

# FCC의 사업자규제와 소비자 참여에 관한 가이드라인 분석

김 보 민\*

2008년 7월, FCC는 방송사업자들과 소비자(대중)들이 알아야 할 방송규칙을 “대중과 방송(The Public and Broadcasting)”이라는 보고서로 발간하였다. 이 보고서는 FCC가 수립하고 있는 방송 규정들에 대해 방송사업자와 소비자 모두가 알 수 있도록 하나로 묶은 자료로서 소비자들이 쉽게 접근 할 수 있는 통로를 제공하고 있다.

본고는 미국 FCC 방송규제의 기본적인 현황과 소비자(대중)들이 참여할 수 있는 방법이 어떠한 지 알아보기 위해 FCC의 “대중과 방송(The Public and Broadcasting)”의 주요내용을 알기 쉽게 요약 분석하여 설명하고자 한다.

**목 차**

- I. 서 론 / 29
- II. FCC의 사업자규제 / 31
  - 1. FCC 규제권한 / 31
  - 2. TV와 라디오 방송국들의 인가 / 33
  - 3. 내용규제: 방송프로그램 편성 / 36
  - 4. 광고규제: 비즈니스 관행과 광고 / 46
- III. 소비자가 참여할 수 있는 방법 / 51
  - 1. FCC와 방송사업자의 정보공개 요건 및 의무사항 / 51
  - 2. 일반대중이 참여할 수 있는 방법 / 52
- IV. 결 론 / 54

## I. 서 론

2009년 4월 28일 미대법원은 FCC가 지난 2002년과 2003년에 방송국 시상식에서 순간적인 욕설이 그대로 방송에 나간 것에 대해 방송사업자에게 벌금을 부과한 것이 타당하다고 판결했다.<sup>1)</sup> 이번 판결의 의미는 소비자의 불만접수가

\* 정보통신정책연구원 동향분석실 연구원, (02)570-4106, kbm99@kisd.re.kr

1) 연합뉴스(2009. 4. 29).

FCC 규제 정책과정에 적극적으로 반영된 사례라는 점에 있다. 이를 통하여 지난 5년간 지속되었던 본 판결의 해당 결과는 이후 FCC가 사업자규제를 강화하는 계기가 될 것으로 예상된다.<sup>2)</sup>

FCC는 1934년에 통신법(Communication Act Of 1934)<sup>3)</sup>이 제정한 “공공의 이익, 편의와 필요(public interest, convenience and necessity)”<sup>4)</sup>라는 관점에서 공중파를 이용하는 방송국이 지역사회에 기여하도록 요구하고 있다. 기본적인 정책기조는 소비자(일반대중)<sup>5)</sup>가 각 지역 방송국(사업자)으로부터 가장 많은 서비스를 받기 위한 권리를 보장하는 것에 있다. 이에 2008년 7월, FCC는 방송사업자들과 소비자(대중)들이 알아야 할 방송규칙을 “대중과 방송(The Public and Broadcasting)”(이후 ‘동자료’)이라는 보고서로 발간하였다. 동 자료에는 현재 미국 각 주의 지역방송국들이 FCC의 규칙들을 잘 준수할 수 있도록 기술하고 있으며 이러한 과정속에 소비자(일반대중)들이 관여할 수 있는 방법이 무엇인지에 대한 기본적인 FCC 규제정책이 잘 나타나 있다. 동 자료의 특징은 FCC가 수립하고 있는 규정들에 대해 방송사업자와 소비자 모두가 알 수 있도록 하나로 묶은 자료로서 소비자들이 쉽게 접근 할 수 있는 통로를 제공하고 있다. 즉, FCC에서 발간하는 일종의 종합적인 공익방송규제 가이드라인이다.<sup>6)</sup>

본고는 크게 ‘사업자 규제’와 ‘소비자(일반대중)참여 방법’으로 볼 수 있는데, 분석의 기초가 되는 2장에서는 FCC의 사업자 규제에 대한 방송국 인허가와 내용규제 및

2) 그동안의 FCC는 시청자에게 불쾌할만한 음란여부가 심하게 결정될 경우에만 벌금을 부과하거나 제재조치를 취했으나 지난 몇 년동안 ‘생방송 도중 욕설’이나 ‘옷을 벗기는 사건’ 등에 대해 벌금을 부과하였다. 이에 반발한 방송사업자들은 소송을 걸었으나 법원은 무료로 사용하는 공공의 자원은 국민을 위한 의무가 있다고 판명하여 FCC에 지지를 표명한 사건이다.

3) “인종, 피부색, 국적 또는 성별에 기초한 차별없이 전국적, 전세계적인 무선이나 유선 통신 서비스를 미국의 모든 국민들이 이용할 수 있도록 하기 위한 것(이와 관련하여 “무선(radio)”이란 단어는 라디오와 텔레비전을 모두 포괄한다).”

4) 초기의 개념인 경제적 차원이나 기술의 인프라 능력에서 오늘날의 프로그램의 다양성, 형평성, 접근권 등 정치, 사회, 문화적 함의를 갖는 넓은 의미의 공익 개념이라고 할 수 있다(Napoli, 2001).

5) 본고에서는 ‘소비자’, ‘대중’, ‘일반대중’을 같은 의미로 해석하며 본고에 자주 등장한다.

6) 이 보고서의 특징은 방송규칙과 정책들의 종합적이거나 또는 구체적인 설명서로 의도된 것이 아니라 원칙대로 따라야 할 기본서이며 이 보고서를 바탕으로 각 주제에 대한 최신정보를 주기적으로 FCC 웹사이트(www.fcc.gov/mb/audio/decdoc/publicbroadcastinghtm)에 업데이트하고 있다.

광고규제에 대해 살펴보면, 3장에서는 소비자(일반대중)이 참여할 수 있는 방법에 대해 알아볼 것이다.

이러한 점에서 본고는 동 자료의 주요내용을 요약·분석하여 FCC 방송규제의 기본적인 현황과 소비자(대중)가 참여할 수 있는 방법이 어떠한지 알기 쉽게 설명하고자 한다.

## II. FCC의 사업자규제

### 1. FCC 규제권한(The FCC Regulatory Authority)

FCC처럼 방송통신정책과 규제 기능을 포괄하는 정부조직이 아닌 독립기구를 둔 나라는 미국이 최초이다. FCC는 방송과 통신 관련 정책을 수립하고 방송사업자 인허가 업무와 주파수를 관리하는 기관이다. 또한 시행규칙을 제정하는 준입법권과 사업자 간 분쟁을 조정하는 준사법권도 갖는다. 따라서 FCC의 결정 사항은 1심 법원과 같은 효력을 지닌다.

FCC에는 5명의 상임위원들이 있으며 그들은 대통령에 의해 임명되고 상원에 의해 인준된다. 위원들 하부에는 다수의 관(Office)과 국(Bureau)이 있다. 그중 하나는 미디어국(Media Bureau)이며, 이 미디어국은 라디오와 텔레비전 방송국들을 포함해서 미디어를 관장하는 규칙들을 개발하고, 권장하고 관리하는 것에 대해서 일상적인 책임을 진다.

〈표 1〉 FCC(연방통신위원회)의 주요업무와 권한범위

FCC(연방통신위원회)	
소속	독립기구
기능	통신법 위주 규제
위원회 구성	상임위원: 5명 대통령 상원의 인준을 얻어 임명(1명)-위원장 1명 상임위원 추천(4명)-동일정당 소속위원은 3인으로 제한 *위원들이 직접 책임지는 독립제적 성격이 강함(임기 5년)

FCC(연방통신위원회)	
조직	10관 7국
소관 업무	통신·방송 차원의 연방규제를 담당 - 합리적인 요금 서비스-방송 프로그램 규제 - 방송국 사업자 인·허가와 갱신 및 승인 각 업체간 분쟁 조정 - 통신·방송에 관한 준입법적·준사법적 권한 - 주파수 관리와 브로드밴드 촉진 사업
기본규제	- 통신법에 의한 최소한의 규제로 그 역할이 제한적임 - 소비자(일반대중)를 위한 정책 수립 - 최근 방송프로그램 내용에 관한 규제강화가 이루어지고 있음
최근 미디어 규제 추진방향 <sup>7)</sup>	- 디지털 TV전환을 전략 - 디지털서비스를 위한 미디어 규제를 개발할 예정 - 미디어 규제를 지금보다 강화할 예정 - 소비자를 위한 정책 강화(기술개발과 전문가 확보 등)

전체적인 FCC의 행정사항은 규칙제정(rule making)을 통하여 이루어지는데, FCC 규칙들은 대부분 일반대중으로부터 코멘트를 통해 채택하거나 수정하는 과정을 거치게 된다. 구체적으로 홈페이지에 있는 규칙제정의 고지서(Notice of Proposed Rule Making)<sup>8)</sup>에 FCC가 제안하고 있는 새로운 규칙이나 규칙변경을 설명하고 그것들에 대한 소비자들의 의견이나 코멘트들을 접수한다. 이러한 논의들을 고려한 후에 FCC는 다음과 같은 네 가지 방안 중 한 가지를 채택하게 된다.

- ① 제안된 규칙들의 일부 또는 전부를 채택하는 것  
(adopt some or all of the proposed rules)
- ② 제안된 규칙들의 일부 또는 전부의 수정된 안(버전)을 채택하는 것  
(adopt a modified version of some or all of the proposed rules)
- ③ 그 제안들에 관한 추가 논제들에 대한 대중의 코멘트를 요청하는 것  
(ask for public comment on additional issues relating to the proposals)

7) 출처: FCC(Strategic Plan 2009~2014).

8) [http://www.fcc.gov/Daily\\_Releases/Daily\\_Digest/](http://www.fcc.gov/Daily_Releases/Daily_Digest/)에 연도별로 기재되어 있음.

④ 전혀 어떠한 규칙도 채택하지 않고 규칙제정 진행을 끝내는 것

(end the rulemaking proceeding without adopting any rules at all).

이렇게 채택된 방안을 기준으로 FCC의 방송규칙의 경우 해당 방송사업자에게 규제지침을 내리게 되는데 각 지역의 방송사업자들은 이러한 규칙들을 잘 준수하고 있고 일반대중을 위한 서비스를 어떻게 이행하는지에 관한 증명을 매 분기별보고서<sup>9)</sup>를 통해 일반대중에게 제공해야 하는 의무가 있다. 이처럼 FCC는 방송국사업자(station licensee)들에게 “공공의 이익, 편의와 필요”를 인식하고 방송국을 운영해야 한다고 규정하고 있다.

