要係關於接受同自我接納，佢嘅內容都會涉及到月經。

”

“

我follow咗好多關於一般女性健康嘅account，因為我真係頂唔順成日都搵唔到關於月經嘅資訊。

”



合作小貼士：

- 喺你搵潛在合作對象嘅時候，可以試下放手俾年青人負責搜集資訊，因為佢哋會更了解時下其他年青人會同邊啲網紅同埋account互動—有時候，呢一刻最出名嘅網紅可能係一個小眾嘅棟篤笑藝人，而唔係一個出名嘅藝人！
- 由於需求量大同埋收費較高，能夠成功同擁有大量支持者嘅網紅同埋account建立合作並唔容易。你可以考慮同「微網紅（micro-influencers）」（擁有 1,000 至 100,000 個follower〔社交媒體帳號追蹤者〕兼有成長潛力嘅人）合作。
- 鎖定真係對月經議題有熱誠嘅網紅同account——我哋發現，如果個網紅本身同某件事有關係，只係為咗報酬而推廣某個品牌或者產品嘅話，年青人其實對呢啲「假合作」非常敏感。由於受眾會唔信任呢個品牌或產品嘅推廣，合作嘅預期效果（例如增加follower人數或者購買量）反而會被削弱。



6 坦誠咁進行教育！

研究入面嘅大多數年青人都表示，佢哋之所以會透過社交媒體嚟學習月經知識，係因為網外嘅月經健康教育唔足夠。所以，網上月經教育嘅**準確度**同**資訊量**係最重要嘅。



“ 我哋得到嘅月經知識大部分都係嚟自媒體……佢哋教到俾年青人嘅嘢仲多過學校。 ”

一啲研究參加者注意到會利用社交媒體嚟獲得月經教育嘅年青女仔（13 歲或以下）非常多：

“ 而家好多年青人都有手機，就算年紀仲細都好，都會玩社交媒體。而既然佢哋會上到呢啲平台，呢啲平台能夠俾到年青人嘅教育自然會比學校多。 ”

“ TikTok就好似一個嚟現實生活入面唔存在嘅大姐姐咁。 ”

年青人表示佢哋嚟社交媒體學習月經知識嘅主要方法係TikTok嘅影片。呢啲影片嘅題材包括自己嘅生活經驗，又或者係單純分享一啲月經同月經用品嘅知識，以及有關方面嘅趨勢、實驗同埋「月經小貼士」等。

參加者表示，透過社交媒體學習月經知識，令佢哋同其他同樣有月經嘅人建立咗一種社群感同歸屬感：

“ 佢（社交媒體）可以將處境相似嘅人連繫埋一齊，你並唔係孤單一個。 ”

“ 有一位 TikToker…… 佢一啲都唔避忌咁去嘗試打破啲人對分泌物同月經嘅偏見。我好鍾意睇佢嘅片，因為佢會令你覺得同其他人更團結。 ”



年青人分享到嘅社交媒體上面睇月經相關嘅內容亦都幫到月經嘅討論變得平常。對於好多參加者嚟講，睇到月經相關post係佢哋用社交媒體嘅日常。正如一位年青女性所講：「佢就係喺度囉！」研究入面嘅參加者經常提到社交媒體令月經變得平常嘅力量：

“ 你會嚟 TikTok睇到人整啲關於自己月經經歷嘅片… 去嘗試令件事變得平常、好閒咁。 ”



另一位年青嘅女士就提到佢嚟 TikTok睇到嘅一段幫到月經變得平常嘅月經相關短片：

“ 佢（Olivia Duffin）解釋咗點解月經係一件平常嘅事，而你又點解唔需要因為月經而覺得尷尬。由於佢嘅平台接觸到唔同性別嘅人，佢有嘗試令月經呢件事變得更加平常。[...] 我覺得佢成功令件事睇落比其他以為會見到嘅更加平常。 ”

