

LGBTQ+

インクルーシブなビジュアル表現のためのガイドブック

適切な表現へとつながる実践方法

ゲッティイメージズはビジュアルの力を信じています。ビジュアルは固定概念に対する人々の認識を高め打破していきます。その力は、やがて周囲の認識をも変化させ、共感を呼ぶと共にコミュニティを築く...という様に広がっていきます。

ゲッティイメージズとGLAADは、LGBTQ+のビジュアル表現のためのガイドブックを作成しました。メディアや広告業界がLGBTQ+コミュニティのビジュアルを用いる際に、インクルーシブで熟慮されたものになるための手助けとなれば幸いです。ガイドブックには、LGBTQ+の表現においてインターセクショナリティが重要な理由や、性自認やトランスジェンダーの表現が果たす大事な役割についての洞察が記載されています。よりインクルーシブなビジュアルを選択いただくための指針としてご参照ください。



GLAADは、LGBTQが社会的に受け入れられていくための計画を立案します。GLAADは難しい問題に取り組み、ストーリーを形成し、文化的変化へと繋がる対話を誘発するダイナミックなメディア勢力です。GLAADはこれまでのあらゆる成果を守り、誰もが生き生きと前向きな人生を送れるような世界を目指します。

gettyimages®

ゲッティイメージズは、世界最大級のデジタルコンテンツ提供企業です。写真、映像、音楽を含む4億3500万点以上の素材を、訪問者数で業界最大規模のサイト、www.gettyimages.comと www.istock.comで公開しています。世界のほぼ全ての国のクリエイティブ、ビジネス、メディアのお客様にゲッティイメージズのウェブサイトをご利用いただいております。世界トップクラスのフォトグラファーやビデオグラファーによる魅力的なビジュアルコンテンツを発見、購入、そして共有いただけます。

目次

このガイドブックは、マーケティング担当者が、各社のブランドにおいて、LGBTQ+差別の排除につながるコミュニティの表現にあたり、リアルで偏見のない、インクルーシブなビジュアルコンテンツを選択・作成する際の手助けをするために作成されました。

はじめに

社会的受容とメディア露出の機会拡大を目指して 4

第一章

LGBTQ+コミュニティを理解する 6

重要な問いかけ—LGBTQ+コミュニティ 7

第二章

ジェンダーの役割を理解する 8

重要な問いかけ—バイナリーを超えて 9

重要な問いかけ—トランスジェンダーコミュニティ 11

第三章

LGBTQ+コミュニティにおけるインターセクショナルな表現 12

重要な問いかけ—インターセクシュアリティ 13

用語解説

15

はじめに

社会的受容と メディア露出の機会拡大を目指して

近年、LGBTQ+に対する注目度が変化したことによって、マーケティングとメディアにおける認知度が高まっています。LGBTQ+の人たちへのサポートが今まで以上に注目されているようです。「広告主と代理店の視点から見た、広告とメディアにおけるLGBTQインクルージョン」と題した調査報告書によると、以下の結果でした。



75%

の非LGBTQの人たちが、広告でLGBTQの人たちを目にすることに「全く抵抗がない」と回答¹



68%

の非LGBTQの消費者が、広告にLGBTQの人たちを起用している企業の製品を進んで購入すると回答²

しかし、こうしたポジティブに捉えられるような一面だけでは誤解を招く恐れがあります。LGBTQ+コミュニティが受け入れられ始めているように見える一方で、調査によると**LGBTQ+の人たちがメディアで取り上げられる機会は依然として極めて少ない**ことを示しています。



Greena Davis Instituteが2018年に実施したメディアにおけるジェンダーの調査によると、カンヌライオンズの広告に登場したキャラクターのうち、LGBTQ+はたったの**1.8%**でした。³

