

## カナダ民間放送連盟（CAB）倫理基準

### Canadian Association of Broadcasters' Code of Ethics

カナダ放送基準評議会 Canadian Broadcast Standards Council により施行

（2002年6月改訂）

前号ではイギリスのBBC基準を取り上げた。そこで、今回はカナダ民間放送連盟（CAB）の倫理基準を訳出紹介する。目次は次の通りである。

- 第1条 一般番組編成
- 第2条 人権
- 第3条 性役割ステレオタイプ
- 第4条 子ども番組
- 第5条 ニュース
- 第6条 十分かつ公平で適切な提示
- 第7条 議論の多い社会的関心事
- 第8条 宗教番組
- 第9条 ラジオ放送
- 第10条 テレビ放送
- 第11条 視聴者への勧告
- 第12条 コンテストや宣伝
- 第13条 広告（一般的原則）
- 第14条 広告（詳細）
- 第15条 サブリミナル広告の禁止
- 第16条 地域活動
- 第17条 教育
- 第18条 就労者
- 補足 A 視聴者への注意

#### 背景

この倫理コードの目的は、放送局、放送ネットワークおよび専門サービス（以下「放送事業者」と総称）の所有者および経営者が、本国における不可欠なコミュニケーション・メディアとして、自らの第一の責務はカナダのラジオ聴取者およびテレビ視聴者に情報と

ニュースを伝えること、聴取者や視聴者の多様な嗜好に応じて様々な娯楽番組を提供すること、広告主やその代理店との取引において倫理的ビジネス基準が必要であること、などの認識を文書によって確認することにある。

広く認知されているように、放送事業者にとって最も価値ある資産は市民が示す敬意である。これは可能な限り高い基準の公共サービスと誠実性を堅持することによって獲得されるものであり、またそうすることによってのみ維持することが出来るものである。

電子形式の刊行物として知られる商業放送は、人びとのあらゆる関心事であるビジネス、政治、娯楽、情報、文化および教育などに関するサービスを営利目的で提供することに専念する競争の激しいビジネスである。

広告からの収益は非政府の放送を可能にし、ニュース、情報、教育、娯楽を含むすべての形態の番組をカナダ市民に提供することを可能にしている。各放送事業者はその放送局、ネットワークあるいはサービスの番組編成に対して責任を負っている。この責任の遂行は、広告主、生放送や録画放送のプロデューサー、広告代理店およびタレント事務所など、番組の制作に携わるすべての人びとが影響力を発揮して分担しあうことで初めて可能になる。

#### 第1条 一般番組編成

放送事業者は、人びとの嗜好が多様であるという認識に基づき、（その傘下にある）放送局、ネットワークおよびサービスができるだけ多種多様な番組を編成するようにして、そ

これらの番組から聴取者および視聴者の誰もが自分の好みと希望に沿った番組を選択し享受できるようにする責任を負っている。

## 第2条 人権

放送事業者は、すべての人はその存在を充分かつ平等に認知され、基本的人権と自由を享受する権利を持つことを認識し、番組編成において人種、国籍または民族的出自、肌の色、宗教、年齢、性別、性的志向、婚姻歴、あるいは身体的・精神的障害などに基づく不正かつ不当な差別的な内容やコメントを含まないことを保証しなければならない。

## 第3条 性役割ステレオタイプ

放送事業者は、ステレオタイプ化されたイメージが否定的な効果をもつことを認識し、番組の中でステレオタイプを使用せず、両性の知性および感情における平等を反映することによって、性役割ステレオタイプにかかわる諸問題に対して、可能な限り十分に強く意識した感応力(センシティブィティ)を示す責任がある。放送事業者はこの分野におけるより詳細な条項に関して「テレビ・ラジオ番組のための性役割表現コード」を参照すること。

## 第4条 子ども番組

(1) 子どもを対象として制作された番組は感受性の強い心に訴え、社会的態度や性向に影響を及ぼすという認識に基づき、放送事業者は放送素材の選択、登場人物の性格描写や筋立ての調整において、できるだけ厳密に監督する責任がある。

(2) このことは、子どもの想像力や冒険好みの性向に共通する活力やバイタリティの排除を意味するのではない。子ども番組は健全な社会概念に基づき、レベルの高い技法を用いて提供されるべきであり、現代のカナダ社会のモラルと倫理的基準を反映し、向社会的(社会に働きかける)態度や行動を奨励するもの