## 2. TV와 라디오 방송국들의 인가(The Licensing Of TV And Radio Stations)

FCC의 방송 규칙들은 Title 47 of the Code of Federal Regulations(CFR),<sup>10)</sup> Parts 73(방송)과 74(저출력 TV와 자동중계기 방송국을 포함한 보조 방송)에 규정되어 있다. 이 규정에 따라 FCC는 여러 지역사회에서의 방송국과 통신사용자의 전파간섭을 방해 받지 않는 선에서 새로운 방송국들을 인가한다. 즉, 방송국 사업자 인·허가와 갱신 및 승인 혹은 방송국 매각에 대한 허용이 공익에 이바지할 것인지를 판단하여 승인여부를 결정한다.<sup>11)</sup>

FCC는 FM라디오와 TV 방송국들을 상업(민간) 혹은 비상업 교육 방송국(“NCE”)으로 나누어 인가해 주는데, 모든 AM 라디오 방송국들은 상업(민간) 시설들로 인가

9) 미국의 공중파(public airwave)를 비롯한 각 방송국 사업자는 공공의 이익, 편의와 필요에 따라 사업자가 뉴스, 공적 사건들, 정치 및 다른 프로그램에서 유의하다고 간주하는 지역 사항들을 특별하게 다루는 보고서를 웹사이트에 제공하도록 하고 있다.

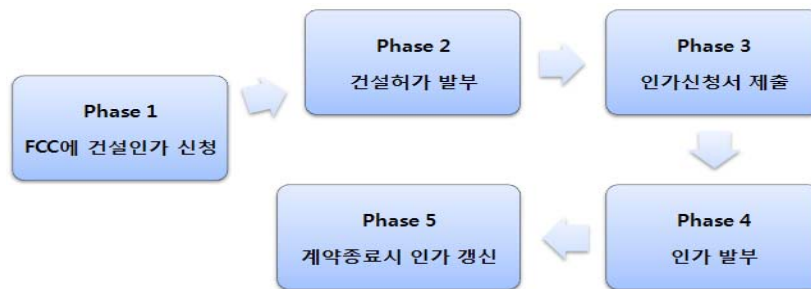
10) 미연방규칙29장(CFR 47(연방법규집))에 나와있는 조항으로 FCC의 규칙 및 규정 타이틀 Part 0~100까지 나와 있다([http://wireless.fcc.gov/index.htm?job=rules\\_and\\_regulation](http://wireless.fcc.gov/index.htm?job=rules_and_regulation)).

11) 미국의 방송통신법(The Communications Act)은 FCC가 방송국들간에 전파간섭을 예방하고 본 법률의 규정을 수행하기 위해서 필요하다고 간주할 수도 있는 법률과 일치하는 규정을 만들도록 권한을 부여한다. 즉, FCC가 각 지역의 방송 인가(認可)결정들이 공공이익, 편의와 필요에 부합하는지에 대한 결정에 기초하도록 지시하는 것이다.

받는다. 상업방송국들은 일반적으로 광고판매를 통해서 운영된다. 그와 대조적으로 NCE 방송국들은 일반적으로 청취자들과 시청자들로부터 받은 분담액으로 그들의 운영비를 충족시키고 정부금융을 받을 수도 있다. 그 이외에 NCE 방송국들은 비영리 단체들로부터의 분담액을 받을 수도 있으며, 방송중에 기부자를 언급하는 방식으로 기부금을 모금할 수도 있다.

새로운 방송국들을 운영하기 위한 신청과정<sup>12)</sup>을 간단히 살펴보면 FCC에 건설허가 신청, 건설허가 발부, 인가신청, 인가발부, 기간종료시 갱신 등의 절차를 거친다.

[그림 1] 방송국 설립 신청과정



설립단계별 구체적인 세부사항을 살펴보면 우선 사업자는 FCC에 방송국 건설허가를 신청해야 한다. 신청자는 그 신청서에 특정되어 있는 대로 방송국을 건설 및 운영할 자격이 있다는 것과 그 제안된 시설이 여타의 방송국에 전파간섭을 야기하지 않을 것임을 명시해야 한다. 일단 그 신청이 허용되면 신청자는 건설 허가를 발부받으며, 보통 3년 내에 방송국을 건립하는 것을 승인받는다. (이제 “피(被)허가자”로 간주되는) 신청자가 방송국을 건립한 후에 신청자는 다시 인가신청서를 제출해야 하는데 이 신청서속에 신청자는 자신이 그 건설허가중에 특정된 기술적 및 다른 조건에 일치하는 방송국을 건설했음을 증명해야 한다. FCC는 (이제는 “피인가자 또는 사업자(licensee)”로 간주되는) 피(被)허가자에게 운용할 새로운 인가를 발부하는데 이 인가서는 새로

12) Applications to Build New Stations; Length of the License Period

운 사업자(피인가자)에게 특정기간동안, 방송국을 운영할 권한을 준다. 이 기간의 종료시에 피인가자(방송국사업자)는 그 방송국의 인가를 갱신해야 한다.

FCC는 방송국의 인가를 갱신하기 전에 인가기간 동안에 피인가자(사업자)가 공공이익에 이바지했는지(통신법이나 또는 FCC의 규칙에 중대한 위반을 저지르지 않았는지) 그리고 다른 위반들이 있는지 등을 종합적으로 평가한다. 이 평가과정에서 방송국 사업자(피인가자)는 갱신(更新)신청서를 제출해야 하는데 그 작성 요건에 해당되는 조건은 다음 열 한 가지이다.

- ① 방송국사업자가 FCC에게 주기적으로 제출해야 하는 보고 의무 준수 여부
- ② 방송국사업자가 대중들이 신청한 자료가 불리하게 해결되었거나 또는 미(未)해결로 남겨졌거나 하는 것에 대해 관심을 가진 적이 없었는지의 여부
- ③ 방송국사업자의 소유구조가 통신법 등에서 규정하는 외국인 소유규정에 적절한지에 대한 여부
- ④ 중범죄, 매스미디어 관련 반독점 또는 불공정 경쟁법 등으로 인한 민사 또는 형사 소송이 있었거나 불리한 사실인정이 있었는지 여부
- ⑤ 현재 인가기간 동안에 통신법이나 FCC의 규칙에 위반 판정이 없었는지의 여부
- ⑥ 방송국사업자가 마약법 위반으로 인해 연방혜택(federal benefits)들을 받지 못했는지의 여부
- ⑦ 방송국사업자의 방송국 운영이 FCC의 라디오주파수("RF") 방사성노출표준들을 준수하는지의 여부
- ⑧ 방송국사업자가 자신의 공공검열파일자료들을 적시에 비치하고 유지했는지의 여부
- ⑨ 방송국사업자가 이전의 인가기간 동안에 연속 12개월 이상 방송국 운영을 중단하지 않았으며 현재 방송하고 있는지의 여부
- ⑩ 방송국사업자(licensee)가 FCC 양식 396, 즉 방송 평등고용기회프로그램보고서를 제출했는지의 여부
- ⑪ 방송국사업자가 아동프로그램시간에 방영되는 광고물의 기준을 준수하고, 이에 대한 보고서(FCC Form 398)를 제출했는지의 여부

### 3. 내용규제: 방송프로그램 편성(Broadcast Programming)

#### (1) 기본정책과 과제(Basic Law and Policy)

통신법의 제 325조뿐만 아니라 미(美)수정헌법 제 1조는 FCC가 방송자료를 검열하고 방송에서 표현의 자유를 방해하는 것을 금지한다. 미(美)헌법의 ‘언론 자유의 보호’는 소수를 위한 방송편성도 포함한다. 그래서 FCC는 어느 특정한 기준을 가지고 방송내용을 간섭할 수 없다.<sup>13)</sup> 또한 몇 가지 경우에 대해서 방송사업자는 프로그램에 대해 FCC의 규제를 거의 받지 않는데, 해당사항은 <표 2>에서 언급하고 있는 사업자의 프로그램 편성에 대한 자유보장, 비판 혹은 조소하는 프로그램 내용보호, 프로그램 선별의 방송여부 보장 등이다.

<표 2> FCC의 규제를 거의 받지 않는 프로그램 정책

정책종류	정책별 주요내용	공동내용
1. 사업자의 프로그램 편성에 대한 자유 보장	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 방송사업자들의 관점에 따라 프로그램의 성격과 방송 결정권을 보장(FCC가 편성의 질에 관한 조언 정도는 할 수 있음)</li> <li>- 지역, 정치, 문화, 오락, 행사 등 선정한 것에 사업자 스스로의 책임권을 부여함</li> <li>* 선거동안에 정치 후보자들 방송과 아동 프로그램 편성에 있는 광고 방송은 예외</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 기본 원칙은 미 수정헌법 제1조에 의해 권리를 보장받음</li> <li>* 그러나, 인신공격, 정치적 사실 등에 대한 특수한 프로그램편성이나 내용접근에 관한 결정여부가 FCC의 영향력에서 완전히 벗어날 수는 없음</li> </ul>
2. 비판 혹은 조소하는 프로그램 내용 보호	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일반적으로 대부분의 표현의 내용은 보호받음</li> <li>- 기성의 관습과 제도들을 비판하거나 조소하는 방송도 보호받음</li> <li>- 대다수가 혐오할 수 있는 것들도 자유로이 언급할 수 있음(소수의 방송편성 자유도 존중함)</li> <li>* 그러나, 일반대중이 FCC에 신고하면 그 판단유무에 따라 FCC가 사업자에게 직접 간섭할 수도 있다.</li> </ul>	
3. 프로그램 선별의 방송 여부 보장	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 통신법이 규정한 것 이외에 방송사업자가 정한 원칙이나 이념대로 방송선별 여부를 결정할 수 있음</li> </ul>	

13) 이점에서 FCC는 “견해의 자유로운 표현을 허용함으로써 공공이익에 가장 잘 이바지한다”고 언급했다.



구체적으로 살펴보면 첫째, 방송사업자(피인가자)의 자유재량(Licensee Discretion)이다. FCC가 어떤 프로그램을 방송할 수 있는지를 방송사업자들에게 지시할 수 없기 때문에 개별 라디오와 TV 방송국 사업자는 그 방송국이 무엇을 방송할지를 선정하고 그 지역사회에 가장 잘 이바지할 수 있는지를 결정할 수 있는 권한을 가진다. 방송사업자들은 지역 논제들, 공공사(public affairs), 종교, 스포츠 행사 그리고 다른 주제들에 관한 프로그램들뿐만 아니라 자신의 오락 프로그램을 선정하는 것에 직접적인 책임을 진다.

미(美)수정 헌법 제 1조와 통신법의 제326조에 비추어 볼 때 FCC는 방송사업자의 판단을 FCC만의 판단으로 대신할 수는 없으나, 예술적 표준, 형식, 문법 또는 그들의 프로그램 편성의 질에 관해서 방송국에게 조언할 수 있다. 방송사업자들은 선거기간 동안에 정치후보자들에게 대한 상업방송과 아동 프로그램 편성시간대에 방송되는 광고에 대한 제한을 제외하면 상업방송에 관한 비교적 넓은 자유재량을 가진다.

둘째, 개인, 집단과 기관들에 관한 비판, 조소와 유머(Criticism, Ridicule, and Humor Concerning Individuals, Groups, and Institutions)에 관한 사항이다. 언론의 자유에 대한 수정 헌법 제 1조는 사람들의 종교, 인종, 민족 배경, 성별, 또는 다른 특징들에 관해서 사람들을 정형화하거나 또는 달리 모욕할 수도 있는 프로그램 편성을 보호한다.<sup>14)</sup> 그러나 일반대중이 방송국의 프로그램 편성에 의해 모욕감을 느낀다면 FCC는 방송사업자에게 이러한 사실을 알려 경고조치할 수 있다.

