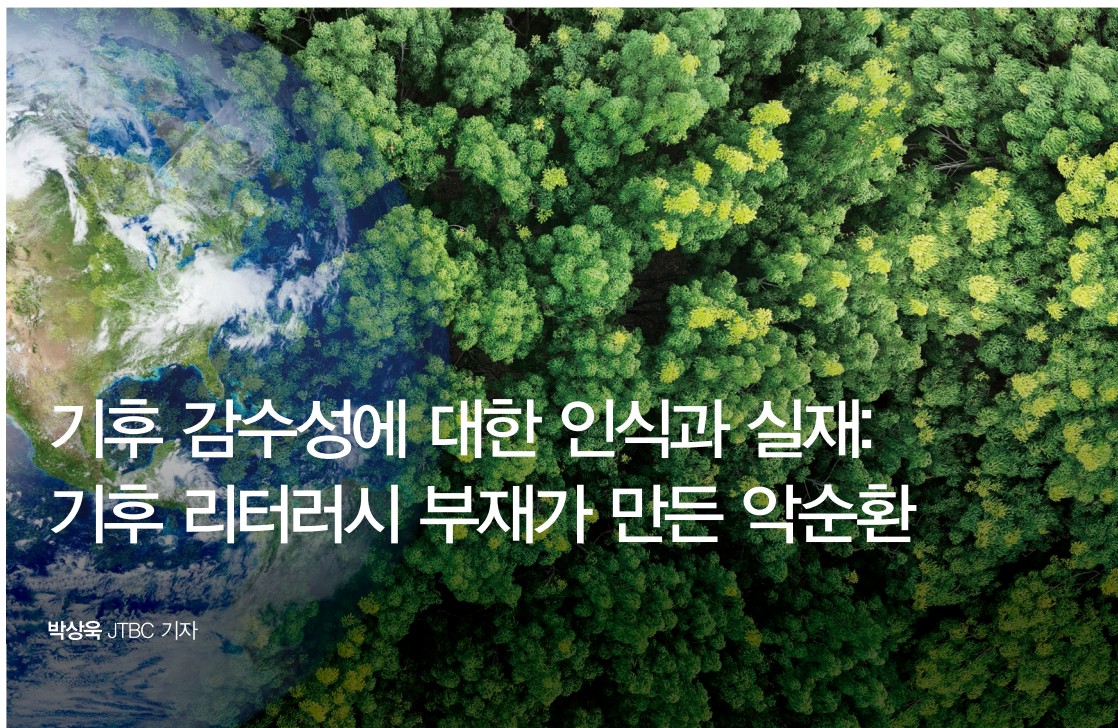




기후 감수성에 대한 인식과 실재: 기후 리터러시 부재가 만든 악순환

박상욱 JTBC 기자

같은 현상을 일컫는 우리의 표현은 시대의 흐름에 따라 달라졌다. 1980~1990년 초반, ‘지구 온난화’로 불리었던 이 현상을 우리는 1990년대 후반부터 ‘기후변화’로 일컬었고, 이어 2010년대부터 ‘기후위기’라는 표현이 등장하기에 이르렀다. 대기 중 온실가스 농도가 높아짐에 따라 기온과 해수온이 상승하면서 점차 이상(異常) 현상이 빈번해지는 것을 넘어 일상(日常)이 된 탓이다. ‘100년에 한 번’ 혹은 ‘200년에 한 번’ 찾아올 법한 폭염이나 호우, 가뭄은 이제 매년 또는 한 해 걸러 겪는 일이 된 오늘날, 과거의 빈도에 기반한 통계와 그 통계를 활용한 미래 예측도 점차 그 의미를 잃을 정도이다.

하루가 다르게 암울해지는 기후위기의 현실 속, 이를 전하는 보도에 대한 피로도는 높아지고, ‘기후 우울증’이라는 표현마저 등장하기에 이르렀다. 이런 인식의 문제와는 달리 한국의 온실가스 감축은 여타 선진국과 비교조차 할 수 없을 만큼 미미하고, 1인당 에너지 사용량 또한 좀처럼 줄어들지 않으며, 그러한 에너지 가운데 청정에너지 비중 또한 개발도상국(이하 개도국)보다도 못 한 모습을 보이고 있다. 피로를 넘어 우울감을 느끼는 와중에 실제 변화는 없는 이런 현실은 언행 불일치를 넘어 언행 ‘양극화’에 가까워지고 있다.

