

## ユースが考えるジェンダー平等に配慮した広告にするためのチェックリスト

プラン・インターナショナルはジェンダー平等を推進するために、不平等の原因を明らかにし、現状を容認するのではなく、女の子や女性の価値を促進することを目指して活動しています。地方自治体やイギリスの広告基準協議会のガイドラインを参考にしながら、以下のチェックリストを作成しました。

### 1. 広告に登場する人物を、性的対象やモノとしてではなく、一人の個性や能力のある人格として、肯定的に描いていますか。

商品やサービスの紹介に直接関係しない体の一部をアイキャッチャーとして使うことはその人の人格を無視することに繋がります。そしてユースはそれを見ることによって不快に感じるという調査結果がでました。イギリスの広告基準協議会は、このような広報表現を禁止しています。広告に登場する人物の個性が尊重され、また男女が対等に扱われる表現を求めます。

### 2. 広告において、多様なライフスタイルを描写していますか。

現代社会において多様に存在している個人や家庭のライフスタイルを理解し、広告の中で表現してください。画一的で固定的なジェンダー役割を助長させたり、男女で異なる言葉や描写をしたりすることは控えるべきです。意識調査で、男性が育児休暇を取得しておむつ替えるという広告描写を9割のユースが肯定的に評価しています。こうしたジェンダー役割について提起し、啓発することも期待します。

### 3. 男女問わず、リーダーシップを発揮することができるというメッセージを含んでいますか。

意識調査の結果から、男性はリーダーシップがあり、女性はリーダーを支える存在として描かれている広告描写に対して6割が、問題があり不快に感じるという回答をしています。またユースは、リーダーシップは男女関係なく発揮できると考えており、女性がリーダーシップを発揮している広告表現が増えることを期待しています。

### 4. 多様なボディイメージを肯定していますか。

意識調査の結果から、ユースは特に容姿に関して広告の中の女性/男性が画一的に描かれることを、理想のおしつけのように感じ、不快感を抱く人が多いようです。意識調査では、広告に描かれる容姿が高い割合でユースの理想の姿になっていることがわかります。この状況を改善する為にも、広告において、多様なボディイメージを採用することは極めて重要です。また、ユースが考える理想の容姿として、「個性を大事にしている」が最も多く選ばれました。このことから、ユースの多くは広告にもっと個性を大事にする人が登場することを求めていると考えられます。意識調査の結果からもわかるように、広告は人の考え方に大きな影響を与えているので、ジェンダーの固定観念を助長しないような描き方をすることが必要です。

### 5. ジェンダーに対する多様な価値観に配慮していますか。

意識調査で、今後広告におけるジェンダー表現に期待することとして、「性別による差別や蔑視、決めつけがなくなるような広告を作ってほしい」「LGBTの存在を認識してほしい」などの意見が寄せられました。広告は、ジェンダーに基づく固定観念や役割を助長することも、変革することもできる存在になり得ます。広告が、ジェンダーに対する多様な価値観に配慮し、社会課題について問題提起し、積極的に課題を変革していくことを望みます。