마지막으로 프로그램 접근(Programming Access)이다. 통신법(공직후보자에 의한 방송국의 이용)이 규정하는 것 이외에 방송국사업자가 정한 원칙이나 이념대로 방송 선별 여부를 결정할 수 있기 때문에 자신의 방송국에 불이익이 되거나 비판이 될 만한 방송 프로그램은 굳이 공개할 의무는 없다.

14) 수정 헌법 제1조는 정보와 그 관료들을 포함해서 기성의 관습과 제도들을 비판하거나 조소하는 방송을 보호한다. 또한 대부분의 사람들이 관용적이나 적합한 것임을 발견할 수 있는 것뿐만 아니라 대다수가 혐오할 수도 있는 것들을 모든 사람들이 자유로이 언급할 수 있어야 한다는 것을 인정한다.

**(2) 특수한 종류의 프로그램 편성에 관한 법과 정책<sup>15)</sup>**

앞에서 언급했듯이 미국의 수정 헌법 제 1조와 통신법은 FCC가 뉴스 프로그램에 대한 선정을 할 수 없으며 함부로 특정 방송프로그램에 대한 방송을 금지하지 못하도록 규정하고 있다. 또한 방송국의 논평에 대해 간섭하지 못한다. 이러한 결정사항들은 전적으로 방송사업자의 책임인 것이다.

그럼에도 불구하고 FCC의 규제를 받는 네 가지 예외사항이 있다. 그것은 바로 방송저널리즘(Broadcast Journalism), 정치적 방송(Political Broadcasting), 불쾌한 프로그램 편성(Objectionable Programming), 다른 방송내용규제(Other Broadcast Content Regulation)이다.

1) 방송저널리즘

먼저, 방송저널리즘(Broadcast Journalism)에는 날조(hoax)와 뉴스 왜곡(news distortion)을 포함한다. 날조(hoax)의 경우, 방송국 사업자는 정보가 거짓임을 알 경우, 거짓정보를 바로 방송하는 것이 상당한 공공 해악을 야기하는 경우, 그리고 거짓 정보를 방송하는 것이 그러한 해악을 야기할 것이라는 것을 예견할 수 있었을 경우이다.<sup>16)</sup>

다음으로 뉴스 왜곡(News Distortion)이다.

FCC는 방송사업자나 또는 그 경영진이 뉴스 프로그램에 의도적인 왜곡에 개입되어 있거나 조작이나 왜곡의 문서화된 증거를 가지고 있다면 뉴스왜곡에 대해서 방송국을 조사할 수 있다. 중요한 것은 뉴스를 왜곡하도록 방송국경영진이 직원들에게 내린 지시에 대한 증거가 없으면 FCC는 개입할 수 없다.<sup>17)</sup>

15) Law and Policy on Specific Kinds Of Programming

16) 예를 들어, 범죄는 범죄자가 형사벌을 받도록 하는 행위이거나 부작위이고 그리고 “대참사(catastrophe)”는 일반대중에게 영향을 주는 폭력적이거나 또는 급작스런 사건들을 포함하는 임박한 재앙이다. 방송은 재산에 또는 일반대중의 보건이나 안전, 또는 자신들의 의무로부터 법집행 또는 다른 보건위생 및 안전 당국의 유용(流用)에 직접적이고 실제적인 손상을 야기해야 하며 공적 위해(공해)는 바로 시작되어야 한다. 방송국이 프로그램을 픽션으로 분명하게 특징짓는 방송에 앞서 포기(부인)성명서과 같은 합리적인 방법으로 공개되면 프로그램은 예견가능한 공해(公害)를 제기하지 않는 것으로 추정된다.

날조 규칙에 관한 추가정보는 <http://www.fcc.gov/cgb.consumerfacts/falsebroadcast.html>참조.

## 2) 정치적 방송

정치적 방송(Political Broadcasting)은 공직 후보자가 선거과정동안에 일반대중에게 연설하는 것은 매우 중요한 사항이므로, 이 기간동안 방송사들에게 특별한 의무를 부과하는데, 이에는 합리적 접근(Reasonable Access)과 기회균등(Equal Opportunities)이 있다.

합리적 접근(Reasonable Access)이란 연방정부차원의 선거가 있을 경우, 모든 후보자가 선거운동 기간 중에는 합리적인 수준에서 방송프로그램에 접근할 수 있어야 한다는 원칙이다. 또한 모든 후보자들은 선거캠페인을 위해 광고시간대를 구입할 수 있는 권리가 있다. 여기에 해당되는 광고시간 대는 텔레비전의 황금대시간(prime time)와 라디오 운전시간대(driving time)를 포함해서 방송국의 정규방송시간을 포함한다. 단, 예외가 되는 광고시간대는 일상적인 뉴스 프로그램이 방송되는 시간이며, 그 시간에는 방송사들이 연방후보자들에게 방송시간을 판매하지 않을 수 있다.<sup>17)</sup>

기회균등(Equal Opportunities)은 방송국이 공직(연방, 주, 또는 지방공직)에 대한 선거 후보자에게 방송시간을 제공할 때, 방송국은 그러한 공직에 대한 모든 후보자들에게 균등한 기회를 제공해야 한다는 원칙이다. 이 원칙은 다큐멘터리(후보자의 출연이 다큐멘터리가 보도하는 주제에 부수적으로 공개되는 경우)나 선의의 뉴스방송과 뉴스 사건의 현장 취재(토론, 정치집회와 관련된 부수적 활동들)프로그램이 해당된다.

## 3) 불쾌한 프로그램 편성

제한의 세번째는 불쾌한 프로그램 편성(Objectionable Programming)이다. 불쾌한 프로그램 편성에 해당되는 것은 즉각적인 불법행위(Imminent Lawless Action), 음란, 외설 또는 불경스런 프로그램 편성(Obscene, Indecent, or Profane Programming),

17) 뉴스 왜곡에 관한 추가정보에 대해서는 <http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/journalism.html> 참조(cf: FCC는 방송국들이 부정확하게 뉴스보도를 한다거나 부적당하게 기사들을 취재했거나 또는 그들이 취재하는 사건들을 지나치게 극대화했을 경우에는 개입할 수 없다).

18) 방송국들은 주선거와 지방선거들에서 시간을 판매할 것인지의 여부에 관한 재량을 가진다. 그밖에 방송국은 방송국의 최혜 상업방송 광고주에게 부과된 최저요금으로 예비선거나 또는 총선거 이전의 특정된 기간 동안에 어떤 후보자들에게 정치광고시간을 판매해야 한다.

정치적 규칙에 관한 추가정보에 대해서는 <http://www.fcc.gov/mb/policy/political/>를 참조.

폭력적인 프로그램(Violent Programming)이 있다.

즉각적인 불법 행위(Imminent Lawless Action)<sup>19)</sup>는 연설하는 내용이 즉각적이고 폭력이나 불법시위의 선동을 부추기는 프로그램 편성을 말한다. 이에 대법원은 첫째, “즉각적인 불법행위”를 부추기거나 생성하는데 목적이 있고 그리고 둘째, 그러한 행위를 부추기거나 또는 생성하기 쉽다면 정부는 그 연설을 축소할 수도 있다고 판결했다.<sup>20)</sup> 이러한 법적 검증이 충족되더라도 기본적인 법률 방침은 어떠한 검열도 FCC가 마음대로 할 수 없고 형사법집행당국이 직접 수행하도록 돕는 역할을 한다.

음란, 외설 또는 불경스런 프로그램 편성(Obscene, Indecent, or Profane Programming)<sup>21)</sup>은 음란한 자료와 외설적인 자료의 기준이 명확하게 정해져 있지 않아 그 동안의 사건에 의한 판결에서 수정 보완하여 적용하였다. 일반적으로 외설은 음란보다 광의의 개념으로 이해되며, 음란보다는 비교적 덜 시각적이고 성적인 것을 나타낸다. 그래서 음란물의 방송은 시간대에 관계없이 금지되는 반면, 외설적인 방송의 경우에는 그 방영의 절대적인 금지는 표현의 자유를 부당하게 제한하므로 인정되지 않는다.<sup>22)</sup>

음란한 자료(Obscene material)는 수정헌법 제1조에 의해 보호되지 않으며 어느 때나 방송될 수 없다. 음란한 자료이기 위해서는 Miller v. California, 413 U.S. 15(1973)

19) lawtimes(2007. 12. 17)기사에 따르면, 1969년에 미국 연방대법원이 내린 Brandenburg v. Ohio (395 U.S. 444)판결에서 처음 사용되었는데 ‘폭력 선동을 처벌하기 위해 불법적 행동이 의도되고 그 발생이 급박한 것이어야 한다’(intent to incite imminent lawless action)고 판시함으로써 명백·현존하는 위협 원칙의 요건을 더욱 구체화하고 위험기준을 더욱 엄격하게 적용케 하여 합헌성 심사의 기준을 한 단계 더 높여 놓았다는 평가를 받는다. 즉, 선동을 금지할 수 있는 요건으로, 첫째, 급박한 해악, 둘째, 불법적 행동이 야기될 가능성, 셋째, 불법적 행동을 야기할 의도라는 세 가지 요건이 충족되어야 함을 확실히 함으로써, 표현행위자의 의도의 입증에 추가 요건으로 삼아 표현의 자유 보호에 더더욱 만전을 기할 수 있게 된 것. 자세한 사항은 <http://www.lawtimes.co.kr/LawNews/News/NewsContents.aspx?kind=&serial=35627> 참조.

20) 헌법적인 보호 연설의 한계를 정의하여 폭동같은 폭력적 수단을 금지시킴. 이는 표현의 자유의 기준을 제한하는 가이드라인 제공함.

21) FCC가 방송내용을 규제하는 것이 금지된 것이라도 법원은 잠재적으로 유해한 프로그램으로 전 사회적 관심과 자신의 가정에서 자녀들의 TV결정권을 지고 있는 부모들의 항의 때문에 FCC의 음란하고 외설적인 프로그램편성에 대한 규제는 합헌이라고 판결했다(앞의 각주 2번 참조).

22) “미국 방송매체의 음란/외설 규제정책의 변화과정 분석”, 방송연구, 2007년 겨울호. p.117.

판례에서 판결난 몇 가지 요건<sup>23)</sup>을 기준으로 판단하게 된다.<sup>24)</sup>

외설적 자료(Indecent material)는 수정헌법 제1조에 의해 보호되어서 외설적 자료의 방송은 항상 헌법에 의해 금지될 수는 없다. 그러나 법원은 FCC가 오전 6시와 오후 10시 사이에 외설적 자료의 방송에 대한 금지를 허락했다.

새롭게 제기된 기준의 외설적 프로그램은 음란적 프로그램과 비슷해지고 있는데 “방송매체에 대한 동시간대에 측정할 때 명백하게 참을 수 없는 측면에서 성적 또는 배설기관이나 활동들을 상황적으로 기술하거나 묘사하는 언어나 자료”라고 정의된다. 이 정의에 해당하고 오전 6시와 오후 10시 사이에 내보내는 방송들은 FCC에 의한 법집행을 받을 수도 있다.