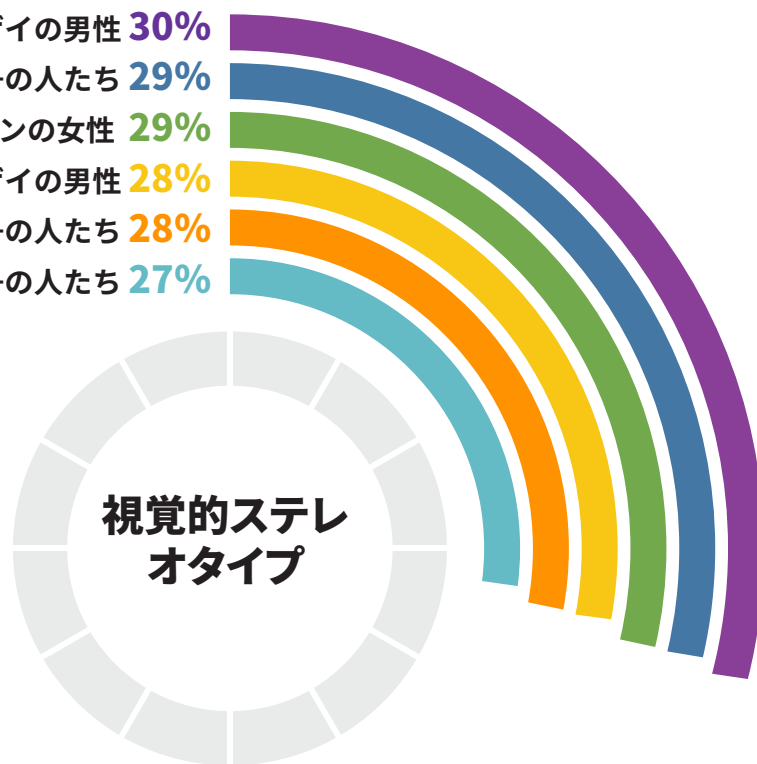


ゲッティイメージズの独自データによると、2020年にダウンロードされたビジュアルのうち、LGBTQ+のアイデンティティを持つ人が含まれているのは全体の**1%**未満であることが判明しました。⁴

LGBTQ+の社会的認知とビジュアル表現におけるギャップ

ゲッティイメージズによる最新のVisual GPSリサーチによると、消費者はLGBTQ+の社会的受容に対してポジティブに捉える傾向にあり、広く間口が開いているように見えます。にもかかわらず、画像や動画がビジュアル表現に使用される頻度は低く、使用されたとしても誤った、あるいは古いステレオタイプに限定されていることが多くあります。以下の調査結果は、LGBTQ+に対する注目度や認知度が高まっている中で、いまだにステレオタイプの表現が日常的に見られることを表しています。LGBTQ+の多様性や人々の生活をありのままに表現できていないのです。⁵

- フェミニンに描かれたゲイの男性 **30%**
- レインボーフラッグを掲げたLGBTQI+の人たち **29%**
- ワイルドに描かれたレズビアン女性 **29%**
- “派手”な見た目を描写されたゲイの男性 **28%**
- 行進や抗議活動をするLGBTQI+の人たち **28%**
- パレードやパーティーにいるLGBTQI+の人たち **27%**



女性的な男性や男性的な女性、レインボーフラッグは、どれもLGBTQ+コミュニティの一部ではありますが、こうしたイメージが過剰に取り上げられてきたため、使い古されたもののように見えてしまうことがあります。おなじみのイメージに加えて、幅広い表現を取り入れた画像を使用することが重要です。

チャンスにつなげる

クリエイター、マーケティング担当者、そしてより広範な広告・メディア業界にとって、現実に基づいた適切なビジュアル表現がされていないという点は、課題であると同時に、大きなチャンスでもあります。LGBTQ+の人たちを取り上げたビジュアルをより多く起用することで、インクルージョンを重視していることを示すことができます。LGBTQ+市場への訴求を常にサポートし、関心を持っていることを伝えられます。