금세기 들어 점차 기후변화 관련 보도가 늘어났고, 2020년 탄소중립 선언을 기점으로 기

후변화를 키워드로 한 기사가 폭발적으로 증가한 것은 통계로 드러난 사실이다. 이 과정에서 한국의 기후변화 보도와 해외의 보도를 비교, 비평하는 사례도 늘어났다. 프랑스 모 일간지는 기사 말미에 해당 기사를 작성하는 과정에서 뽑아낸 온실가스의 양을 계산해 ‘탄소 발자국’을 공개하기도 했고, 영국 모 일간지는 환경서약을 발표하고 온실가스 감축을 선언하기도 했다.

선진국과 개도국을 가리지 않고, 다양한 언론 매체의 ‘선진 사례’ 소개글이나 관련 기사, 또는 각종 세미나 발제 내용은 다수의 ‘기후변화 담당 언론인’에게 큰 울림을 남긴 것이 사실이다. 다만, 그 울림은 현실의 변화로 옮겨지지 못했다. 이는 기자 개인만의 문제도, 데스크만의 문제도, 편집권자만의 문제도 아니다. 언론뿐 아니라 정부, 산업계, 시민사회 모두의 기후 리터러시 부재에서 비롯된 일이다.

1990년 10월, “지구 온난화를 막기 위해 온실가스 배출을 제한하는 국제협약 체결 논의가 본격화하고 있다”는 보도가 일제히 쏟아졌다. 이어 “에너지와 환경은 떼려야 뗄 수 없는 문제”라며 국가적 차원의 대책이 필요하다는 박스성 기사 또한 뒤따랐다. 이어 1994년 7월엔 “미국과 일본, EU가 탄소세를 부과할 경우 한국의 수출이 큰 타격을 입을 것”이라는 산업연구원의 연구 결과를 인용한 보도가 다수 나왔고, 1998년엔 “온실가스 감축계획 수립, 청정에너지 확대, 에너지 저소비형 산업구조로의 전환 등을 추진하는 범정부 대책기구를 구성한다”는 보도도 이뤄졌다. 1990년의 기사는 수년 후 ‘교토협약’이라는 이름으로, 1994년의 기사는 30년 후 EU의 ‘탄소국경조정제도(Carbon Border Adjustment Mechanism, CBAM)’로 현실이 됐다. 그리고 1998년에 만들어진 기구는 명맥을 유지해 지금의 탄소중립녹색성장위원회로 이어졌다.

기후라는 표현 자체가 ‘30년간 기상요소의 평균값’을 의미하는 만큼, 기후변화 대응 또한 긴 호흡으로 꾸준히 진행된 것이다. 하지만 이런 긴 호흡을 따라 이 문제에 천착한 언론인을 찾기는 매우 어려운 일이다. 한국의 ‘레거시’ 미디어에게 레거시를 요구하기 어려운 것이 업계의 현실이기 때문이다. 폭넓은 인사이트와 취재 인맥, 이를 통한 발 빠른 팩트체크와 보도의 생산은 한국 언론인에게 제1의 덕목이다. 스페셜리스트보다 제너럴리스트를 지향하게 된 배경이기도 하다.

사례로 언급한 1990년과 1994년, 1998년의 기사를 한 사람이 동일한 부서에서 작성한 경우는 현재까지 개인적으로 확인한 바에 따르면 전무하다. 통상 언론업계의 순환근무, 인사이동을 감안하면 당연한 결과이다. 1990년 국제적인 협약 움직임을 보도했던 기자가 1994년의 선진국 탄소세 부과 가능성을 취재했다면, 1994년 선진국의 탄소세 부과 가능성을 보도했던 기자가 1998년의 대책기구 구성을 취재했다면, 그리고 취재와 보도에 이어 자신이 문제를 제기했던 것이 어떻게 현실 정책에서 반영됐는지, 혹은 정권교체 등의 이유로 정책 추진이 제대

로 되지 않았는지 취재했다면 어땠을까. 최소한 2020년 탄소중립 선언 이후 등장한 탄소중립 시나리오를 보고 “갑작스런 정부의 선언에 모두가 화들짝 놀랐다”거나 “갑작스런 EU의 결정에 산업계가 충격에 빠졌다”는 문장은 쓸 생각조차 하지 못했을 것이다. 대부분의 경우, 해당 출입처 기자에게 ‘처음 겪는 문제’였을 것이기 때문이다.