불경스런 자료(Profane material) 또한 수정 헌법 제 1조에 의해 보호를 받으므로 그 불경스런 자료의 방송은 전제적으로 불법화될 수는 없다. FCC는 그러한 프로그램물(program matter)이 실제로 경청하는 일반대중이 너무 불쾌해서 불법방해(nuisance)가 되고 본질적으로 성적(sexual) 또는 배출적(excretory)이거나 그러한 용어들로부터 도출된 언어를 포함한다고 정의했다. 그러한 자료는 외설적 프로그램에 적용되는 오전 6시와 오후 10시 사이 동(同)시기 내에서 방송되면 FCC에 규제를 받게 된다.

FCC는 폭력적인 프로그램(Violent Programming)이 아이들에게 미칠 수 있는 부정적인 영향에 대해 폭력적인 프로그램에 대한 대중의 의견을 구하는 절차를 진행하

23) 첫째, 동시간대에 같은 지역의 기준을 적용해서 보았을 때 평균인(average person)이 문제시하는 사안을 전체적으로 보았을 때, 그것이 호색적인 흥미(섹스의 치욕적이고 병적인 흥미를 유발시키는 것)를 유발하는지를 발견해야 한다: 인터넷으로 퍼트린 음란물의 경우 그 음란여부의 심사에 있어 어느 지역의 기준으로 심사받을 수 있는지 선택하기가 어렵다(Id. 118, Reno v. ACLU, 521 U.S. 844, 853(1997)).

둘째, 문제시되는 사안이 명백하거나 저속하여(성적행위, 자위, 배설기관의 묘사 등) 각 주범에서 특별하게 정의된 성적행위를 참을 수 없는 방법으로 묘사하거나 기술해야 한다.

셋째, 문제시되는 사안 전체를 보았을 때 자료가 중대한 문학적, 예술적, 정치적 또는 과학적 가치를 결여해야 한다.

24) Obscene(음란한)와 Indecent(저급한) 의미의 기준에 해당된다. 자세한 사항을 알고 싶으면 FCC 홈페이지를 참조.

고, 2007년 4월, 이에 대한 보고서를 의회에 제출하였다. 이 보고서는 폭력적인 프로그램의 양을 줄이는 것에 사업자 스스로가 자발적으로 나서야 하며, 동시에 폭력적인 프로그램으로부터 자신의 아이들을 보호하기 위한 부모들의 노력을 지원하는 법률을 제정해야 한다고 제언했다.<sup>25)</sup>

이외도 불쾌한 프로그램에 관한 FCC의 정책은 2000년 이후 13인치 이상의 스크린을 가진 모든 TV 세트들이 의무적으로 “V-Chip”<sup>26)</sup> 기술이 장치되도록 하였으며, 2004년에는 VCR이나 디스플레이 스크린이 포함된 TV 세트와 함께 사용되는 장치들에게도 적용하도록 V-Chip 요건을 확대했다.<sup>27)</sup>

〈표 3〉 V-Chip 등급

등급	The TV Parental Guidelines
TV-Y	모든 어린이들이 적용대상: 2세에서 6세 사이의 어린이들을 위한 밝고 생동적인 프로그램 내용이어야 함. 싸움을 일으키는 장면은 안됨
TV-Y7	7세 이상의 어린이들이 적용대상: 실제와 가상을 구분해 낼 수 있는 수준으로 온순한 코미디와 폭력 혹은 싸움정도를 포함. 그래서 부모들은 프로그램에 대한 지도를 해야 함(전체연령층: TV-Y7-FV)
TV-G	전체연령층: 폭력과 심한 말(독설), 그리고 성적인 대화와 상황이 거의 혹은 전혀 없어야 함
TV-PG	부모의 지도하에 시청할 것을 권장함: 적절한 욕설, 성적인 암시나 폭력적 요소
TV-14	14세 미만의 어린이층(부모들의 적극적인 모니터링 필요): 강력한 폭력과 강렬한 섹스적 암시, 거친 욕설이나 저질스런 언어가 해당되는 것이 있으면 안됨
TV-MA	성인프로그램으로 17세 미만의 어린이층이 노골적인 성적 활동, 외설적인 언어, 사실적인 폭력 등 성인물에 해당되는 것이 있으면 안됨

자료: <http://www.fcc.gov/vchip/>

25) 추가정보에 대해서는 [http://www.fjallfoss.fcc.gov/edocs\\_public/attachment/FCC-07-50A1.pdf](http://www.fjallfoss.fcc.gov/edocs_public/attachment/FCC-07-50A1.pdf) 참조.

26) V-chip(V칩: TV의 폭력·음란물을 미성년자가 보지 못하도록 장착하는 소자(素子)와 TV 시청율을 말함. 부모들로 하여금 아이들에게 등급에 맞게 지도하도록 하고 있음.

27) 이 기술은 주요한 방송 네트워크들의 전부와 주요한 케이블 네트워크들의 대부분에 함께 작용하는 등급정보로서 자신들의 프로그램에 맞게 암호화하고 있다. 즉, 부모들이 자신의 아이들에게 유해할 수도 있다고 믿는 성적, 폭력적 또는 다른 내용물(콘텐츠)을 내포하는 프로그램을 쉽게 파악할 수 있도록 하고 있다. 추가정보에 대해서는 [www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/vchip.html](http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/vchip.html) 참조.

그러나 뉴스와 스포츠 행사들과 같은 일부 프로그램, 그리고 프리미엄 케이블 채널들로 방송되는 편집되지 않은 영화들은 V-Chip 등급이 적용되지 않는다.

#### 4) 다른 방송내용 규제

##### ① 아동들의 텔레비전 프로그램 편성

아동들의 텔레비전 프로그램 편성(Children's Television Programming)에 대하여, 모든 TV방송국은 인가(認可)기간 동안 아동들의 교육 및 정보욕구를 충족시키도록 프로그램을 설계해야 한다. 방송사업자들은 주당(per week) 최소한 3시간 이상을 아동 텔레비전 프로그램 편성에 포함시켜야 하며 그 이상을 추가로 제공할 경우 방송국 인가받기가 훨씬 쉬워진다.<sup>28)</sup>

텔레비전 사업자들은 프로그램 전체에 걸쳐 아이콘 “E/I(Edu-cational & Informational)”<sup>29)</sup>을 보여줌으로써 부모들이 아이들을 지도하는데 도움을 주고 있다. 그 이외에 상업방송국들은 프로그램 가이드의 발행자에게 그러한 프로그램들을 식별해주는 정보를 제공해야 한다. 또한 12세 이하의 아동들을 대상으로 하는 TV 프로그램의 경우, 광고는 주말은 시간당 10.5분을 초과해서는 안 되고 평일에는 12분을 초과해서는 안 된다.

이러한 규칙들은 아날로그와 디지털 방송에 모두 적용되며 무엇보다도 디지털 방송국들은 한 개 이상의 전파사용이 가능하기 때문에 더 많은 아동 교육 프로그램을 설계하여 방송해야 한다.<sup>30)</sup>

28) 아동들을 위한 핵심 프로그램은 다음과 같이 정의된다:

- \* 교육 및 정보 프로그램(Educational and Informational)-프로그램은 16세 이상의 아동들의 교육과 정보욕구를 충족시켜야 한다(이것은 그들의 지적/인지적 또는 사회적/정서적 욕구를 포함한다).
- \* 아동들의 교육 및 정보욕구를 충족시키도록 특별하게 설계되어야 한다.
  - 프로그램이 그 중대한 목적이 있을 경우;
  - 프로그램이 오전 7시와 오후 10시 사이에 방송될 경우;
  - 프로그램이 정기적으로 일정 잡힌 주간 프로그램인 경우;
  - 프로그램이 기간에서 최소한 30분인 경우.

29) 어린이 교육용 방송 프로그램인 식별코드로서 방송사업자들은 자세한 정보를 제공해야 한다.

30) FCC는 모든 텔레비전 방송국이 아동을 위한 교육과 정보 프로그램을 제공할 의무에 관해서 부모와 일반대중에게 알려주기 위해서 아동 교육 텔레비전방송 웹사이트를 만들었다. 이 웹사이트는

② 방송국에 의해 실시되는 경연

방송국에 의해 실시되는 경연(Station-Conducted Contests)은 방송국이 실시하는 대회(경연)에 관한 정보를 방송하거나 광고하는 방송국은 그 대회의 자료 조건들을 충분히 그리고 정확하게 공시(公示)해야 하고 고시되거나 광고된 대로 그 대회를 실시해야 한다. 대회(경연)에 대한 기술은 가입 마감시간과 참가에 영향을 미치는 요인들, 탈 수 있는 상들, 그리고 우승자들이 선정되는 방법을 포함하여 자료 측면에 관해서 거짓이거나 현혹적이거나 기만적이어서는 안된다.

③ 로터리

로터리(Lotteries)는 상, 행운, 그리고 약인(consideration)(어떤 사람에게 합의하도록 유도하기 위해서 이루어진 행위나 약속을 의미하는 법적 용어)의 요소들을 내포하는 게임, 대회 또는 판촉을 의미한다. 일반적으로 FCC는 로터리에 대한 광고나 또는 로터리에 관한 정보의 방송을 금지하는데 몇 가지 예외가 있다.<sup>31)</sup> 첫째 주정부가 합법적으로 시행하는 로터리, 둘째 인디언 도박에 관한 법률에 의해 실시되는 도박, 셋째 로터리가 합법인 주정부에 의해 승인된 비영리단체나 정부조직에 의해 실시되는 로터리들, 마지막은 영리적 기관이 행하는 로터리의 경우에도, 그러한 행위가 기관의 고유한 영업활동에 밀접하게 연관되어 있다고 인정되는 경우이다.

④ 자금을 간청하는 것(soliciting fund)

돈이나 기타 기부금들이 고시된 목적으로 사용된다면 어떠한 연방법도(자신의 운영비를 충당하기 위한 기부금에 대한 방송국의 간청을 포함해서) 합법적인 목적으로 자금 요청을 하는 방송을 금지하지 못한다. 그러나 사기를 위한 목적으로 간청된 돈이

---

각 지역에 있는 텔레비전 방송국에서 그리고 전국적으로 방송되는 아동 교육 프로그램에 관한 정보뿐만 아니라 이러한 의무들에 관한 배경 정보에 대한 접근을 제공한다. 이 웹사이트는 TV 방송국들이 아동 텔레비전 방송 요건들을 준수하도록 도움을 주고 있다.