第一章

LGBTQ+コミュニティを理解する

LGBTQそれぞれのアルファベットが意味するものとプラスの意味

LGBTQ+とは、それぞれの頭文字をとった略語です。広く多様なLGBTQ+コミュニティを構成しているのはどのような人々なのでしょう。各アルファベットとプラス記号が意味するものとは。

LGBTQとは（L）レズビアン、（G）ゲイ、（B）バイセクシャル、（T）トランスジェンダー、（Q）クィアの頭文字を取ったものです。+は人々が自分の性的指向や性自認を説明するのにその他の様々な言葉を使っていることを示すために加えられました。例えばパンセクシャルやアセクシャル、ノンバイナリー、ジェンダークィア、クエスチョニングなど表現はさらに多岐に渡ります。

レズビアン、ゲイ、バイセクシャル、そしてクィアは、あなたの性的指向、つまりあなたがどんな人を恋愛対象とするかを表しています。

性的指向を超えて

トランスジェンダーとは性自認を表しています。（男性、女性、ノンバイナリー...その性自認は、生まれたときに割り当てられた性別と一致しているかどうか）性的指向と性自認は異なると認識し、取り扱う際にはその点に注意することが重要です。

QUESTIONS

重要な問いかけ

LGBTQ+コミュニティ

セルフチェック

- LGBTQ+コミュニティを表現するにあたって、俳優やモデルではなく、実際のLGBTQ+の人たちをビジュアルに起用していますか？
- LGBTQ+の人たちは、どのような場面で登場することが多いですか？ 職場、自宅、学校、旅行中、それとも礼拝の場所でしょうか？
- LGBTQ+の人たちを恋愛ストーリーの中にだけ登場させていませんか？ 親としては描いていますか？ パートナーを持たないLGBTQ+の人たちが充実した人生を過ごしている様子を表現していますか？
- LGBTQ+の人たちが充実したポジティブな生活をし、コミュニティの内外で多様なアイデンティティを持つ友人たちと共に描かれていますか？ 様々な家族構成ですか？（例：子供の有無、多世代など） 同僚とはどうですか？

表現の仕方は重要です。ビジュアルコンテンツの中でLGBTQ+の人たちが多く起用されている国では、偏見に晒されることが少ないと報告されています。⁶

第二章

ジェンダーの役割を理解する

バイナリー（二元的な性）を超えて

多くの人々が、生物学的性と性自認、性表現の区別がつかず、混同しています。多層的なジェンダーの概念を理解するには、この3つを別々に見ていくとよいでしょう。

生物学的性：染色体、遺伝子、ホルモンによって作られた肉体。

医学的に判断され、出生証明書に記載するもの

性自認：自分のジェンダーをどのように認識しているかという内面的な感覚です。

例えば、男性、女性、またはノンバイナリーというように。

性表現：ジェンダーを表現する外郭的な要素（名前、代名詞、髪の長さ、服装など。）

中には、性表現を特定なものに留めず、従来の男性像と女性像の間を流動的に行き来する人たちもいます。男性がいわゆる女性的な服装を、女性が男性的な服装をしたいと思うかもしれません。流動的な性表現は、トランスジェンダーやノンバイナリーの人たちに限らず、全ての人々が選択できることです。

トランスジェンダーの人たち全員が、ジェンダー・ノンコンフォーミングというわけではありません。とても女性的なトランスジェンダー女性や、従来考えられてきたように男性的なトランスジェンダー男性もいます。ノンバイナリーの性自認を持つ人は、両性具有的な性表現をするかもしれませんし、しないかもしれません。人それぞれなのです。



