

富山エフエム放送株式会社放送基準

富山エフエム放送(株)は、放送があらゆる家庭に到達するとともに、あらゆる人々によって受信されるものであることを自覚し、民主主義の精神に従って言論、表現の自由を守り文化の発展、公共の福祉、産業経済の繁栄に寄与して地域社会の期待と信頼にこたえなければならない。

このため富山エフエム放送(株)は、放送基準を定め放送の目標と倫理を明確にする。

網 領

1. 基本的人権を尊重し、民主主義の確立をはかる。
2. 法と社会秩序を尊重し、国民生活の安定につとめる。
3. 人間性を尊重し、新しい世代の健全な育成につとめる。
4. 教育、教養の進展をはかり、文化の向上につとめる。
5. 正しい情報と健全な娯楽を提供し、生活内容を豊かにするようつとめる。
6. 世論および番組審議会の意見を尊重し、放送の適正をはかる。

一 般 基 準

1. 一般基準は、番組および広告などすべての放送に適用する。

(人権・人格・名誉)

1. 個人、団体の名誉を不当に傷つけるものは取り扱わない。
2. 人権、性別、職業、信条などを差別的に取り扱わない。

(人権・民族・国家)

3. 人権、民族、国民の感情を尊重し、国家の尊厳を傷つけるものは取り扱わない。
4. 国際親善の妨げになるようなものは取り扱わない。

(法・政治・経済)

5. 法令を尊重し、これを軽視するような取り扱いはしない。
6. 法令に違反したり、その執行を妨げたりする言動を是認するような取り扱いはしない。
7. 国の機関が審理している問題については、慎重に取り扱う。
8. 政治に関する問題は、公平に取り扱う。
9. 選挙、事前運動の疑いのあるものは取り扱わない。

(社 会・風 俗)

10. 社会の秩序と善良な風俗や公衆道徳をみだす、思想、行為、習慣を是認するような取り扱いはしない。
11. 社会、公共の問題については、できるだけ多くの角度から論じるように取り扱う。
12. 人心に不当な動揺や不安を与えるおそれのある内容のものは慎重に取り扱う。
13. 迷信は肯定的には取り扱わない。
14. 占い、運勢判断およびこれに類するものは、断定したり、無理に信じさせたりするような扱いはしない。
15. 性に関することがら、品位を失わないように取り扱う。

16. 暴力を是認するような取り扱いはしない。
17. 人命を軽視したり自殺を賛美したりするような取り扱いはしない。

(宗 教)

18. 信教の自由および宗教の立場を尊重し、他宗、他派を中傷、ひぼうするような取り扱いはしない。

(家 庭・児 童)

19. 家庭生活をみだすような思想を是認する取り扱いはしない。
20. 児童の心理を考慮して、児童に悪影響を与えないように注意する。

(犯 罪)

21. 犯罪行為を是認したり、犯罪者を魅力的なものとするような取り扱いはしない。
22. わかりやすい表現を用い、適正な言葉と文字を使用するようつとめる。
23. 放送内容や表現については、聴取者の生活時間との関係に注意する。
24. 番組の演出、司会などは、出演者や聴取者に対し礼を失くしたり、不快な感じを与えないように注意する。
25. 方言や地方特有の風俗を扱うときは、その地方の人々に不快な感じを与えないように注意する。
26. ニュース以外の放送で、ニュースと混同されやすい表現をしない。
27. 不快、困惑、嫌悪の感をいだかせたり、劣情を刺激するような醜悪、卑猥な表現をしない。

28. 肉体的、精神的苦痛、病的、悲惨な情景、残虐な行為は、必要以上に刺激的な表現はしない。
29. 児童や婦人を虐待する場面は、必要以上に詳細な表現をしない。
30. 肉体や精神の障害に触れなければならないときは、同じ障害に悩む人の感情を刺激しないように注意する。
31. 犯罪の手口や手段を表現するときは、模倣を誘発しないように注意する。
32. 犯罪容疑者の逮捕や尋問の方法、および訴訟の手続きや法廷の場面などは正しく表現するよう注意する。
33. 睡眠薬、覚醒剤などの乱用を肯定したり、魅力的なものとするような表現はしない。
34. 宗教の儀式を扱うとき、また宗教の形式を用いるときは、その尊厳を傷つけないように注意する。
35. 医療および薬品に関する表現は、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。

（懸賞）

36. 懸賞応募では、応募の条件、締切り日、選考方法、賞の内容、結果の発表方法、期日などを明らかにする。ただし、放送以外の媒体で明らかな場合は省略することができる。
37. 賞金、商品および報酬などは、過度に射幸心をそそらないように注意し、社会常識の範囲内にとどめる。
38. 賞金、商品および報酬などを伴う放送においては、当該放送関係者であると誤解されるおそれのあるものの参加はさける。

番組基準

番組基準は、番組の特殊性によって生じる特別の事項について適用する。

(教育・教養番組)