諗吓而家TikTok嘅流行趨勢：你有冇信心可以食住任何一個勢（例如流行音樂、舞蹈或者挑戰）去創作一條用月經做主題嘅片？

年青人透過社交媒體了解月經嘅時候最在意呢啲：

• 務實、準確

年青嘅女性同來經者都希望可以喺網上搵到對月經真實嘅描述，並避免接收到嗰啲一味將月經經驗講成係正面積極嘅「毒性正能量」(toxic positivity)。最重要嘅係，創作呢啲月經素材嘅人能夠透過傳遞準確嘅資訊，等年青人可以如實咁去了解其他人月經嘅經驗係點樣。

一位年青人對於TikTok嗰片嘅教育價值有咁樣嘅評價：「TikTok有時會彈出一啲幾好嘅資訊性影片……入面會講到一啲事實同埋統計數據，仲會深入咁探討呢啲內容。」

另一位年青女性就分享咗佢點解覺得能夠喺網上睇到月經相關真實情況係重要嘅：「有啲人確實會擺自己經血嘅相上網去問佢嘅狀況正唔正常。我喺TikTok上面都見過類似嘅內容，佢哋會問『有冇人遇過類似嘅問題？』……有人會留言話俾佢哋知係咩事，同埋指出咁樣係正常嘅。所以我覺得呢種方式好有幫助。」



• 超越生物學

年青人想完完整整咁了解成個月經歷程，而唔只係教科書上面講嗰啲月經點嚟嘅生物學流程。Plan UK 嘅《消除隔閡報告2018》("Breaking Barriers 2018 report") 亦都支持呢個結果。呢份報告發現，年青人希望喺網路上面獲得嘅係更加多同月經歷程相關嘅資訊，例如點樣應付經痛不適。



有位年青人分享咗佢喺Instagram同一個用比較全人角度去講點樣應對經期嘅post互動之後覺得有用嘅經驗。佢話：「佢（個post）會話俾你知點樣處理經痛、有咩可以舒緩經痛、應該食啲咩，同埋有俾一啲其他小貼士。而且其他嚟自世界各地嘅女性都會留言同埋討論呢啲內容，所以我覺得真係好夠互動性。」

• 避免傳統嘅「女性氣質」

有啲年青人表示，佢哋對於社交媒體上面月經相關嘅post入面嗰啲傳統女性氣質嘅描繪不屑一顧。一位年青嘅女士話：「我唔認為要整到個（月經相關內容嘅）畫面咁好睇。我喺網上睇到好多post都係一啲女人拎住紫花之類嘅靚圖靚畫，但我寧願睇到一個post全部都只係事實同細節，而唔係一啲女人整完好多好靚嘅圖之後就只有一啲簡單、甚至單一嘅資訊。」

PERIODS
HAVE NO
GENDER

VULVANI

• 有趣啲

幽默係年青人喺討論月經平常化嘅時候反覆出現嘅一種方式。幽默嘅memes同令觀眾有互鳴嘅內容可以令傳統上嘅禁忌話題更容易被接受。一個年青人話：「如果你可以擺佢（月經）嚟講笑，佢就唔再係一個大家都唔想講、重大、嚴肅而且覺得恐怖嘅話題。」



例如，年青人分享到佢哋特別鍾意睇一啲內容同流行文化相關嘅月經資訊。有位年青人建議：「將佢（月經資訊）同流行文化聯繫，例如《Mean Girls（辣妹過招）》，個個人都知嗰個畫面係《Mean Girls》入面嘅乜嘢內容，但只要將佢同月經以及其他相關嘅嘢加埋一齊，你同佢產生嘅共鳴就會更加多。」

但呢度有樣重要嘅嘢要提一提：只有從來經者本人嘅角度出發，而唔係從異性伴侶等非來經者嘅角度作出錯誤嘅詮釋嘅時候，呢啲嘢對於女性同來經者嚟講先會係有趣嘅。

衡量成果：

組織同行動者嘅存在目的就係為咗帶嚟影響。呢份指引係以Tomlinson博士研究入面嘅重要發現為基礎：一個人同網上社交媒體互動嘅影響係會跨越埋去網外嘅真實生活經驗，即係話如果要準確咁衡量網上內容嘅影響力，我哋必須要了解埋網外嘅實際影響。