84%が、「人は服や髪型、特徴によって自分の性別を自由に表現するべきだ」と回答⁷



78%が、「社会は従来のジェンダーの役割に従うよう強制すべきではない」と回答⁸

QUESTIONS

重要な問いかけ

バイナリーを超えて

- ジェンダーの二元的な定義にうまく当てはまらない人たちを表現していますか？
（例えばノンバイナリー、アジェンダー、ジェンダーフルイド、ジェンダークィア、その他のジェンダー・ノンコンフォーミングの人たち）
- あなたのイメージが、ジェンダーのステレオタイプを強化しているかもしれないと考えたことはありますか？（例えばジェンダーの役割や、特定の服装のタイプ、特定の色の選択など。）
- 服装や身だしなみなど、多様な性表現が描かれていますか？
- ジェンダー・ノンコンフォーミングの人たちを登場させる場合のシナリオを考えたことはありますか？ 彼らはコミュニティの中で描かれていますか？それとも仕事、学校など日常生活の様子でしょうか？
- 様々な異なる性的指向を持つジェンダー・ノンコンフォーミングの人たちは含まれていますか？
- ビジュアルに起用されたジェンダー・ノンコンフォーミングの人たちには、年齢、人種、その他のアイデンティティを交え、多様性が表現されていますか？

ジェンダーは複雑で、個人のアイデンティティにおける非常に私的な部分です。文化や社会経済的グループによって大きく異なる場合があります。変化し続ける多様なLGBTQ+コミュニティのにおいて非常に重要な要素であり、適切な視覚的表現がされるべきです。

ジェンダーの役割を理解する

トランスジェンダーを表現する

トランスジェンダーの人たちは生まれた時に割り当てられた性別とは異なる性自認を持ちます。

トランスジェンダーのコミュニティを視覚的に表現することは、ジェンダーについての共通の理解を深める上でとりわけ重要です。様々な言語で自身の体験を表現しながら、トランスジェンダーの人たちは歴史を通して文化と社会の一員となってきました。

ゲッティイメージズのVisual GPSリサーチによると、トランスジェンダーの人たちは、広告やメディアに自分たちのビジュアル表現が登場する頻度が最も低いと感じていることが分かりました。ビジュアルにトランスジェンダーの人たちが含まれていたとしても、ほとんどの場合はコミュニティから阻害されているように描かれています。⁴ 同じ調査結果によると、トランスジェンダーの人たちを題材にしたイメージでは、家族や職場環境、あるいは組織のトップといった、ありふれた日常生活の中での生き生きとしている様子を描かれることが少ないと判明しました。リアルで適切なビジュアル表現を利用することで、このような偏った認識を大きく変えることができます。

LGBTQ+コミュニティにおける インターセクショナルな表現

過去1年間の ゲッティイメージズにおける
“トランス”という言葉の検索増加率



認知度の向上にも関わらず、
トランスジェンダーの人たちが
登場しているのは



ゲッティイメージズでダウンロードされた
ビジュアルのうち1%未満。¹⁰

QUESTIONS

重要な問いかけ

トランスジェンダー コミュニティ

- コンテンツの中でトランスジェンダーコミュニティの人たちを取り上げていますか？
- コンテンツに登場するトランスジェンダーの人たちはどのように描かれていますか？友人のコミュニティ、家族、パートナーと共に描かれているでしょうか？仕事や学校など、日常生活の様子をとらえていますか？
- トランスジェンダーであるという事実以上の側面に目を向けていますか？彼らの個性を際立たせていますか？趣味や関心事は紹介しているでしょうか？
- 様々な異なる性的指向を持つトランスジェンダーを含めていますか？ホモセクシュアル、ゲイ、レズビアン、バイセクシャル、パンセクシャル、クィア...
- 登場するトランスジェンダーの人たちは、年齢、人種、その他のアイデンティティを交え、多様性が描かれていますか？

第三章

マーケティングやメディアにおけるLGBTQ+の人たちのイメージは、依然として若く裕福な白人男性が主流です。これは、他のLGBTQ+の人たちの経験を否定し、コミュニティの中に偏見を生むことになります。

インターセクショナル리티の定義

教授であり弁護士であるKimberlé Crenshawは、今から30年以上前にインターセクショナル리티という言葉をつくりました。これは、人種、性別、階級、障害といった、私たちの社会的属性が重なり、依存しあっている際に生じる差別や不利益を認識するための枠組みです。いくつかの例をご紹介します。

