

BPO

- 放送における言論・表現の自由を確保しつつ、視聴者の基本的人権を擁護するため、放送への苦情や放送倫理の問題に対応する、第三者の機関です。
主に、視聴者などから問題があると指摘された番組・放送を検証して、放送界全体、あるいは特定の局に意見や見解を伝え、一般にも公表し、放送界の自律と放送の質の向上を促します。
- ※BPOはNHKと民放連によって設置された第三者機関です。

放送人権委員会

放送人権委員会 (正式名称：放送と人権等権利に関する委員会)とは [委員会説明](#)

「放送によって名誉、プライバシーなどの人権侵害を受けた」という申立てを受けて審理し、「人権侵害があったかどうか」、「放送倫理上の問題があったかどうか」を判断します。

放送による人権侵害の被害を救済するための委員会です。

※申立ては無料です。第三者の立場から、迅速、公正に審理します。

放送人権委員会の皆さん

計10名 (2019年11月現在)

委員長	委員長代行	委員(以下、五十音順)		
 奥 武則 おくとけのり ジャーナリズム 史研究者	 市川 正司 いちかわまさし 弁護士	 曽我部 真裕 そがべまさひろ 京都大学大学院 法学研究科教授	 紙谷 雅子 かみやまさこ 学習院大学 法学部教授	 城戸 真亜子 きどまあと 洋画家

(引用元 BPOホームページ)

放送倫理委員会

放送倫理検証委員会とは

委員会説明

問題があると指摘された番組について、取材・制作のあり方や番組内容について調査。放送倫理上の問題の有無を、審議・審理し、その結果を公表します。

※「放送倫理上問題がある」と指摘された番組は審議、「内容の一部に虚偽がある」と指摘された番組は「審理」

放送界の自浄機能を確立し、視聴者に信頼される放送を維持すると共に、表現の自由を守ることを目的とします。

放送倫理を高め、放送番組の質を向上させる。

放送倫理検証委員会の皆さん

計10名（2019年9月現在）

委員長	委員長代行	委員(以下、五十音順)	委員(以下、五十音順)	委員(以下、五十音順)
 神田 安積 かんだあさか 弁護士	 鈴木 嘉一 すずきよしかず 放送評論家・ ジャーナリスト	 升味 佐江子 ますみさえこ 弁護士	 岸本 葉子 きしもとようこ エッセイスト	 高田 昌幸 たかだまさゆき 東京都立大学 メディア情報学部 教授 (新委員)

青少年委員会

青少年委員会(正式名称：放送と青少年に関する委員会)とは

委員会説明

青少年が視聴するには問題がある、あるいは、青少年の出演者の扱いが不適切などと視聴者意見などで指摘された番組について審議を行い「見解」を公表したり、制作者との意見交換を行います。また、放送と青少年の関わりを研究、調査しています。

青少年にとっての放送番組の向上を目指すのが狙い

青少年委員会の皆さん

計7名（2019年4月現在）

委員長	副委員長	委員(以下、五十音順)	委員(以下、五十音順)	委員(以下、五十音順)
 榊原 洋一 さかきはらよういち お茶の水女子大 学名誉教授、 小児科医	 緑川 由香 みどりかわゆか 弁護士	 稲増 龍夫 いなますりつお 法政大学 社会学部 教授	 大平 健 おおひらけん 精神科医	 菅原 ますみ すがわらますみ お茶の水 女子大学 教授

 中橋 健 なかはしけん 武蔵大学 社会学部教授	 吉永みち子 よしながみちこ ノンフィクシ ョンライター
---	--

委員(以下、五十音順)

デジタル消費者保護組織(DCPO)

- 日本消費者機構があるがデジタルのはない
- デジタル商品のだましの手口 対処法
- デジタルに詳しくない人向けの啓蒙
- スマホの事はスマホで解決

FIIについて

“

新型コロナにビタミンDが効く
—ツイッターで拡散

”

バズフィードによる取材情報

国立健康・栄養研究所によれば「現時点ではそのような効果は確認されていません。手洗いなど、正しい予防を心掛けましょう」とTwitter上で注意喚起している。【2月26日時点の情報】

☑ 「新型コロナにビタミンDが効く」 拡大解釈に国立健康・栄養研究所が警鐘 (BuzzFeed Japan 2020.2.26)

“

コロナウイルスは熱に弱く、26~27度のお湯を飲むと殺菌効果がある
—SNSで複数投稿

”

ハフポストによる取材情報

(医療ガバナンス研究所の上昌広理事長によると) 摂氏26度や27度でウイルスが死滅するのならば、人間の体温は36度付近なので体内に入った時点で死滅することになる。根拠のない話。

デジタル対応

- ①twitterを使い危険性だけでなく、「サブスク楽しむ機会が増えました。ただし、解約出来なくて困ることも、トラブルの際にはこのような救済策があります」のような論調で、デジタル消費を楽しむ→トラブルの例→救済策、このようなツイートをするのが良いでしょう。
-
- ②noteという若い人に人気のブログサービスがあります。上記と同じ流れで、コンテンツを書きそれをtwitterで拡散する。
-
- ③YouTubeでユーチューバーを使って救済策があることを啓蒙すると若い人に広がります。対象が若い人ならYouTubeがダントツです。
- 現状のメディア(LINE HPなど)の活発な発信。
- これらの施策を複合的に設計すると国民の隅々まで届けることができます。

農林水産省PR動画

- <https://youtu.be/Mlky1vJI0EY>