為咗做到呢一點，我哋除咗著眼啲like（點讚）、followers（追蹤者數目）、click（點擊率）等形式嘅線上互動參與數據之外，仲必須要分析埋呢啲數字背後嘅個人實際經驗係點樣。



實際操作會係點？

- A. 揀選一啲有同你嘅內容互動過嘅人，例如有同你嘅Post互動過（like或者share〔分享〕）又或者係有follow你account嘅人。
- B. 邀請佢哋參與訪談、焦點小組討論或者填問卷。
- C. 提出一啲問題去反映返你嘅網上內容曾經對佢哋嘅網外生活產生乜嘢影響。以下係一啲例子：
 - 你係同呢啲內容互動嘅過程入面有冇學到啲乜嘢？
 - 呢啲內容點樣影響到你？
 - 同個post互動過後，你有冇同任何人傾過相關嘅內容或者涉及嘅主題？
- D. 分析數據，同埋搵下一啲可以顯示到參加者透過同你嘅網上內容互動而產生變化或者影響嘅例子。

你可以考慮嘅過程入面俾參加者睇返你以前社交媒體上面嘅內容，去幫佢哋回憶返一啲可能之前嘅網上互動過嘅內容。

實用資源

（*譯者按：呢份指引嘅內容係基於英國嘅研究結果而寫成。譯者建議讀者可以按照香港嘅背景，嘗試了解其他本地年青人會積極投入嘅社交媒體平台，再做在地化嘅調整。）

- 慈善團體嘅Instagram錦囊：
<https://charitydigital.org.uk/topics/topics/social-media-for-charities-101-instagram-8777>
- 非牟利機構嘅Instagram使用小貼士：
<https://donorbox.org/nonprofit-blog/instagram-for-nonprofits>
- 慈善團體開始使用TikTok嘅技巧*：
<https://connectassist.co.uk/blog/getting-started-on-tiktok-a-guide-for-charities/>
- 慈善團體嘅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」計劃嘅資訊*：
<https://www.tiktok.com/forgood?lang=en>



（*譯者按：TikTok已經喺2020年7月撤出香港，香港冇辦法使用有關服務。）

有其他問題？

點解 Facebook 冇被納入呢個指引？

因為除咗同長輩聯絡之外，年青人幾乎都唔會點用Facebook。

咁報紙同雜誌呢？

呢個研究入面嘅年青人好少直接接觸呢啲媒體。不過，好多人會睇社交媒體上面見到嘅網上文章（例如嚟自《Cosmo》同《Vogue》等雜誌嘅文章）

認可

以下組織對呢份指引嘅英文原版表示認可，並承諾會傾聽年青人嘅聲音，同埋運用佢哋嘅社文媒體平台，為女仔、年青女性同埋同來經者提供更有效嘅支持。

Brook: The Sexual Health
and Wellbeing Charity



Chula



Comics Youth CIC



Element Society



Fumble



Finding Endometriosis using
Machine Learning (FEMaLe)*



Freedom4Girls



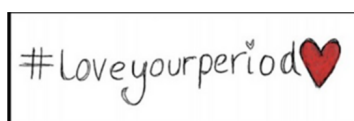
Girls Friendly Society



Irise International



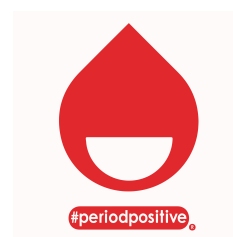
Love Your Period



Menstrual Matters



Period Positive**



The Real Period Project CIC



Wuka



* 呢個計畫獲得歐盟《Horizon 2020 研究與創新計劃》嘅資助（資助協議編號 101017562）。

**如果需要申請「Period Positive Awards」徽章，請造訪 www.periodpositive.com。

呢份指引所依據嘅研究由The Leverhulme Trust 資助，資助編號為 ECF-2019-232。

LEVERHULME
TRUST