

エフエム石川 放送番組基準改正「条文」新旧対照表

旧	新	解説
<p>第6章 報道の責任</p> <p>(32) ニュースは事実に基づいて報道し、公正でなければならない。</p>	<p>第6章 報道の責任</p> <p>(32) ニュースは<u>市民の知る権利へ奉仕するものであり</u>、事実に基づいて報道し、公正でなければならない。</p>	<p>ニュースの報道は、民主主義社会の健全な発展のため、公共性、公益性に基づいて、あらゆる権利の行使を監視し、社会悪を追及することで市民の知る権利に応えることが使命である。そのために、真実に迫るための最善の努力を傾けなければならない。正確かつ公正、公平で客観的であることが求められる。</p> <p>取材にあたっては、まず事実を確認し、また対立している問題については多角的に取り上げ、一方に偏ることのないよう配慮しなければならない。</p> <p>ドキュメンタリーや情報系番組においても虚偽や捏造が許されないことはもちろん、過剰な演出などにならないように注意する。</p> <p>スポーツニュースおよびニュース性を持つ各種番組の取り扱いも、報道の各条項に準ずる。</p>
<p>(33) ニュース報道にあたっては、個人の自由を侵したり、名誉を傷つけないように注意する。</p>	<p>(33) ニュース報道にあたっては、個人の<u>プライバシー</u>や自由を<u>不当に</u>侵したり、名誉を傷つけないように注意する。</p>	<p>市民の知る権利に応える社会的役割を自覚し、常に積極的な取材・報道を行うとともに、真実追求のためであってもニュース報道に際</p>

		して、個人の自由および権利を確認し、不当に個人のプライバシーを侵したり、個人・団体の名誉を傷つけたりすることはしてはならない。
<p>第8章 表現上の配慮</p> <p>(57) 医療および薬品の知識に関しては、いたずらに不安・焦燥・恐怖・楽観などを与えないように注意する。</p>	<p>第8章 表現上の配慮</p> <p>(57) <u>医療や薬品の知識</u><u>および健康情報</u>に関しては、いたずらに不安・焦燥・恐怖・楽観などを与えないように注意する。</p>	<p>医療や薬品の情報はもちろんのこと、健康情報の取り扱いにあたっては、科学的根拠を尊重し、安全で正確な情報提供を心がけ、身体への影響に配慮する必要がある。健康問題は極めて社会的関心が高く、その人の置かれている状況に応じて反応が様々であるため、大げさな表現になっていないか、期待や不安を煽っていないかなど、表現に十分配慮しなければならない。また、取り扱った健康情報などが、特定商品・サービスの広告活動とならないよう留意しなければならない。</p>
	<p>(59) いわゆるショッピング番組は、関係法令を順守するとともに、<u>事実に基づく表示を平易かつ明瞭に行い、聴取者の利益を損なうものであってはならない。</u></p>	<p>日常生活に役立つ商品やサービスの情報を提供するとともに、その購入方法、価格などを紹介するショッピング番組の内容は、関係法令を順守することはもとより聴取者に誤解を与えるものであってはならない。提供する情報が聴取者の生活に密接にかかわる内容であることを十分に意識し、正確で適正な表現に努める。</p>