([www.fcc.gov/parents/childrentv.html](http://www.fcc.gov/parents/childrentv.html) 참조)

31) 그러나 1999년에 대법원은 도박이 합법적인 주들에서 인가된 라디오나 텔레비전 방송국들에 의해 방송된 카지노 도박에 대한 금지는 위헌이라고 적용한 사례도 있다. 자세한 사항은(<http://www.fcc.gov/consumerfacts/contest.html> 참조)



나, 또 다른 목적으로 사용하는 돈이라면 FCC의 규제뿐만 아니라 미사법부에 의한 형사소송을 초래할 수 있다.<sup>32)</sup>

⑤ 전화대화의 방송

전화대화의 방송(Broadcast of Telephone Conversations)은 전화대화를 생방송하거나 또는 후일 방송을 위해서 전화대화를 녹음하기 전에 방송국은 그 대화의 의도를 당사자에게 알려주어야 한다. 그러나 당사자가 방송국과 연관이 있거나 또는 방송국이 관습적으로 방송하는 프로그램 동안에는 통화를 개시할 때처럼 상대방이 그 대화가 방송될 것이라는 것을 알거나 그러한 지식이 합리적으로 추정될 때 그러한 통보는 필요하지 않다.<sup>33)</sup>

〈표 4〉 FCC 규제를 받는 특수한 종류의 프로그램 정책

분 류		유형 설명
1. 방송 저널리즘	날조(hoax)	- 고의로 공익의 이익에 해가 되는 거짓을 방송할 경우 ex) 범죄, 재앙
	뉴스왜곡 (News Distortion)	- 의도적인 뉴스 왜곡이나 방송 간부들에 의한 조작이 있을 경우
2. 정치적 방송	합리적 접근 (Reasonable Access)	〈방송광고 구매조건〉 - 합리적인 수준에서 방송프로그램에 접근할 수 있어야 한다. - 방송국의 정상적인 시간대에 방해가 되지 않게 방송해야 함 - 모든 광고주들은 방송 시간내에 동등한 조건에 구매할 수 있음 (예외: 뉴스시간)
	기회균등(Equal Opportunities)	〈방송광고 판매조건〉 - 선거기간동안 모든 후보자들에게 동등한 방송시간 판매를 해야 함 - 특정후보를 지지하는 방송사가 반대후보의 반론도 방송하도록 하는 규칙(선의의 뉴스보도, 인터뷰, 다큐멘터리 출연 등)

32) [www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/contest.html](http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/contest.html) 참조.

33) [www.fcc.gov/eb/broadcast/telepon.html](http://www.fcc.gov/eb/broadcast/telepon.html) 참조.

분 류		유형 설명	
3. 불쾌한 프로그램	급박한 불법행위 (Imminen Lawless Action)	- 급박한 불법적 행위에 대한 선동 혹은 야기를 위한 것이거나 그럴 개연성이 있는 것인 경우 법적제제를 받음. - 명백·현존하는 위험 원칙의 요건이 구체화됨	
	음란, 외설, 불경스런 프로그램 (Obscene, Indecent, or Profane Programming)	음란한 자료 (Obscene)	헌법의 보호를 받지 않으며 시간대 관계없이 금지
		외설적 자료 (Indecent)	헌법의 보호를 받으며 단, 어린이 시간대(오전 6시-오후 10시)만 피하면 방영 가능
		불경스런 자료 (Profane Programming)	헌법의 보호를 받으며 일반대중에게 불쾌감을 주는 자료(오전 6시-오후 10시)에 적용
폭력적 프로그램 (Violent Programming)	아이들에 미칠 수 있는 부정적 영향들로 부모들이 V-Chip 사용 확대		
4. 다른 방송내용 규제	아동들의 텔레비전 프로그램 (Children's Television Programming)	의무적으로 주당 3시간 이상 아동들의 교육정보에 관한 프로그램을 충족시켜야 함	
	방송국 경연 (Station-Conducted Contests)	방송국 자체에서 실시하는 대회로 명확하게 실시해야 함	
	로터리(Lotteries)	로또, 도박과 관련된 광고 규제	
	자금간청 (Soliciting Funds)	불법적인 기부금으로 방송된 프로그램이나 광고를 규제함	
	전화대화의 방송 (Broadcast of Telephone Conversations)	전화대화의 방송은 반드시 당사자가 알아야 함 cf) 관습적인 통화개시거나 상대방이 그 프로그램 특성을 알 경우는 제외	
* FCC의 최근 사례들로 볼 때 제한적 규제에서 포괄적 규제로 전환하는 경우가 시도되고 있음 * 이 모든 경우 확실한 증거가 있어야 하며, 확실시 될 경우 FCC는 방송사업자들의 방송면허 정지/벌금 부가/면허를 연장할 때 까다로운 조건을 부과함(그러나, 기본적으로 헌법의 자유보호를 존중).			

#### 4. 광고규제: 비즈니스 관행과 광고(Business Practices and Advertising)

방송사업자는 광고 수익을 올리기 위해 변칙적인 방송 프로그램을 편성할 수도 있는데, 이에 FCC는 84년 이후 광고규제 완화 정책에 따라 최소한의 기본적인 광고 규

제를 하고 있다.

다음 아홉가지 경우와 같다.

**(1) 비즈니스 관행, 광고 등급, 그리고 수익(Business Practices, Advertising Rates, and Profits)**

정치광고에 관한 요건, 아동 프로그램이 방송되는 상업광고들의 수에 대한 제한 그리고 비상업적 교육방송국들에서 광고의 금지를 제외하면 FCC는 그 광고요금이나 그 수익과 같은 방송국사업자의 사업관행을 규제하지 못한다. 방송시간에 대해 부과되는 요금들은 후원자와 방송국간의 개인적 협상에 대한 사항들이다. 더구나 정치적 광고에 관한 규제를 제외하면 방송국사업자(피인가자)들은 어떠한 광고도 받아들이거나 거부할 충분한 자유재량을 가진다.

**(2) 고용차별과 균등한 고용기회(EEO: Equal Employment Opportunity)**

FCC는 라디오와 TV 방송국들의 모든 사업자(피인가자)가 고용에서 균등한 기회를 제공하도록 요구한다. 또한 인종, 피부색, 종교, 국적, 또는 성별에 기초하여 이루어지는 고용차별을 금지한다. 그러나 종교방송국들은 자신의 종업원들의 일부나 또는 전부가 종교자격을 충족시키도록 요구하는 것이 허용된다.

EEO 모집은 세 가지 조건으로 모집하는데, 5명 이상의 (주당 30시간 이상을 정규적으로 일하는 사람들로 정의되는) 상근 종업원들을 고용하는 모든 방송국들은 다음과 같은 것을 하도록 요구된다. 첫째는 큰 노력을 요구하거나 또는 다른 상황에서 채워야 할 필요가 있는 빈자리들을 제외하고 각 상근 일자리 궤석에 관한 정보를 널리 배포하는 것이다. 두 번째는 지역사회에 있는 조직이 그러한 고시를 요청하면 고용에 관여하는 지역사회의 조직에 궤석(빈자리)의 고시서들을 보내는 것이다. 마지막으로 일자리 박람회, 인턴십 그리고 다른 지역사회 행사들과 같이 2년마다 일반적인 지역사회봉사활동에 종사하는 것이다.

FCC는 방송국 갱신을 위해, 방송중간보고서(Broadcast Mid-Term Report)를 검토한다. 이때 FCC가 EEO 준수를 검토하여 보고조건의 부과, 벌금, 단기적인 인가 갱신 그리

고 인가 취소를 포함해서 EEO 위반들에 전범위의 집행 행위들을 이용할 수 있다.<sup>34)</sup>

### (3) 후원 식별(Sponsorship Identification)

방송을 위해서 금전이나 다른 약인(consideration)을 방송국에 관계되는 사람들이 수령했거나 임의로 약속되었을 때, 해당 방송국은 방송중에 그러한 사실을 완전공시(full disclosure)해야 한다. 그리고 누가 그 대가(對價)를 제공하였는가 또는 누가 그 약인을 제공할 것으로 약속했는지를 식별해야 한다. 이 요건은 방송프로그램에 따라 일반대중을 설득하려고 하고 있는지를 FCC가 알아야 한다고 원칙에 근거하고 있다. 이러한 공시(公示)요건도 (“사례”라고 불리는) 대가(consideration)를 위한 음악선정과 일부 비디오 보도자료(press release)의 방송에 적용된다. 상업제품이나 서비스를 위한 광고의 경우에 방송국이 후원자의 회사나 또는 상품명 또는 후원자의 제품의 이름을 고시하는 것만으로 충분하다.<sup>35)</sup>

### (4) 비(非)상업교육방송국에 대한 고시들을 협찬광고하는 것

#### (Underwriting Announcements on Noncommercial Educational Stations)

비상업교육방송국들은 주로 방송시간 중 기부자의 이름을 언급 또는 표시함으로써 협찬광고자를 알린다. 그러나, 경우에 따라서는 영리 기부자, 그리고 협찬광고업자들의 재화나 서비스를 판촉할 수도 있다.

영리 기부자나 또는 협찬광고업자에 대한 용인할 수 있는 “보강된 협찬광고(enhanced

34) 5명 이상의 종업원들을 가진 각 사업자는 그 모집(募集)노력의 기록들을 유지하고 그 모집노력에 관한 특정된 정보를 명시하는 연례 공공 파일 보고서를 만들어서 그 공공 파일에 비치해야 한다. 연례(年例) EEO 공공 파일보고서는 방송국의 웹사이트가 존재하면 웹사이트상에 게시(揭示)해야 한다. 그 이외에 5명 이상의 상근(full-time) 종업원을 가진 텔레비전사업자들과 11명 이상의 상근(常勤)종업원을 가진 라디오 방송사업자들은 FCC Form 397 Broadcast Mid-Term Report를 제출해야 한다. 각 사업자는 규모에 상관없이 FCC Form 396 EEO Program Report를 그 인가(認可)갱신 신청서와 함께 제출해야 하며 마지막으로 장래의 방송국사업자는 그 새로운 방송국이나 양도(讓渡) 또는 이전(移轉) 신청서와 함께 FCC Form 396-A Broadcast Model Program Report를 제출해야 한다.

35) 후원식별과 사례(payola) 규칙에 관한 추가 정보는 [www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/PayolRules.html](http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/PayolRules.html)를 참조.

underwriting)”는 다음과 같은 것을 포함할 수도 있다: ① 식별하지만 축진(판촉)하지 않은 로고그램(logogram)과 슬로건; ② 위치정보; ③ 제품라인이나 서비스에 대한 가치중립적인 묘사; 그리고 ④ 브랜드명, 상품명 그리고 프로그램. 그러나 그러한 인정들은 방송국의 정규프로그램을 방해하지 않을 수도 있다.<sup>36)</sup>

#### (5) 소리가 큰 광고방송(Loud Commercials)

FCC는 광고방송을 포함해서 방송프로그램의 음량(볼륨)을 규제하지 않는다. 실태 조사와 전문적 연구들은 특정 방송물의 지각된 소리세기는 각 시청자와 청취자에 따라 다른 주관적 판단이고 자료의 내용과 스타일 그리고 말하는 사람의 음성과 톤(어조)과 같은 많은 요인으로부터 영향을 받고 있음을 보여준다. FCC는 방송국들이 광고방송 메시지를 강조하기 위해서 오디오와 조음(調音) 수준들을 의도적으로 올린다는 증거를 발견하지 못한다면 규제할 수 없다.<sup>37)</sup>

#### (6) 거짓 또는 현혹적인 광고(False or Misleading Advertising)

FCC는 광고가 거짓이거나 또는 현혹적인지를 결정하는 것과 후원자(sponsor)에 대해서 조치를 취하는 것에 대한 일차적인 책임을 가진다. 예를들어, 식품과 의약품 제품에 대한 광고의 경우 먼저 식품의약품국(Food and Drug Administration)에서 식품과 의약품 제품의 안전성에 대해 일차적인 책임을 진다. 다음으로 FCC가 광고의 성격에 따라서 대중에게 거짓이거나 또는 현혹적일수도 있다고 믿는 광고들에 관해서 관련 기관들과 접촉하여 판단한다.