39. 教育番組は、社会人として完成するのに役立つ知識や資料などを系統的に取り扱い、その企画と内容をあらかじめ聴取対象が知ることのできるようにする。
40. 社会向け教育番組は、学術、技芸、職業など専門的なことがらを興味深く習得できるようにする。
41. 教養番組は、生活の知識を深め、円満な常識と豊かな情操を養うのに役立つようにつとめる。
42. 学術研究その他専門的なことがらについては、学術上の権威と重要性を尊重し、一般に認められている倫理的な基準について取り扱う。

(報道番組)

43. ニュースは、事実にもとづいて、客観的かつ正確、公正に取り扱う。
44. ニュースの中に意見をはさむときは、事実と意見を厳密に区別する。
45. ニュース解説または論評は、ニュースと厳密に区別し、放送者の氏名を明らかにする。
46. ニュース、ニュース解説および実況中継などは、不当な目的や宣伝に利用されないように注意する。
47. ニュースが事実と相違していることが明らかになったときは、すみやかに取消し、または訂正する。

(聴取者参加番組)

48. 聴取者参加番組については、参加の機会が広く均等に及ぶようにつとめる。
49. 知識、芸能または幸運を競う聴取者参加番組は、公平な競争によって参加者が公正な審査を受けられるようにする。

広 告 基 準

広告基準は、広告の特殊性によって生ずる特別の事項について適用する。

(広 告 一 般)

50. 広告放送は、広告であることを明らかにしなければならない。
51. 広告の内容は、広告主の名称・商品・商品名・商標・標語・広告主に関する情報（サービス、販売網、施設など）とする。
52. 広告は、真実を伝え、聴取者に利益をもたらすものでなければならない。
53. 広告は、関係法令などに反するものであってはならない。
54. 広告は、広告主が明らかで社会的責任を負いうるものでなければならない。
55. 広告は、事実の有無を問わず、他を誹謗し、または排斥、中傷してはならない。
56. 広告については、公正な自由競争に反する独占的利用を認めない。

(広告の取り扱い)

57. 契約以外の広告主の広告は取り扱わない。
58. 権利関係や取引の実態が不明確の広告は取り扱わない。
59. 係争中の問題に関する一方的な広告は取り扱わない。
60. 特定の対象に呼びかける通信、通知およびこれに類する広告は原則として取り扱わない。
61. 個人的な売名を目的とするような広告は取り扱わない。
62. 免許、許可、認可、登録を要する業種で、それらのない業者の広告は取り扱わない。
63. 寄付金募集の広告は、主体と目的が明らかで、許可されたものでなければ取り扱わない。
64. 求人に関する広告は、求人事業者および従事すべき業務の内容が明らかなものでなければ取り扱わない。
65. 迷信を肯定したり、科学を否定したりするものの広告は、取り扱わない。
66. 私的な秘密事項の調査を業とするものの広告は取り扱わない。
67. 風紀上好ましくない商品や、サービスに関する広告は取り扱わない。
68. 秘密裡に使用するものや、家庭の話題として不適切なものの広告は、原則として取り扱わない。
69. 金融関係法令に認められていない金融業、利殖業およびこれに類する広告は取り扱わない。
70. 利殖を約束または暗示して出資を求める広告は慎重に取り扱う。

(廣 告 の 表 現)

71. 広告の表現は、錯誤を起こさせたり、事実を過大評価させたりするものであってはならない。
72. 広告には、原則として最大級またはこれに類する表現を用いてはならない。
73. 広告の音量は、番組との調和をはかるようにつとめる。
74. 広告には、偽りの証言や責任の所在が明らかでない証言を用いてはならない。
75. 教育施設または教育事業の広告は、進学、就職、資格などについて誇張するような表現をしてはならない。
76. 広告には、国家、国家機関、国際機関およびそれらを代表する人などを表象するものを許可なく用いてはならない。
77. 広告には、アマチュアスポーツの団体ならびに選手を許可なく用いてはならない。
78. 広告は、ニュースの内容を変えたり否定するものであってはならない。
79. 広告は、ニュースと混同されやすい表現をしてはならない。

(廣 告 の 種 類)

80. 広告の種類は、プログラム・コマーシャル、スポット・コマーシャル、パーティシペーティング・コマーシャルとする。

(廣 告 の 時 間)

81. プログラム・コマーシャルは、つぎの限度をこえないものとする。

5分以内の番組 1分00秒	25分番組 2分50秒
10分番組 2分00秒	30分番組 3分00秒
15分番組 2分30秒	30分以上の番組 1割
20分番組 2分40秒	

< 1 > 番組内で広告を目的とする言葉、音楽、効果、シンキング・コマーシャル（メロディーだけの場合を含む）その他、お知らせなどはコマーシャルとする。

< 2 > 共同提供、タイアップ広告などは、プログラム・コマーシャルの秒数に算入する。

82. パーティシペーティング・コマーシャルの1番組に含まれる秒数の標準は、つぎのとおりとする。

10分番組 2分00秒	30分番組 4分00秒
5分番組 2分40秒	上記以外の番組は、 2割5分を限度とする。
20分番組 3分20秒	
25分番組 3分40秒	

83. この放送基準は、社内に掲示して一般に周知するものとする