障害を持つ非白人のクィア女性の場合、ジェンダー、性的指向、障害に加え、こられが重なりあった属性によっても疎外され、差別される可能性があります。

身体の大きいトランスジェンダーの男性がいるとします。彼が周囲にトランスジェンダーだと知られていないとすると、男性としての優遇を受けるかもしれません。しかし同時に、彼はトランスジェンダーであることや大きな体型が原因で、疎外されたり差別される可能性もあります。

インターセクショナル리티と差別

NPRが実施した調査によると、非白人のLGBTQ+の人たちが差別を経験する割合は、白人のLGBTQ+の人たちよりも遥かに高く、特に就職活動や警察とやり取りする際に差別を受けることが多いようです。¹¹

更に、障害者や高齢者はLGBTQ+のイメージから排除され、結果としてLGBTQ+コミュニティの外からも内からも偏見を受けることが多いと感じていると回答しました。



障害による差別を経験したことのある
3人のうち1人が、人種や民族による差別も受けたことがあると回答。¹²



障害による差別を経験したことのある
2人のうち1人が、年齢による差別も受けたことがあると回答。¹³

QUESTIONS

重要な問いかけ

インター

セクショナリティ

- 様々な人種や民族のLGBTQ+の人たちを取り上げていますか？
- LGBTQ+のカップルを起用する場合、パートナー同士の人種や民族も考慮されていますか？（同じ人種同士のカップルが多いのか、異なる人種同士のカップルが多いのか、など）
- “トークニズム”（名ばかりの平等主義）に頼り、人種や民族を表現するために象徴的な、あるいは最低限の努力だけをしていませんか？LGBTQ+であり、かつ黒人、先住民、ピープル・オブ・カラー（BIPOC）の人たちはどうでしょうか。感情豊かに、しっかりとリアルなストーリーを伝えていますか？
- 40歳以上のLGBTQ+の人たちに関してはどうでしょう？50歳以上、60歳以上はどうですか？年齢のLGBTQ+の人たちはポジティブな様子で取り上げられていますか？
- LGBTQ+にはあらゆる体格の人たちがいます。様々な体つきの人が、生き生きとした人生を送っているビジュアルを選んでいますか？
- LGBTQ+の中には障害を持つ人たちもいます。職場環境にいる障害を持ったLGBTQ+の人たちを取り上げていますか？楽しんでいる場面や幅広い人生経験を描いていますか？

LGBTQ+のアイデンティティは、他のありとあらゆるグループと無限に重なり合ったり、交差したりしています。LGBTQ+の人たちをリアルに表現するには、広告やマーケティングに用いるイメージにもそれが反映されていなければなりません。

LGBTQ+の生き方は ありのままに表現されるべきです。

インクルーシブなビジュアルは、LGBTQ+コミュニティを多様性に富んだものとしてだけでなく、とても親しみやすいものとして表現する力があります。リアルさを感じれば感じるほど、そのビジュアルは共感を呼び、より多くの認識、受容、そして理解へとつながっていきます。偽りのない表現は信頼と信憑性を築くための鍵であり、全てのLGBTQ+の人たちを堂々と文化的に描くために不可欠です。

用語解説

このキーワード集は、性的指向とジェンダーを議論する際に最もよく使われる言葉の一部を、よりよく理解していただくために作成しました。用語は性的指向と性自認の2つのセクションに分けられており、この2つの複雑で変化し続ける分野を詳しく説明します。

このコミュニティの言葉を理解することは、そこにいる多様な人々と真の意味で繋がるための第一歩となります。

LGBTQ+：レズビアン、ゲイ、バイセクシャル、トランスジェンダー、クィア、クエスチョニング（性的指向が未定）の頭文字を取った略語。L、G、B、Qはその人の性的指向を表す一方、Tは性自認を表します。