36) 협찬광고 규칙에 대한 추가 정보는 [www.fcc.gov/eb/broadcast/enhund.html](http://www.fcc.gov/eb/broadcast/enhund.html) 참조.

37) 모든 방송사업자에게 텔레비전의 음량(volume) 수준을 수동으로 조절하거나 또는 원격조절기로 “mute” 버튼을 사용하는 것은 과도하다고 간주되는 음량수준들을 줄이는 것에 대한 설치를 가장 간단한 접근방법으로 구성한다. 많은 텔레비전 수신기들은 프로그램과 광고방송들간의 소리세기를 안정화하도록 설계된 회로들이 장치되어 있다. 이러한 기능들은 수신기의 “set up/audio” 메뉴를 통해서 작동되어야 한다. 그러나 이러한 기술로도 그 문제를 해결하지 못한다면 대중은 관련 방송국의 피인가자(사업자)에게 방송 음량(音量) 수준에 관한 불만을 제기하는 것을 고려할 수도 있다.

**(7) 불쾌한 광고(Offensive Advertising)**

방송광고가 특별법이나 규칙을 위반하고 있는 것이 밝혀지지 않으면 FCC는 그것에 대한 조치를 취할 수 없다. 그러나 일반대중이 어떤 광고가 광고되는 품목의 성격, 고시의 일정 또는 메시지가 제시되는 방법 때문에 불쾌하다고 느껴 불만을 제기한다면 FCC는 방송일자와 시간, 문제의 광고주 제품에 대한 규제를 할 수 있다.

**(8) 담배와 주류 광고(Tobacco and Alcohol Advertising)**

연방법은 FCC의 관할권하에서 라디오, TV, 또는 여타 전자통신의 매체에 의해서 담배, 작은 시가, 연기없는 담배, 그리고 씹는 담배에 대한 광고의 방송을 금지한다. 그러나 흡연 액세서리, 시가, 파이프, 파이프담배, 또는 시가 만드는 기계의 광고는 금지되지 않는다. 의회는 어떤 종류의 알콜 음료의 방송광고를 금지하는 법률을 제정하지 않았고 FCC는 그러한 광고들을 규제하는 규칙이나 정책을 가지고 있지 않다.

**(9) 서브리미널(식역하) 프로그램(subliminal programming)**

서브리미널 프로그램은 인지할 수 없는 빠른 속도와 작은 음을 노출하는 방법<sup>38)</sup>을 일컫는다. FCC는 방송되는 프로그램으로 인하여 대중이 무의식적으로 불쾌감을 느끼거나 어떤 행위에 대한 부정적인 지각형성이 생긴다고 믿는다면 규제할 수 있다.

그러나 미국수정헌법 제1조의 운영에 의해 통신법은 FCC가 방송물을 검열하는 것을 명시적으로 금지하고 있기 때문에 프로그램 내용을 감독하는 데 있어 그 역할은 매우 한정되어 있다. 따라서 실제적으로는 방송국사업자들이 방송하는 자료를 선정하는 것에 대한 직접적인 책임을 져야 한다. 또한 FCC는 인터넷상에 제공된 정보는 규

38) 서브리미널 효과(subliminal effect: 잠재의식 효과)란 인간이 의식할 수 있는 수준 이하의 자극들이 인간의 감정이나 행동에 큰 영향을 미친다는 이론이다. 즉, 서브리미널 효과(subliminal effect: 잠재의식 효과)는 서브리미널 프로그램(subliminal programming :인지할 수 없는 빠른 속도와 작은 음을 노출하는 방법)을 이용하여, 잠재의식을 활성화하는 것을 말한다. 메시지의 자극을 사람이 들을 수 있는 수준 이하로 약하게 제시하여 듣는 사람이 지각할 수는 없지만 무의식적으로 메시지의 자극을 느껴 그것이 듣는 사람의 행동에 영향을 미치는 효과이다.

제하지 못하며 방송국간의 분쟁에도 직접적으로 개입할 수 없다.

### Ⅲ. 소비자가 참여할 수 있는 방법

2장에서는 FCC의 사업자 규제에 대해 살펴보았다. 앞서 언급했듯이 FCC는 방송 사업자에게 직·간접적으로 적용할 수 있는 방송규제에 대한 허용범위를 일반대중이 그 진행과정과 결과를 잘 알 수 있도록 하는데 목적을 두고 있다. 따라서 각 지역의 방송사업자들이 의무적으로 갖춰야 할 정보나 자료들을 일반대중에게 공개하도록 하고 있으며 이것이 바로 지역 공공열람파일이다.

#### 1. FCC와 방송사업자의 정보공개 요건 및 의무사항

FCC는 TV와 라디오 방송사업자들(피인가자), 피(被)허가자 그리고 새로운 방송국 신청자들이 공공 열람을 위해서 이용할 수 있는 파일(서류철)을 유지해야 한다고 규칙을 규정하고 있다. 이 파일은 방송국의 운영 및 지역사회 및 FCC와 방송국과의 거래와 관련된 문서들을 포함해야 한다. 공공열람파일은 일반적으로 방송국의 주요 스튜디오에 비치되어야 하며 각 방송피인가자, 피(被)허가자 및 신청자는 방송정규시간 동안에 아무 때나 소비자가 이용할 수 있도록 해야 한다. 또한 인터넷 웹 사이트에도 공공파일의 내용물의 대부분을 게시해야 한다.

따라서 대중들은 인터넷에 접속하여 방송국의 공공파일을 열람하거나 직접 방송국을 방문함으로써 방송국에 일정요금을 내고 파일속에 있는 자료의 사본들을 요청할 수 있다. 그 이외에 방송국의 공공파일이 인가 지역사회의 밖에 위치하고 있거나 원하는 자료가 없을 경우에는 전화로 파일속의 자료의 사본들을 요청할 수도 있다. 이때 방송국들은 대중들이 공공파일의 실제 내용물에 관해서 물어보는 질문들에 대해 신속하게 답변을 해야 한다.<sup>39)</sup>

39) 예컨대, 특정 소유보고서나 아동 텔레비전 방송프로그램 보고서에 포함된 페이지의 수와 시기, 또는 방송국의 공공파일에 실제로 유지되는 신청서들의 유형 및 신청서들이 FCC에 제출되는 일

그러나, 방송사업자의 의무 중 또 하나의 중요한 사실은 상업(민간)방송국들은 자신들의 운영에 관한 일반대중으로부터의 서면 코멘트, 제언들 그리고 전자우편들을 자신의 파일에 보관해야 한다(비상업교육방송국들은 이 요건의 적용을 받지 않음). 이러한 의무는 방송국 경영진이나 홍보된 방송국주소로 보내진 코멘트, 제언 및 전자우편에 국한된다. 서신이 공개되어서는 안 된다고 편지 쓴 사람이 요청했을 때 또는 서신이 그 내용의 성격(모욕적이거나 또는 외설적인 서신들) 때문에 공공열람으로부터 제외되어야 한다고 방송국사업자가 느낄 때 그 서신을 공공열람파일에 두어서는 안 되며 웹사이트에도 올릴 필요가 없다.<sup>40)</sup>

## 2. 일반대중이 참여할 수 있는 방법

앞서 언급한 공공열람파일들을 방송국들은 항상 현행판의 사본을 비치하고 요청시 일반대중에게 사본을 제공해야 한다.

FCC가 각 방송국의 프로그램과 운영을 일과적으로 감시하지 않기 때문에 방송사업자에 대한 심사는 대중들이 접수한 코멘트나 불만접수에서 영향을 많이 받는다. 다시 말해, 일반대중(시청자와 청취자들)은 자신들의 지역 방송국의 프로그램이나 운영, 그리고 방송사업자들이 지켜야 할 FCC 의무들의 준수에 관한 중요한 정보원 인 셈이다. 각 방송국의 공공 열람파일에 내포된 문서들은 이러한 중요한 모니터링(감시) 역할에서 대중에게 도움을 줄 수 있는 방송국에 관한 정보를 가지고 있다.

### (1) 방송국에 관한 코멘트나 또는 불만(Comments to Stations and Networks)

앞서 언급했듯이 일반대중은 방송국에 관한 코멘트나 불만들을 해당 방송국의 전화나 서면 혹은 E-mail로 제출할 수 있다.

그러나 아날로그 방식이지만 시간적 여유가 있다면 방송국 경영진에 또는 네트워크

---

자를 포함할 수도 있다. 즉, 대중들이 공공열람파일내 자료의 복사본들을 방송국에 요청하면 방송국들은 정해진 기간 내에 사본들의 요청을 이행(履行)해야 하며 그 이행은 요청이 있는 후 7일을 초과해서는 안 된다.

40) 공공열람파일속에 갖춰야 할 파일내용들은 부록에 상세하게 설명되어 있으니 참고하기 바람.



담당관들에게 직접 편지를 쓰도록 하고 있다. 왜냐하면 이들은 방송국의 프로그램과 발표들을 만들고 선정하고 방송국 운영을 결정하는 책임이 있는 사람들로 실무에 관한 여론뿐만 아니라 소비자욕구와 관심들에 관해서 가장 잘 알도록 해주며 중요한 안전으로 부각될 가능성이 크기 때문이다.

## (2) FCC에 대한 코멘트 또는 불만(Comments/Complaints to the FCC)

FCC는 대중들로부터 보고받은 방송 불만, 코멘트나 다른 질의들을 충분히 고려한 다음 위원회 회의를 통해 채택하게 된다. 앞서도 언급했듯이 FCC는 일반대중이 프로그램과 운영문제들에 관해서 직접적으로 해당 지역 방송국이나 네트워크와 우선 접촉하도록 권장한다. 그러나 이런 식으로도 해결되지 않거나 음란, 외설 및 불경스런 프로그램 관련 문제는 따로 민원절차를 두어 대중들의 불만이나 코멘트를 직접처리하기 위해 필요한 모든 정보를 제공하고 있다.<sup>41)</sup>

또한, FCC의 소비자 센터(Consumer Center)에 직접적으로 코멘트 또는 불만에 관한 무료 전화를 걸거나, 전자우편으로 보내거나 또는 팩스로 제출할 수 있는데 적어도 다음의 것을 표시해야 한다. 즉 방송국의 호출번호, 방송국이 위치하고 있는 도시와 주, 문제의 광고나 특별 프로그램의 이름, 시간과 일자, 컨택 가능한 방송국 관련사람의 이름, 불만의 대상이 되고 있는 프로그램이나 광고의 CD, DVD 또는 다른 기록이나 복사, 오디오나 또는 비디오테이프와 더불어 가능한 특수한 문제에 대한 설명서 등 불만의 최종적인 처리에 관한 정보를 본인의 이름과 주소에 함께 포함해야 한다. 이때, 일반대중은 비밀을 요청할 수 있는데 특히 본인의 불만들이 안전 우려를 포함하고 있다면 전화보다는 서면으로 제출하는 것을 권장하고 있다. 마지막으로 불만을 제출하는 것 이외에 일반대중은 인가(認可)갱신신청과 같은 방송국 사업자가 제출한 신청서에 대한 비공식적인 이의나 또는 부인하기 위한 청원을 제출할 수 있다.<sup>42)</sup>

41) 접수처 주소는 <http://www.fcc.gov/cgb/complaint.html>이다. 여기에 온라인 불만 Form 2000E대로 완전하게 기입하면 된다.