<p>第11章 性表現</p> <p>(73) 性衛生や性病に関する事柄は、医学上、衛生上、教育上必要な場合のほかは取り扱いがない。</p>	<p>第11章 性表現</p> <p>(74) <u>性感染症や生理衛生</u>に関する事柄は、医学上、衛生学上、<u>正しい知識に基づいて取り扱わなければならない。</u></p>	<p>性感染症や生理衛生に関する事柄は、医学上、衛生学上必要な場合か、教育上、社会生活上意義のある場合のほかは、取り扱いを避けなければならない。</p> <p>ドラマなどの中で性感染症や生理衛生などを扱う場合は慎重に取り扱い、興味本位にならないようにする。</p>
<p>(75) 性的犯罪・変態性欲・性的倒錯などの取り扱いは特に注意する。</p>	<p>(76) 性的犯罪や変態性欲・性的倒錯を表現する場合は、<u>過度に刺激的であってはならない。</u></p>	<p>レイプ、性的幼児虐待など性的犯罪の取り扱いは、倫理的・社会的見地からも特に注意する。</p> <p>また、変態性欲や性的倒錯について表現する場合は、過度に刺激的であってはならず、番組の展開上必要最小限にとどめるべきである。</p>
<p style="text-align: center;">/</p>	<p>(77) <u>性的少数者を取り上げる場合は、その人権に十分配慮する。</u></p>	<p>性的少数者(同性愛者、性同一性障害者など)の性的指向を変態性欲・性的倒錯に含めてはならず、その人権に十分配慮する。</p>
<p>第12章 聴取者の参加と懸賞・景品の取り扱い</p> <p>(82) 企画・演出・司会などは、出演者や聴取者に対し、礼を失したり、不快な感じを与えてはならない。</p>	<p>第12章 聴取者の参加と懸賞・景品の取り扱い</p> <p>(84) <u>企画や演出、司会者の言動などで</u>、出演者や聴取者に対し、礼を失したり、不快な感じを与えてはならない。</p>	<p>番組の中で、出場者や聴取者に対し、礼を失したり、揶揄(やゆ)の度が過ぎて不快にさせることのないようにする。例えば、氏名・職業・出身地・出身校その他について、不快な感じを与えないようにする。</p>
<p style="text-align: center;">/</p>	<p>(88) <u>懸賞に応募あるいは賞品を贈与した聴取者の個人情報を、当該目的以外で利用してはならず、厳重な管理が求められる。</u></p>	<p>個人情報保護に関する法律を順守する。</p>

<p>第 14 章 広告の取り扱い (108) 秘密裏に使用するものや、家庭内の話題として不適当なものは取り扱わない。</p>	<p>第 14 章 広告の取り扱い (111) 秘密裏に使用するものや、家庭内の話題として不適当なものは<u>取り扱いに注意する。</u></p>	<p>生理用品や避妊具などの取り扱いにあたっては、放送時間、前後の番組、広告表現に十分注意する。</p>
<p></p>	<p>(118) ラジオショッピングは、関係法令を順守するとともに、<u>事実に基づく表示を平易かつ明瞭に行い、聴取者の利益を損なうものであってはならない。</u></p>	<p>第 59 条はショッピング番組について記載したものであり、本条文は「第 14 章広告の取扱い」としてラジオCMについて記載するものである。</p>
<p></p>	<p>(135) いわゆる健康食品の広告で、<u>医薬品的な効能・効果を表現してはならない。</u></p>	<p>広告が購買動機となり商品を使用することによって、聴取者の適切な治療の機会が奪われたり健康被害が生じたりするようなことはあってはならない。いわゆる健康食品は法令上、医薬品等ではなく、CM では医薬品的な効能効果を表現してはならない。</p> <p>また、番組本編で特定の原材料・成分の医薬品的な効能効果について言及することは可能であるが、その際、聴取者から見て「顧客を誘引する意図が明確」であり「特定食品の商品名等が明らかにされている」などと判断される場合、番組自体が医薬品的な効能効果をうたった広告とみなされ、薬事法、健康増進法、景品表示法に基づく措置の対象となるおそれがあるので注意が必要である。</p>

		<p>さらに、番組本編で特定の原材料・成分の医薬品的な効能効果について言及し、番組中あるいは番組に連続して放送する CM でその原材料・成分を含んだ商品の広告をすることも避けなければならない。聴取者から見て番組本編と CM が一体のものと認識されないよう、関連しない別番組をはさむなど、明確に区別する必要がある。</p>
	<p>第 17 章 金融・不動産の広告 (139) 投機性のある商品・サービスの広告は慎重な判断を要する。</p>	<p>業者の実態・サービス内容が聴取者の利益に反するものは取り扱わないという観点から、原則的には投機性の高い商品・サービスは取り扱わないことが望ましい。</p>
<p>第 18 章 広告の時間基準 (137) コマーシャルの種類は、プログラム・コマーシャル、パーティシペーティング・コマーシャル、スポット・コマーシャルおよび案内コマーシャルとする。</p>	<p>第 18 章 広告の時間基準 (143) コマーシャルの種類は、<u>タイム CM、スポット CM</u>とする。</p>	<p>タイム CM は番組本編に付帯し番組を提供する形態で放送されるコマーシャル、スポット CM は番組とは別に放送されるコマーシャルを言う。</p> <p>タイム CM、スポット CM とも個々の番組のフォーマットに沿った露出のポジショニングの違いにより、各放送局ごと、運用上様々な呼称が用いられる。</p>