性的指向：

性的指向：感情的、恋愛的、性的に他人に魅了されること。先天的または不変的で長期に渡って続くもの。性自認と性的指向は異なります。

ゲイ：同じジェンダーの人へ感情的、恋愛的、または性的に惹かれる人。

レズビアン：感情的、恋愛的、または性的に他の女性に惹かれる女性。

バイセクシャル：感情的、恋愛的、または性的な指向が同性にも異性にも向かう可能性がある人。人生において必ずしも複数の性の人に惹かれる必要はなく、惹かれ方や度合いが変わることがあります。

クィア：変動するアイデンティティや指向を表現するためによく使われる用語。性的指向が異性愛に限らない人。（用例：クィアパーソン、クィア女性）。クィアを自認する人たちにとって、レズビアン、ゲイ、そしてバイセクシャルという言葉はあまりにも限定的であると感じる、または文化的な意味合いに満ちているため自分たちには当てはまらないと感じることが多いようです。人によっては、性自認、及び性表現を説明するのにクィア（ジェンダークィア）という言葉を使うことがあります（以下のノンバイナリー及び／またはジェンダークィアの欄を参照）。かつて軽蔑的な言葉として捉えられていたクィアは、一部のLGBTの人たちが自分自身を表現するために復活させました。しかしLGBTコミュニティの中でさえも、広く受け入れられている言葉ではありません。LGBTの最後にQが加えられている場合、それはクィア、稀にクエスチョニングを意味します。

パンセクシャル：感情的、恋愛的、性的の指向が性別を問わず向かう人。必ずしも同時に複数に惹かれる必要はなく、惹かれ方や度合いが変わることがあります。

カミングアウト：人生の中で自分を受け入れる過程。人はまず自分自身の中でLGBTQのアイデンティティを形成し、その後他人に明かすでしょう。自分のアイデンティティを公表することは、カミングアウトの一部である場合もあれば、そうでない場合もあります。

アウト：公私の生活や仕事上において、LGBTQであることを自認している人。

用例：Ricky Martinはプエルトリコ出身のカミングアウトしているポップスターだ。

自分のアイデンティティを公言している場合に使うことが望ましい。

性自認

性自認：心の奥底で認識している自己のジェンダー。男性、女性、両方の混合、どちらでもない、など。人によっては、性自認が男性、女性といった選択肢にきちんと当てはまらない場合もあります（以下のノンバイナリーの欄を参照）。性表現と異なり、性自認は他人の目には見えません。個人の性自認は、出生時に割り当てられた性別と同じである場合と異なる場合があります。

性表現：名前、代名詞、服装、髪型、行動、声、身体的特徴による、外見的なジェンダーの表明。社会はこうした手がかりを男性的、女性的としています。時代や文化的背景によって何を男性的、女性的と捉えるかは異なります。社会的に定義づけられた男性らしさと女性らしさに当てはまる人もいれば、そうでない人もいます。性表現の役割に当てはまらないからと言って、その人がトランスジェンダーというわけではありません。

トランスジェンダー：出生時に割り当てられた性別とは異なる性自認や性表現を持つ人々を包括する用語。出生時に割り当てられた性別にとらわれず、トランス女性は女性として、トランス男性は男性としての性自認を持っています。そしてノンバイナリーの人たちは、その2つの選択肢以外の性自認があります。トランスジェンダーの人たちは、あらゆるタイプの性表現を持ちます。性自認は性的指向とは異なることから、トランスジェンダーの人たちはストレート、ゲイ、レズビアン、バイセクシャルなど、どんな性的指向にも当てはまります。

ノンバイナリー：完全に男性や女性であると自認しない人を表す形容詞。ノンバイナリーの人には、男性と女性の両方を自認していることもあれば、その中間として自認していることもあります。そうした分類にまったく当てはまらないこともあります。全員ではありませんが、多くのノンバイナリーは同時にトランスジェンダーのアイデンティティも持っています。ノンバイナリーに該当するその他の用語には、ジェンダークィア、ジェンダーフルイド、アジェンダー、バイジェンダーなどが含まれます。