42) [http://www.fcc.gov/loalism/renew\\_process\\_handout.pdf](http://www.fcc.gov/loalism/renew_process_handout.pdf)에 있는 웹사이트에서 절차를 부인하기 위한 청원에 관한 더 많은 정보를 얻을 수도 있다. 또한 이러한 규제들을 검토하거나 변호사나

앞에서도 언급했듯이, TV와 라디오 방송국들의 인가는 방송사업자들이 방송국들을 건립하기 위한 신청서를 FCC에 제출하면 규제 기준에 따라 결정하며 8년의 권한을 주고 이 기간이 만료되기 전에 방송사업자들은 인가갱신을 신청하게 된다. 이때 일반대중이 방송국의 신청을 부인하기 위한 공식청원(진정)서를 FCC에 제출할 수 있다. 일반대중은 이러한 규칙제정 진행에 관한 논의들이나 방송국에 관한 코멘트 혹은 불만들을 전화나 서면 혹은 E-mail로 제출하거나 전자 코멘트 제출 시스템(ECFS)을 통해 의견을 제출하면 된다.

공통적으로 개인의 신상정보(이름, 전화번호, 주소)와 함께 코멘트를 작성할 수 있는데 댓글에 대한 특정한 기준은 없지만 각 주제에 따른 일련번호를 포함하는 것이 중요하다. 또한 10페이지가 넘을 경우 짧은 요약문이 포함되어야 하며 기밀로 원할 경우 왜 비밀인지를 설명해야 한다. 장애를 가진 사람일 경우 점자, 오디오, 또는 수화 비디오를 이용하여 인쇄형식으로 제출하도록 되어 있다.<sup>43)</sup>

## IV. 결론

이상으로 FCC의 라디오와 텔레비전방송에 대한 규제에 대해서 간략하게 개관하고 FCC가 어떻게 방송국들을 승인하는지, 방송국들이 준수해야 하는 방송프로그램과 운영에 관한 여러 규칙들, 그리고 방송사업자(licensee)들이 자신의 지역사회에서 대중들에게 제공해야 할 필수적 의무에 대한 기술을 살펴보았다. 또한 이러한 과정 속에 일반대중이 직접적으로 많은 참여를 할 수 있는 방법은 어떤 것이 있는지도 알 수 있었다.

FCC와 통신법 규정은 방송사업자들의 방송국 인가신청과 의무준수 사항에 적용되며 이러한 과정에 일반대중(소비자)들의 건의 및 참여방법이 활발하게 이루어지면 최

---

방송통신전문가들과 접촉하여 도움을 주고 해결할 수 있다.

43) <http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/howtocomment.html>에 일반대중이 전자적으로 어떻게 코멘트를 신청하는지에 관한 지시들을 제공하며 또한 인가갱신, 방송국매각, 그리고 FCC 규칙의 위반에 관한 제소에 관한 것들과 같은 세세한 사건들이 방송규제정책들을 수립한다.

종 FCC 승인여부로 기본적인 방송규제 현황이 이루어지고 있는 것이다.

앞서 논의되었듯이 미국의 모든 방송국은 뉴스, 공공사(public affairs), 그리고 지역 사회가 직면하고 있는 중요한 문제들을 대중에게 제공해야 하며 이에 FCC가 그 방송국 인가 기간을 준수할 의무를 가진다. 따라서 FCC는 방송사가 그들의 의무를 이행하고 일반대중의 요구에 지속적인 소통이 이루어지도록 중추적 역할을 하는데 의의가 있다.

본 보고서에 나타난 FCC의 규제지침은 방송사업자들이 그 의무를 잘 이행하여 소비자(일반대중)들에게 양질의 방송서비스를 제공하도록 하고 있어 소비자들을 위한 규제정책이 무엇인지를 잘 보여주고 있다.

방송통신의 융합이 가속화됨에 따라 방송규제는 최소한의 기본적인 규제범위 안에서 사후규제 혹은 조정자 역할을 하는 추세이다. 즉 FCC의 경우 직접적인 감시보다는 대중의 불만이나 코멘트에 의해 전적으로 의존하는 방송규제로서 최근에는 방송프로그램 내용규제의 권한이 강화되는 편이다. 그러나 기본적인 FCC의 방송규제 또한 그 역할이 한정되어 있으며 실질적인 역할은 방송사업자의 전적인 책임으로 하는 사후규제를 하고 있다. 더구나 지상파 방송 위주에 한정되어 있으며 케이블 및 위성방송과 인터넷 분야에 대한 규제가 자율적인 편이라 향후 방송규제의 근거가 더욱 구체적으로 논의되어야 할 것이다.

디지털 TV전환을 앞두고 있는 전 세계 주요 국가들의 방송규제에 대한 시각은 매우 다양하게 논의될 것이다. 하지만 분명한 것은 그 흐름의 중심에는 항상 “대중(the public)”이 우선시 되어야 한다는 점이다.

방송규제는 끊임없이 “공공의 이익(public interest)”과 “편의와 필요(convenience and necessity)”라는 딜레마 속에 있다. 단순히 공익이나 상업이나 하기 보다는 다매체 시대에 맞게 방송의 공공의 이익과 상업성을 동시에 활성화하는 중립성이 필요할 듯 싶다.

다시 말해 방송과 통신이 가지는 사회문화적·경제적 가치의 변화에 따라 어떠한 규제가 이루어져야 하는가가 방송통신시장의 경쟁력 강화와 공공의 이익을 보호할 수

있다는 점에서 이 보고서가 의미하는 공익과 대중의 역할이 주는 시사점이 크다고 하겠다.

## 참고자료

- 안정민(2007). “미국 방송매체의 음란/외설 규제정책의 변화과정 분석”, 방송연구, 2007년 겨울호(통권 제65호) 2007. 12.
- 방송통신융합과 미디어 법제 연구, 한국방송협회, 2008. 9.
- 방송통신위원회(2008). 『방송통신위원회 2008 연차보고서』, 2007. 5. 11.
- 한국전파진흥원(2008). 『해외통신·방송융합 관련 정책연구 및 법령정비』, 2007. 5. 11.
- 《연합뉴스》(2009. 4. 29), “방송중 욕설 방송사에 벌금 정당”.
- FCC(2008), “The Public and Broadcasting”.
- 《lawtimes》(2007. 12. 17), “[미국헌법판례열람] 명백·현존하는 위험 원칙의 현대화”.

〈부록〉 공공열람파일속에 갖춰야 할 파일의 내용(Contents of the File)들

파 일	내 용
인가서 (License)	<p>방송국들은 연방통신위원회에 의해 승인된 인가에 대한 수정을 문서화한 자료와 더불어 공공파일(서류철)속에 자신들의 현재 FCC 건설허가증이나 인가서의 사본을 비치해야 한다. 인가나 또는 허가는 방송국의 운영에 대해서 FCC가 부과한 특별조건뿐만 아니라(주파수, 호출부호, 운전전력과 전송기 위치와 같은) 방송국의 승인된 기술적 매개변수(파라미터)를 반영한다. 인가나 허가는 언제 그것이 만료되었고 그리고 그것이 언제 만료될 것인지를 표시한다.</p>
신청과 관련 자료들 (Applications and Related Materials)	<p>공공파일은 FCC나 또는 법원에 아직도 계류(繫留)중인 연방통신위원회에 제출된 방송국을 포함한 모든 신청서들의 사본들을 내포한다. 이것들은 방송국을 판매하거나 방송국의 시설들을 수정하기 위한(예컨대, 전력을 증가시키고, 안테나 장치를 바꾸거나 또는 전송기 위치를 바꾸기 위한) 신청서들을 포함한다. 어느 신청을 부인하기 위한 청원(請願)을 제출했으면 그 파일은 그런 취지로 설명서, 청원(請願) 당사자의 이름과 주소를 내포해야 한다. 소송을 더 이상 항소하거나 취소할 수 없을 때 신청에 대한 “최종적인” FCC 소송 때까지 신청을 유지해야 한다.</p> <p>방송국은 건설허가나 또는 양도나 이전 신청의 교부가 FCC로부터 포기반도록 요구되었다면 교부된 건설허가나 또는 양도나 이전신청의 사본을 비치해야 한다. 관련자료와 더불어 포기를 요구한 신청들은 FCC가 포기한 각 특정 규칙을 반영할 것이며 그러한 포기가 효력이 있는 한 유지되어야 한다.</p> <p>또한 FCC가 충분한 기간 이하동안에 방송국인가를 갱신했다면 방송국은 최종적인 FCC 조처에 의해 차기의 갱신 신청의 교부까지 그러한 갱신 신청(FCC Form 303-S)을 파일(서류철)에 비치해야 한다.</p>
시민합의 (Citizen Agreements)	<p>상업(민간)방송국들은 지역 시청자나 또는 청취자들과 맺는 서면합의서(계약서)의 사본을 비치해야 한다. 이러한 “시민합의”들은 지역사회 관심의 프로그램, 고용 또는 다른 논제들을 취급할 수도 있다. 방송국은 이러한 합의들이 효력이 있는 한 이러한 합의들을 공공파일에 비치해야 한다.</p>
등고선지도 (Contour Map)	<p>방송국의 서비스 등고선 및/또는 그 주요 스튜디오 및 전송기 위치들을 반영하는 FCC에 제출된 신청서와 함께 제출된 방송국 서비스 등고선지도 EH는 다른 정보의 사본(寫本)들을 내포해야 한다. 연방통신위원회의 신청서식(양식)은 방송국들의 신호가 자신들의 인가(認可)도시에 미친다는 것을 보증하지 못하는 방송국들로부터만 등고선지도의 제출을 요구한다. 이러한 문서들은 방송국에 관해서 통용되고 정확한 파일(서류철)속에 있어야 한다.</p>