でなければならない。放送事業者は、親たちが豊富な放送番組の中から子どもに最適なものを選び、それに子どもの注意を向けさせるよう奨励しなければならない。

(3) 子ども番組における暴力の提示に関連する特別規定については、放送事業者は「テレビ番組における暴力に関する自主コード」を参照するものとする。

## 第5条 ニュース

(1) ニュースが正確かつ偏向なく報道されるようにするのは放送事業者の責任である。このような報道を保証するには、ニュースを獲得するための準備を周到なものにしなければならない。またニュース報道は論説ではないことを明確にしなければならない。

(2) ニュースの選択は、議論の多い社会的関心事について、それがいかなる問題であれ、一方の側だけを助長したり妨害したりする目的で行ってはならない。また、経営者、編集者または番組の準備や放送に携わる人びとの信条や見解、要望に基づいてニュースを選別することがあってはならない。民主主義におけるニュース報道の基本的な目的は、人びとが自分自身の結論を導き出せるように、何が起きているかを知り、それを理解できるようにすることにある。

(3) このことは、放送事業者がニュースを分析したり解明したりすることを禁じるものではない。ただし分析やコメントはそのように明示され、一般のニュース報道とは明確に区別されなければならない。放送事業者は、編集上の見解を提供する権利を持つが、これもそのように明示され、一般のニュース報道や分析とは完全に区別されなければならない。

(4) 放送ジャーナリズム一般についての詳細は「カナダにおけるラジオおよびテレビのニュース制作者の倫理コード」(“RTNDA”)を、

またテレビのニュースや報道番組での暴力の提示、デリケートな題材のグラフィックな報道、性的にきわどい用語の使い方についての手引きとしては「テレビ番組における暴力に関する自主コード」を、参照しなければならない。

#### **第6条 十分かつ公平で適切な提示**

一般に認識されているように、ニュース、見解、コメント、解説の十分かつ公平で適切な提示は、放送事業者にとって第一の基本的責任である。この原則はすべてのテレビ・ラジオ番組に関わって、それがニュースであれ報道番組であれ、あるいはワイドショー、トークショー、電話による視聴者参加、インタビューであれ、あるいは他の放送形態であれ、適用されなければならない。それらの番組では、放送事業者側の人物や番組ゲスト、あるいは電話で参加する視聴者がニュースへの見解、コメント、解説などを述べる可能性があるが、そうした可能性にかかわらず、この原則が適用されなければならない。

#### **第7条 議論の多い社会的関心事**

民主主義においては社会的関心事のすべての側面を公開する必要があるという認識に基づき、論争的性格を持つすべての問題を公平に扱うことは放送事業者の責任である。バランスのとれた番組編成のすべての要素を考慮し、かつ提起された問題が公共の利益にかかわる度合いに応じて、放送時間を割り当てなければならない。放送事業者は、健全な議論が民主的制度の維持にとって本質であることを認識し、公共の利益の要素をもつ議論に関するニュースや見解の報道を促進するよう努力しなければならない。

#### **第8条 宗教番組**

放送事業者は、コミュニティに対して、宗教的メッセージを提示するための適切な機会

を提供するよう、努力しなければならない。またコミュニティにおける宗教活動を促進するために、あらゆる手法でサポートする努力をしなければならない。宗教放送の目的は、精神的な調和を促進し、人間愛を理解し、コミュニティの多様な宗教的ニーズに広く貢献することであるという認識に基づき、あらゆる教義、あらゆる人種に属する人びとと同時に届けられる宗教放送が、一定の人種や宗教に対する攻撃として利用されないようにすることは、放送事業者の責任である。

#### **第9条 ラジオ放送**

地域ラジオ局の番組放送は、ラジオが地域的なメディアであり、それ故に地域コミュニティの基準を反映していることを認識し、一般に知られておりその市場で聴取可能な番組内容へのアクセスや、その局の聴取者の人口統計学的構成、および番組の様式などを考慮しなければならない。このような文脈においては、ラジオ放送事業者は、以下の要素が番組に含まれていないよう確認し、特に注意を払わなければならない。すなわち、(a)あらゆる形態での根拠のない暴力、または暴力の是認、奨励、美化、(b)不当に露骨な性表現および/または(c)不当に粗野で攻撃的な言葉、である。

#### **第10条 テレビ放送**

編成

(a)成人視聴者向けの性的にきわどい素材、粗野な、または攻撃的な言葉を含む番組は、午後9時から早朝6時までの深夜時間帯前に放送されてはならない。放送事業者は暴力的表現を含む番組の放送時間については「テレビ番組における暴力に関する自主コード」を参照しなければならない。