ジェンダー・ノンコンフォーミング：男性らしさ、女性らしさといったジェンダーに期待される従来のあり方とは異なる性表現をする人を指す用語。ただし、ジェンダー・ノンコンフォーミングの人全員がトランスジェンダーというわけではないこと、トランスジェンダーの人全員がジェンダー・ノンコンフォーミングというわけではないことに留意してください。

ジェンダーの移行：自認しているジェンダーを外見的な容姿に近づけようとする過程。社会的にジェンダーを移行させる人もいます。その場合、服装を変えたり新しい名前や代名詞を使うことで、社会的にそのジェンダーで認識されることがあります。また、医学的な介入によって身体を変えてジェンダーを推移させる人もいます。

シスジェンダー：トランスジェンダーではない人を表す言葉。ノン・トランスジェンダーの同義語。シスジェンダーの人は、出生時に割り当てられた性別に沿った性自認を持ちます。

代名詞：he/him（彼）やshe/her（彼女）のような代名詞は性的に区別されており、誰かを指す時に使う場合、その人を性的に区別していることになります。トランス男性は一般的にhe/himという代名詞を、トランス女性は一般的にshe/herという代名詞を使います。ノンバイナリーの人たちは一般的にthey/themを単数代名詞で使い、自分の性別が男性でも女性でもないことを主張します。【注意】英語以外の言語では、名詞や動詞も性別で区別されている場合があります。性区別のある言語が使われている国では、ノンバイナリーの人たちが、自分がノンバイナリーであることについて話す新しい方法を見つけようと努力しています。

その他の参考情報：

GLAAD’s Media Reference Guide—Transgender

知っておくべき用語や、適切な名称、代名詞の使い方のガイドラインを含む、トランスジェンダーのスタイルガイド。（英語サイト） <https://www.glaad.org/reference/transgender>

Transgender FAQ

トランスジェンダーの人たちと、彼らにとって重要な問題をもっと詳しく知るにはこちらから。（英語サイト） <https://www.glaad.org/transgender/transfaq>

Tips for Allies of Trans People

トランスジェンダーの人たちをサポートする方法とは？（英語サイト）
<https://www.glaad.org/transgender/allies>

お問い合わせ

gettyimages®

お問い合わせ先：

paige.mccrensky@gettyimages.com、

mary.cirinocione@gettyimages.com、

tristen.norman@gettyimages.com

弊社のLinkedIn、Instagram、Twitter、
FaceBookもフォローをお願いいたします。



お問い合わせ先：**press@glaad.org**

GLAAD寄稿者：Alex Schmider, DaShawn Usher, Jeremy Blacklow, Megan Townsend, Monica Trasandes Nick Adams, Raina Deerwater, Ross Murray

脚注

1. GLAAD and P&G “The Visibility Project”—2021年
2. GLAAD and P&G “The Visibility Project”—2021年
3. Geena Davis Instituteによるメディアにおけるジェンダーの調査
“Bias & Inclusion in Advertising: An Analysis of 2019 Cannes Lions Work”—2020年
4. ゲットイイメージズ 2020年上位100万ダウンロード中
5. ゲットイイメージズ Visual GPS—2021年春
6. ゲットイイメージズ Visual GPS—2021年春
7. ゲットイイメージズ Visual GPS—2021年春
8. ゲットイイメージズ Visual GPS—2021年春
9. ゲットイイメージズ 2020年上位100万ダウンロード、対2019年
10. ゲットイイメージズ 2020年上位100万ダウンロード中
11. NPR “For LGBTQ+ People of Color, Discrimination Compounds”—2017年11月
(<https://www.npr.org/2017/11/25/564887796/for-lgbtq-people-of-color-discrimination-compounds>)
12. ゲットイイメージズ Visual GPS—2020年夏
13. ゲットイイメージズ Visual GPS—2020年夏