초 점

파 일	내 용
<p>FCC 조사나 고발에 관한 자료 (Material Relating to an FCC Investigation or Complaint)</p>	<p>방송국들은 FCC에게 제출해야 하는 모든 계약서들의 사본들이나 아니면 모든 그러한 계약들을 파악하는 최신 목록을 공공 파일에 두어야 한다. 방송국이 목록을 비치하고 일반대중의 구성원이 실제 계약서들의 사본들을 보기를 요청하면 방송국은 7일내에 요청자에게 그 사본들을 제공해야 한다. 공공열람파일에 유지되거나 또는 명시될 필요가 있는 계약서들은 다음과 같은 것을 포함한다:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 네트워크 서비스에 관한 계약서들;</li> <li>* 피인가자나 또는 피허가자 또는 그 주식의 소유 또는 지배에 관한 계약서들. 예들은 기본정관, 부속정관, 인가나 허가의 양도를 규정하거나 또는 주식소유나 또는 의결권(스톡옵션, 질권 또는 대리권), 그리고 피인가자나 또는 피허가자의 운영자유를 제한하는 담보저당권이나 용자 계약에 영향을 주는 계약서들;</li> <li>* 독립적인 계약자들과의 경영 컨설턴트 계약서들, 그리고 방송사업자의 임원, 이사, 또는 정규종업원 이외의 사람의 경영능력에서 이용에 관한 계약서들.</li> </ul>
<p>정치적 파일 (Political File)</p>	<p>방송국들은 다음과 같은 방송시간을 구입하기 위한 요청에 대한 완전한 기록을 내포하는 파일을 비치해야 한다: (A) 법적으로 자격있는 공직후보자에 의해 만들어지고; 또는 (B) 다음과 같은 것을 포함하는 국가적으로 중요한 정치적 사항에 관한 메시지를 전달하는 것: (i) 법적으로 자격있는 후보자; (ii) 연방(聯邦)직에 대한 선출; 또는 (iii) 공적으로 중요한 국가적 입법문제. 파일은 방송국이 그러한 요청들에 대해서 어떻게 대응했는지, 그 요청이 허용되면 청구된 대금, 구입한 시간의 일정, 방송 프로그램의 특별코너들이 실제로 방송한 시간, 청구된 요금, 그리고 구입한 시간의 등급들을 규명해야 한다. 파일은 후보자에게 제공된 자유로운 시간을 반영해야 한다. 방송국은 방송 프로그램의 특별코너(spot)가 방송한 후 2년 동안에 그 파일에 정치적 기록들을 유지해야 한다.</p>
<p>EEO(고용기회균등) 자료들</p>	<p>방송사업자(피인가자)들은 자신들의 방송국 공공파일에 사본들을 포함한 EEO 정보를 내포하는 일정 양식(form)들을 제출해야 한다. 그래서 5명 이상의 상근(常勤) 종업원들을 고용하는 모든 방송국들은 매년 자신의 방송국 공공파일에 EEO 공공 보고서를 비치해야 한다.</p> <p>FCC는 또한 각 라디오 및 TV방송국 사업자에게 자신의 인가(認可)갱신 신청서와 함께 Form 396 EEO Program Report를 제출하고 그 공공파일에 그 보고서를 포함하도록 요구한다. Form 397 Broadcast Mid-Term Report를 제출하는 그러한 방송사업자들은 공공파일에 그 보고서를 포함해야 한다.</p>

FCC의 사업자규제와 소비자 참여에 관한 가이드라인 분석

파 일	내 용
EEO(고용기회균등) 자료들	<p>방송국의 차기 인가 갱신 신청에 관한 최종적이 조치가 있을 때까지 이러한 자료들은 파일속에 보유되어야 한다. 새로운 방송국신청자나 또는 잠재 방송국 구매자는 5명 이상의 상근 종업원을 고용할 의도가 있으면 자신의 새로운 방송국 양도나 이전 신청서와 더불어 Form 396-A Broadcast EEO Model Program Report를 제출해야 하고 그 보고서는 기본적인 신청서의 일부로 공공파일에 포함되고 기본적인 신청의 허용이 최종적이 될 때까지 파일속에 보유되어야 한다.</p>
매분기별 프로그램보고서 (Quarterly Programming Reports)	<p>매 3개월마다 각 라디오와 텔레비전 방송국 인가는 이전의 3개월 동안에 지역사회 문제들의 가장 유의한 취급을 내포하는 프로그램들의 목록을 작성하여 자신의 방송국공공파일에 두어야 한다("issues/programs lists"). 그 목록은 프로그램이 방송된 일자와 시간, 그리고 그 제목과 기간을 포함해서 그 문제가 다루어진 프로그램에 대해서 간략하게 기술해야 한다.</p> <p>방송국 인가 갱신(更新)신청의 다음 승인이 최종적이 될 때까지 방송사업자는 파일속에 이러한 목록들을 보관해야 한다. 텔레비전 방송국들은 그러한 양식이 승인되고 이용할 수 있는 한 이러한 목록들 대신에 표준화된 텔레비전 공시양식(Standardized Television Disclosure Form)을 제출하도록 요구받을 것이다.</p> <p>매분기마다 제출되는 그 양식(서식)은 상업 및 비상업 교육방송사들이 표준화된 형식으로 자신의 지역사회들이 직면하고 있는 문제들에 대응하여 프로그램을 제공하려는 노력들에 대한 상세한 정보를 제공하도록 요구할 것이다.</p>
아동 텔레비전방송 프로그램 보고서 (Children's Television Programming Reports)	<p>1990년의 아동 텔레비전 방송법과 우리의 규칙들은 각 TV 방송국이 그 전반적인 프로그램에 의해서 그리고 그러한 욕구를 충족시키도록 특별하게 설계되어 있는 프로그램을 통해서 아동들의 교육 및 정보 욕구를 충족시키도록 요구한다. 상업TV 방송국들(FCC Form 398)은 방송국에 의한 아동들을 위한 교육 및 정보 프로그램을 규명하는 아동 텔레비전 프로그램 보고서들을 만들어서 자신들의 파일속에 보유해야 한다(비상업 교육방송국들은 이러한 보고서들을 작성하도록 요구받지 않는다).</p> <p>이 보고서는 방송국에 의한 아동 텔레비전방송법(Children's Television Act)의 준수에 대한 코멘트를 수집하는 책임이 있는 방송국들에 있는 사람의 이름을 포함해야 한다. 방송국은 각 역(曆) 사분기마다 이런 보고서들을 작성해서 방송국은 파일의 다른 자료로부터 분리된 공공파일에 이러한 목록들을 보관해야 한다. 방송사업자는 방송국 인가 갱신(更新)신청의 다음 승인이 최종적이 될 때까지 이러한 목록들을 공공파일에 보관해야 한다.</p>

초 점

파 일	내 용
<p>시간중개계약 (Time Brokerage Agreements)</p>	<p>방송국이 제삼자의 중개인에게 여러 방송시간 블록들을 판매하고 나면 제삼자 중개인은 그 시간을 채우기 위한 프로그램을 공급하고 그 프로그램을 지원하기 위해서 광고방송 특별코너를 판매하는 것을 일반적으로 포함하는 계약유형이다.</p> <p>상업라디오 및 TV 방송국들은 다음과 같은 것을 포함하는 모든 계약서의 사본을 공공파일에 보관해야 한다: (1) 그 방송국의 시간 중개 또는 (2) 동일한 방송사업자(피인가자)가 소유하는 여타 방송국에 의한 시간중개. 이러한 계약서들은 그것들이 유효한 동안에 공공파일에 유지되어야 한다.</p>
<p>기부자들의 목록 (List of Donors)</p>	<p>비상업교육 텔레비전과 라디오 방송국들은 각 특별 프로그램을 지원하는 기부자들의 목록을 자신의 공공파일에 보관해야 한다. 이러한 목록들은 문제의 프로그램이 방송된 후에 2년 동안에 보유해야 한다.</p>
<p>지역공공고시발표들 (Local Public Notice Announcements)</p>	<p>어떤 사람이 새로운 방송국을 건립하거나 기존의 방송국을 갱신, 매각 또는 변경하기 위한 신청서를 제출할 때 FCC는 신청자에게 그 신청의 존재와 성격에 대해서 일반대중에게 알리기 위해서 일련의 지역발표들을 하도록 대개 요구한다. 이러한 발표들은 지역신문에 이루어지거나 또는 방송국에서 방송으로 이루어지고 신청에 관한 코멘트를 할 기회를 일반대중에게 주는데 목적이 있다. 고시를 한 일자와 시간을 포함해서 이 요건에 대한 준수를 보증하는 설명서를 공공파일에 두어야 한다. 이 공공고시 요건에 대한 유일한 예외는 제안된 방송국 매각이 형식상이어서 궁극적인 지배의 변경을 가져오지 않거나 또는 변경신청이 방송국 시설들의 “주요한 변경”을 계획하지 않을 때이다.</p>
<p>의무재전송 (Must-carry)</p>	<p>TV 방송국들은 일반적으로 자신의 지역시장에서 케이블 텔레비전 시스템으로 보도될 권리를 가진다. 이러한 권리를 행사하기로 선택하는 방송국은 케이블시스템으로부터 어떤 보상도 받지 못한다. 위성통신사(satellite carrier)들은 지정된 시장지역에서 지역 방송국들을 제공하기로 결정할 수도 있다. 그들이 한 방송국을 제공하기로 결정하면 그들은 보도(carriage)를 요청하는 그런 시장에서 모든 방송국들을 보도해야 한다.</p>
<p>재전송동의 (Retransmission Consent)</p>	<p>자신들의 “의무재전송(must-carry)” 권리들을 행사하는 대신에 상업 TV 방송국들은 방송국을 보도하기 위해서 케이블 시스템이나 위성통신사에게 허가를 하는 것 대가로 케이블 시스템이나 또는 위성통신사로부터 보상을 받기로 선택할 수도 있다. 이러한 옵션은 상업텔레비전 방송국들만이 이용할 수 있다. 아마도 이러한 옵션을 선택하는 방송국이 케이블시스템과 합의(계약)에 도달하지 않을 수도 있기 때문에 그 방송국은 그 케이블 시스템에 의해 궁극적으로 보도되지 않을 수도 있다.</p>



파 일	내 용
의무재전송 (Must-carry) + 재전송동의 (Retransmission Consent)	→ 매 3년마다 상업TV 방송국들은 지역서비스를 제공하는 각 지역 케이블 시스템과 위성통신사와의 관계가 의무재전송에 의해 또는 재전송동의 계약서에 의해 주관될 것인지를 결정해야 한다. 각 상업방송국은 3년 기간 동안에 공공파일에 그 결정의 사본을 보관해야 한다. 비(非)상업적 방송국은 케이블이나 위성시스템으로의 보도를 댓가로 보상을 받을 권리는 없다. 그러한 요청을 하는 비(非)상업방송국은 그것이 적용되는 기간 동안에 공공파일에 그 요청서의 사본을 보관해야 한다.
DTV 변환 소비자 교육활동보고서 (DTV Transition Consumer Education Activity Reports)	각 텔레비전방송국은 디지털 텔레비전 방송으로의 변환에 관해서 소비자를 교육시키기 위해서 이전(以前) 매분기 동안에 자신의 노력을 개관(概觀)하는 FCC Form 388 DTV Consumer Education Quarterly Activity Report (DTV 소비자교육 매분기활동보고서)를 분기(分期)기준으로 자신의 방송국 공공파일에 두어야 한다. 이러한 보고서들은 한 해동안에 공공파일에 유지되어야 한다.