

放送番組の編集の基準

当社は、東海地域における国際化への貢献・文化の向上・公共の福祉・産業経済の繁栄に役立ち、平和な社会の実現に、放送によって寄与することをその使命とする。この自覚に基づき、民主主義の精神に従い、基本的人権と世論を尊び、言論及び表現の自由と公正を貫き、法と秩序を尊重し社会の信頼に応えて行きます。

このような目的を実現するために、当社は、聴取者と番組提供者の理解と協力のもとに、次に掲げる異本方針、番組別、広告の3基準を定め、すべての放送番組及び広告の企画、制作実施にあたって、これを守ることにします。

1. 基本方針

この基準はすべての放送番組及び広告に適用される。

- 1) 人種、民族、国民、国家、国情に関する資料の取扱は慎重を期し、特に、客観的で権威あるものを使用する。
- 2) 個人、団体、職業、産業に対する中傷的言辞、名誉と信用を傷つけるような内容または表現を避ける。
- 3) 国民生活に重大な影響を及ぼす社会公共問題については慎重を期し、意見が対立している場合は、公平に取扱い、その出所を明らかにする。
- 4) 人心に不当な動揺や不安を与えるような内容または表現を避ける。
- 5) 特に、経済界に混乱を与えるおそれのある問題は慎重に取り扱う。
- 6) 法律や社会正義にそむく行為に共感を起こさせたり、或いは他人に模倣の意欲を起こさせたりするような取扱いをしない。
- 7) 公の秩序や善良な風俗に反する行為、習慣を是認するような取扱いをしない。
- 8) 家庭生活については、これを尊重するとともに、多様な価値観を踏まえ、一面的な取り上げ方にならないように注意する。
- 9) 政治に関しては、不偏不党、公正に取り扱う。
- 10) 宗教に関しては信仰の自由を尊重し、各宗教の立場を重んじ公正に取り扱う。

2. 番組別基準

この基準は、次の各番組について、特に守るべき事項を示す。

(1) 報道番組

報道番組とは、時事に関する速報、説明或いは解説または意見を取扱う番組を言う。

- ①ニュースおよびニュース解説は、すべての干渉を排し、事実を客観的かつ正確、公平に取り扱う。
- ②ニュースの表現は、残虐、悲惨等の感情を極端に刺激しないように注意する。
- ③ニュースおよびニュース解説、実況中継は、不当な宣伝に利用されないように、特に注意する。
- ④ニュースの中で意見を取り扱うときは、事実と意見を厳密に区別する。
- ⑤ニュースの解説は、ニュースと厳密に区別し、放送者の氏名を明らかにする。
- ⑥ニュースの誤報は、速やかに取消しまたは訂正する。

(2) 教養番組

教養番組とは、国民の一般的教養の向上を直接の目的とする番組を言う。

- ①番組内容の一部や引例が適切でないため、制作意図に反して、聴取者に好ましくない印象を与えることの無いように注意する。
- ②社会に悪影響を及ぼす模倣を容易に誘発しないように注意する。
- ③宗教番組では、他宗、他派を誹謗しない。

(3) 教育番組

教育番組とは、学校教育または、社会教育および家庭教育のための番組を言う。

- ①教育番組は、広く各界の意見を聞き聴覚の特性を生かして教育的効果を発揮する。
- ②教育番組は、その放送の対象とするものが、明確で、有益適切であり、組織的かつ継続的であるようにする。
- ③教育番組は、その放送の計画および内容を、予め公衆が知ることができるようにする。
- ④学校向けの教育番組については、その内容が学校教育に関する法令の定める教育課程の基準に準拠するようにする。
- ⑤学術研究等専門的事項に関しては、番組基準の諸規程に係わらず、良識に基づいて具体的または詳細に扱うことができる。
- ⑥学校向けの教育番組には、学校教育の妨げになると認められる広告を含めない。

(4) 児童番組

児童番組とは、児童の心理に与える影響を考慮し、児童の健全な常識と豊かな情操を養う番組を言う。

- ①児童の品性を損なうような言葉や粗野な表現は避ける。
- ②児童が感化されやすい悪徳行状の取扱いには特に注意する。
- ③男女間の愛情や性愛の問題は、その内容と児童の年齢を考慮し、慎重に取り扱う。
- ④外国作品を取り上げるときは、時代、国籍、伝統、習慣等の相違を考慮し、慎重に取り扱う。日本の古典についても同様である。

(5) 娯楽番組

娯楽番組とは、健全な慰安を提供して、生活内容を豊かにする番組を言う。

- ①不快な感じを与えるような下品、卑猥な表現や言葉は使わない。
- ②方言を使う時には、不快な感じを与えないように注意する。
- ③肢体不自由、疾病など肉体的、精神的欠陥に悩む人々の感情を刺激しないように注意する。
- ④犯罪の手口を明示または解説するときは、故意に犯罪を魅力的に表現したり、模倣の意欲を起こさせたりするような描写はしない。
- ⑤凶器の表現はなるべく少なくし、模倣の動機を与えないように努める。
- ⑥犯罪容疑者の逮捕、尋問方法および訴訟の手続きや法廷の描写などは正しく表現する。
- ⑦殺人、拷問、暴力、私刑等の残虐行状、その他肉体的、精神的苦痛を誇大または刺激的に表現しない。
- ⑧女性および児童の虐待、または人身売買を是認するような表現、またはその詳細な描写を避ける。
- ⑨麻薬および覚醒剤の表現は、医療および悪癖としての表現以外は避ける。
- ⑩心中、自殺、その他人命を軽視する言動を是認するような取扱はしない。古典または芸術作品についても慎重を期する。
- ⑪性犯罪、変態性欲等の取扱は避ける。
- ⑫性心理に関する描写又は表現は、性に未成熟な聴取者を考慮して慎重に取扱う。
- ⑬肉体描写、寝室描写等官能的な素材を取り扱う時には、刺激的な表現を避ける。
- ⑭聴取者参加番組については、参加の機会を均等にし、ひろく聴取者一般に及ぶように努める。
- ⑮聴取者参加番組の審査は、出演者の技能に応じて公正に期する。
- ⑯聴取者参加番組は、単に報酬または商品賞品によって過度に射幸心を刺激することのないように注意する。