(b)放送事業者は、午後9時以降にテレビを見ている年長の子どものいることを認識し、

下記の第 11 条（視聴者への勧告）を遵守し、視聴者が自分たちおよびその家族にとって適切な番組であるかどうかを判断できるような情報を提供しなければならない。

(c) 深夜視聴時間の前に放送される輸入番組に対して CRTC 認可の代替権限を持つ放送事業者は、遠距離の海外シグナルにはないカナダの番組分類法と視聴者への勧告を視聴者に提供するために、第 10 条(a)にかかわらず代替番組を用いてもよい。

(d) 第 10 条(c)により、午後 9 時以前に放送される成人視聴者向け番組の内容に関する視聴者への勧告においては、放送事業者は特に注意を払わなければならない。(注:時差に対処するため、またカナダの遠距離の放送シグナル受信に対処するため、これらのガイドラインはシグナルの発信源のタイムゾーンを適応されなければならない)

(e) 成人視聴者向けの性的にきわどい素材、粗野な、または攻撃的な言葉を含む広報番組は、午後 9 時以前に放送してはならない。

(f) 劇場用の長編映画のような成人視聴者向けの性的にきわどい素材、粗野な、または攻撃的な言葉を含む広告は、午後 9 時以前に放送してはならない。

### 第 11 条 視聴者への勧告

成人向け内容や、ヌード、性的にきわどい素材、粗野な、または攻撃的な言葉、あるいは視聴者の感情を害しやすい内容を含む番組については、消費者の視聴選択を援助するために、放送事業者は次のように視聴者への勧告を提供しなければならない。

(a) 成人向けの以上の内容を含む深夜番組においては、最初の 1 時間は、すべての CM タイムの前後に挿入、(b) 子どもには適切でない内容を含む深夜放送以外の番組のすべてのコマーシャルタイムの前後に挿入。

視聴者への勧告で用いる文言については、補足 A で概説してある。ここに提案されている文案をそのまま使うこともできるが、放送事業者は該当する番組の視聴者に対して、もっとも妥当性があり有用な情報を提供する文案を採用するとよい。

### 第 12 条 コンテストと宣伝

生放送におけるコンテストや宣伝はすべて公平かつ合法的に制作され、それらが誤解を招くものでないこと、危険がないこと、一般の人々に迷惑や混乱をもたらす恐れがないこと、また懸賞や約束事項などは放送されたとおりに実行されること、などに特に注意しなければならない。

### 第 13 条 広告（一般原則）

(a) スポンサーが聴取者や視聴者に提供するサービスは、そのコミュニティの中で商品やサービスが入手可能であることを知らせ、これらの商品やサービスが家庭の親密な領域に立ち入るという認識に基づき、放送事業者とその営業担当者は、広告主や代理店とともに、広告を伝える技法を向上させ、広告がシンプルで、誠実で、かつ信頼性を持つもので、現行のコミュニティが持つ許容基準に反することがないようにしなければならない。

(b) 広告は、適切な販売メッセージを用いるだけでなく、良質の番組を提供することによって提供主に対する人びとの好意的な反応を引き出し、その効果を最大のものにすることができる。前述した内容に関する留意事項は、商品やサービスの利用や価値、あるいは魅力をドラマ化することを妨げるものではない。適切な法規により人びとは医薬品、専売薬品、食品の間違ったあるいは誇張された表現から守られている。しかし、このような製品の広告主や代理店と取引する放送事業者とその営業担当者は、それらの製品の利用や価値が攻

撃的ではない言葉で表現されることを保証する責任を持つ。競合他社や他の業界、事業と対照させて放送される広告のアピールやコメントは、人びとの信頼を損ねやすいという認識に基づき、放送事業者はそのような広告のアピールやコメントを、権限が許す限り放送しないようにする責任がある。

(c) 暴力シーンが含まれる広告や広報を扱う規則については、放送事業者は「テレビ番組における暴力に関する自主コード」を参照しなければならない。また、カナダ広告基準によって管理されている「カナダ広告基準コード」、「ジェンダー表現ガイドライン」、「子ども向け広告に関する放送コード」、「アルコール飲料の放送広告コード」を遵守しなければならない。いずれのコードやガイドラインも、CAB による時々の改定と承認の対象となるものである。

#### **第 14 条 広告（詳細）**

(a) 放送事業者は、放送する広告に対して責任を負うことを認識しなければならない。すべてのコマーシャルはそれに適用される法律と規則に則していなければならない。

(b) 放送事業者はニュース報道における広告がそれに隣接するニュース情報と明確に区別できることを保証しなければならない。このためには、ニュースを伝えるアナウンサーが番組中に、いかなる場合であれ、CM を読むことがあってはならない。