3. 広告基準

この基準は、特に広告放送に適用される事項を示す。

(1) 広告放送の明示

広告放送は、コマーシャル・メッセージまたは、放送局の告知によって、広告放送であることを明らかにする。

(2) コマーシャル・メッセージの定義

コマーシャル・メッセージとは、直接、間接に広告主の名称、商品、商品名、サービス名、商標、標語等を聴覚的に提示して、聴取者の注意を引こうとするものを言う。

(3) コマーシャル・メッセージの責任

コマーシャル・メッセージは全て事実を伝え、誠実を守ると共に関係法令に従い、責任を負い得るものとする。

(4) 番組との調和

コマーシャル・メッセージは、その種類に応じ番組の聴取効果を考慮して当該番組、前後番組の内容と良く調和するように努める。

(5) コマーシャル・メッセージの種類

コマーシャル・メッセージはプログラム・コマーシャル、スポット・アナウンスメント、パーティシペーティング・アナウンスメントおよび案内コマーシャルの4種類に分ける。

①プログラム・コマーシャル (Program Commercial)

番組の提供者が挿入するコマーシャル・メッセージで、いくつかの商品の広告をする場合には、原則として、番組と切り離して放送することは避ける。

②スポット・アナウンスメント (Spot Announcement)

番組に関係なく、番組と番組の間に放送される短時間のコマーシャル・メッセージ。

③パーティシペーティング・アナウンスメント (Participating Announcement)

番組に関係なく、一番組内において、これを中断するコマーシャル・メッセージ。

④案内コマーシャル

案内番組において若干の広告主が連続的に広告するコマーシャル・メッセージ。

(5) コマーシャル・メッセージの量

コマーシャル・メッセージの量は、番組の聴取効果を著しく妨げることなく、しかも広告効果を挙げるに適切な量とし、原則として次の基準による。

①プログラム・コマーシャル

シンキング・コマーシャル（メロディだけの場合）及び番組内における広告を目的とする台詞・会話・その他お知らせ等の時間を含む。

広告効果を持つ背景・小道具を用いる場合は、広告時間の一部とみなす。

但し、聴取効果を妨げないものはこの限りではない。

広告主以外の商社の商品またはサービスが扱われる場合は、その説明提示は最小限に止める。但し、その限度を越えたと認められる場合は、共同提供番組とみなす。

〔番組内のCMの量〕

5分番組	1分以内
10分番組	2分以内
15分番組	2分30秒以内
20分番組	2分40秒以内
25分番組	2分50秒以内
30分番組	3分以内
35分番組	3分30秒以内
40分番組	4分以内
45分番組	4分30秒以内
50分番組	5分以内
55分番組	5分30秒以内
60分番組	6分以内
60分番組以上	10%以内を基準とする。

②スポット・アナウンスメント

(ア) ステーション・ブレイクに挿入されるもの。

20秒を基準とするもの、20秒または30秒のスポット・アナウンスメントは、BGおよび音声の要素を含む。

(イ) 番組の前後に付けられるもの。

30秒・1分およびその他のスポット・アナウンスメントは、音声の要素を含む。

(ウ) パーティシパーティング・アナウンスメント

パーティシパーティング・プログラムの時間区分とそれに含まれるパーティシパーティング・アナウンスメントの件数は概ね次の例の通りであるが、一件当たりの長さは30～35秒とする。

30分	6件以内	15分	4件以内
20分	5件以内		

(30分を越える番組の場合は例外とする。)

(エ) 案内コマーシャル

前枠、後枠を除く番組内容においては聴取者の意向の側から考慮し、次のように定める。

10分番組	3件以内
15分番組	4件以内
30分番組	6件以内

30分を越える番組の場合は、その種類に応じ別に定める所による。

パーティシペーティング番組の場合は、1件につき1回を原則とする。

(オ) 特殊効果

特殊な変化を目的とする操作によるものを言う。

特殊効果については、技術的問題（種類、操作方法など）営業的問題（料金など）含むので、別に定めるところによる。

(カ) 次のコマーシャル・メッセージ5種を通じて、音節数の標準は、5秒当たり31音節とする。

スポット・アナウンスメントの標準音節数

種 類	標準音節数	種 類	標準音節数
5秒	31	30秒	190
10秒	63	60秒	345
20秒	125		

(7) 取り扱わない広告

次に掲げるものは取り扱わない。

- ①事実の有無を問わず、他を誹謗し、または排斥中傷するもの。
- ②事実を誇張して、聴取者に過大評価させるもの。
- ③聴取者に悪感情を与える恐れのあるもの。
- ④責任の所在が不明なもの、暗号と認められるもの。
- ⑤ニュースの内容を変えたり、否定したりするもの。
- ⑥ニュースおよびニュース解説の内容と著しく調和を欠くもの。
- ⑦迷信を肯定したり、科学を否定したりするもの。
- ⑧人権侵害や差別の助長につながるかたちで、個人情報調査・収集・利用するもの
- ⑨特定の対象に呼び掛ける通信、通知及びこれに類似するもので、内容がその対象だけに
関係あるもの。（電波法、公衆電気通信法に触れるもの）但し、人命その他社会的に影響のある場合を除く。
- ⑩金融関係法令に認められていない金融業、利殖業に類するもの。