(c) 放送事業者は、ニュースや報道番組においては、正確、公平かつ客観的であり、公正と誠実が報道を貫く至上の留意事項であることを確認し、広告による影響、またはそのような痕跡がないことを保証しなければならない。

#### **第 15 条 サブリミナル技法の禁止**

放送事業者はサブリミナル効果の技法や装

置を用いたすべての広告および番組の放送を回避するため、あらゆる適切な手段を尽くさなければならない。サブリミナル技法とは、瞬間的な画像や音声やその他の手段によって、そのような技法の使用やメッセージ自体に気づかせずに、メッセージを伝達する、または伝達しようとする技法や装置を意味する。

#### **第 16 条 コミュニティ活動**

放送事業者はできる限り自らが属するそれぞれのコミュニティの関心に応え、やりがいのあるコミュニティ活動をみつけ、それに積極的に参加する責任がある。

#### **第 17 条 教育**

放送事業者は、すべての番組にはその性質上何らかの教育的な価値があることを認識し、できる限り有用かつ楽しい方法で、一定の教育的努力をすることに力を注ぐ。この目的のために放送事業者は、教育と文化にかかわる学校、高等教育機関、家庭、その他の社会的制度の教育的文化的影響力を増大するために、継続的に放送時間と放送設備を活用し、適切な教育組織と協力していく。実践出来る時には、そのような機会を活用し、どんな適切な教材が使用出来るか、どのような方法で提供するのが最適であるかを、それらの組織と相談しなければならない。実践出来る場合は、放送事業者、広告主またその代理店は、人びとを啓発するための事実に基づく教材を組み込んでいかななければならない。

#### **第 18 条 就労者**

(a) 各放送事業者は採用する部門の仕事に対し資質と適性があり最高の能力を持つ人材を確保するよう努力しなければならない。放送業界のサービスを魅力のある永続的職業とするために、あらゆる試みが行われなければならない。就労者はその生き方や個人的功績を通してコミュニティにおける局への信望に貢

献することを許されなければならない。各就労者は、適用可能な法律が提供する最小限の保障に加え、その時々各コミュニティにおいて一般的な基準に準じた適切な報酬と待遇を享受出来なければならない。この条項を持つ一般的な意味は、いかなる業界も多くの場合、惹きつけることの出来る就労者のタイプや、就労者が行動するときの態度、その生活の仕方や生き方および彼らが働いている業界の考え方によって評価されるという認識をもつことにある。放送事業者は就労者を価値ある資産として認識し、スタッフとの関係を維持し、関係をより良いものにしていくために最善を尽くす必要がある。

b) 雇用の平等の問題に関する規則と政策に関しては、放送事業者は「雇用平等法」、「1986年雇用平等規則」、「ジェンダー表現における1992年政策」(P. N. CRTC 1992-58, 1992/9/1 公布)、および「雇用平等政策の履行」(P. N. CRTC 1992-59, 1992/9/1 公布)を参照しなければならない。

#### 補足 A - 視聴者への勧告

放送事業者は視聴者への勧告に以下の序文をつけるものとする。

「カナダ放送基準評議会 (CBSC) の会員として、CXXX-TV はこの視聴者への勧告を提供します」「カナダ放送基準評議会 (CBSC) の会員として、CXXX-TV はこの勧告を提供し、視聴者の番組選択をサポートします」

以下は、性的にきわどい素材、粗野な、または攻撃的な言葉を含む成人視聴者向けの番組等に関する勧告の例である。これらの勧告は、放送事業者が「CAB 倫理コード」への義務を果たすのを援助するためのガイドであり、また視聴者が番組を選択するときに適切な情報を入手できるようにするためのものである。各放送事業者は、それぞれの市場にあ

った勧告を作成し、実施し、番組が適切な視聴者に向けて放送されることを徹底するよう奨励される。

「次の番組には粗野な言葉が使われるシーンがあり、年少の子どもには適していません」

「次の番組には成人視聴者向けの性的にきわどい内容が含まれています。視聴者の判断が必要です」「次の番組には性的にきわどい内容が含まれています。視聴者の判断が必要です」「次の番組には成人向けの暴力、粗野な言葉およびヌードシーンが含まれています。視聴者の判断が必要です」「次の番組は成人向けの内容を扱い、成人視聴者向けとなっています。視聴者の判断が必要です」「次の番組は成人向けの内容を扱い、ヌードや粗野な言葉を含みます。視聴者の判断が必要です」

(訳責 FCT)

— 『fctGAZETTE』 No. 82 (2004年3月) 掲載 —