그럼, 30여 년간 수없이 바뀐 제너럴리스트가 아닌, 한 자리를 지킨 스페셜리스트가 이를 모두 보도했다면 달랐을까. 물론, 이는 그저 꿈만 같은 이야기다. 과거부터 이어져 온 통상의 업계 조직구조 상, 1990년의 기사는 국제부 기자(혹은 특파원)가, 1994년의 기사는 산업부 기자가, 1998년의 기사는 정치부의 청와대 출입 기자가 썼을 가능성이 크다. 반대로, 환경부를 출입하는 기자가 이 취재의 키를 짚 가능성은 낮다. 소위 ‘취재 영역’을 일컫는 일본어 표현과 함께 부서 간 감정이 상하는 일을 겪어야 했을지도 모른다. 마냥 “그랬다면 달랐을 것”이라 답하기 쉽지 않은 이유다.

결국, 언론 내부에서의 기후 리터러시가 제대로 자리잡지 않는 한, 이 문제는 해결될 수 없다. 정책학 이론에서 이야기하는 정책 형성 과정에서 언론의 역할은 매우 중요하다. 사회문제가 사회적 쟁점이 되고, 그것이 공중의제로 거듭나 정책 의제화되고, 그렇게 만들어진 정책의 결과를 환류해 보완하는 일련의 과정에서 언론은 문제를 지목하고, 쟁점화 또는 의제화하며, 정책의 결과물을 감시·비판한다. 정책의 종류와 관계없이, 각각의 단계에 참여하는 부서는 사회부이기도, 정책부이기도, 정치부이기도, 때로는 국제부나 문화부이기도 하다. 이처럼 하나의 사회문제가 정책으로 만들어지기까지 다양한 부서가 동원된다. 게다가 그 부서에서 취재를 하는 부원들은 부서를 오간다. 국정감사를 앞두고 날카로운 정책 비판을 한 언론인이 해당 부서에 머무르며 그 비판이 수용돼 어떻게 개선되는지 지켜보고, 피드백을 할 수 있는 경우가 얼마나 될까. 보통은 그 이후 상황에 대해 미처 챙기지 못하고 부서를 떠나거나, 전혀 다른 새로운 아이টে를 찾아 몰두 중인 경우가 다수일 것이다.

하물며 정책이 영향을 미치는 스펙트럼이 광대한 기후 정책은 더더욱 그렇다. 기후변화와 관련한 국제협약, 산업, 무역, 금융, 에너지, 고용 및 노동, 안보, 식량, 재해재난 등 다양한 정책이 준비하며, 기후변화로 스포츠나 문화 이슈가 영향을 받기도, 반대로 스포츠나 문화 이벤트를 통해 기후변화에 대응하려는 경우도 많다. “지구가 아파요”라며 지금은 사용하지 않는 빨간 수은주를 입에 물고, 이마에 물수건을 올린 지구의 모습이 그려진 포스터가 기후위기를 의미했던 ‘지구 온난화의 시대’였다면, 스페셜리스트가 이슈를 총괄하는 것이 더 효율적일지 모른다. 하지만 그 ‘아픈 지구’가 현실이 된 상황에서도 이를 ‘혹한기 한 철’, ‘혹서기 한 철’, ‘호우기 한 철’ 날씨 보도에 한두 문장 없는 식으로 스페셜리스트에게 맡기는 것이 ‘옳은 방법’일까.

기후 리터러시의 중요성은 비단 언론에만 해당하는 것이 아니다. 1990년대 초반 국제사회

의 논의, 1990년대 중반 정부출연연구기관의 경고, 1990년대 후반 국무총리를 위원장으로 하는 대책기구의 구성에도 불구하고, 정부와 산업계, 시민사회 모두 기후 대응의 첫걸음을 떼기까진 너무도 긴 시간이 걸렸다. 그 중요성은 모두가 인지하고 있으나 여러모로 ‘먼 일’이라고 여긴 탓이다.

국내 기후변화 관련 인식조사 결과를 보면, 한국인의 기후 인식은 매우 높게 나타난다. 한국환경연구원(Korea Environment Institute, KEI)이 2021년 진행한 설문조사에 따르면, 우리나라 시민의 84.7%는 기후위기가 심각하다고 답했다. 기후위기 대응이 필요하냐는 질문엔 이보다 높은 86.3%가 필요하다고 답했다. 이보다 앞선 2019년, 한국리서치의 설문조사에선 93%가 “일상에서 기후변화로 인한 영향을 체감한다”고 답했고, 응답자의 90%가 “국가나 개인이 노력하면 기후변화를 막거나 늦출 수 있다”고, 88%가 “비용이 더 들더라도 에너지 절약에 도움되는 친환경 제품을 사용할 의사가 있다”고 했다.

국제 비교 연구에선 기후 대응을 선도하는 주요 국가들보다도 더 높은 인식 수준을 보이기도 한다. 2022년, 미 예일대의 기후변화커뮤니케이션센터가 온실가스 배출량이 가장 많은 15개국을 대상으로 한 설문조사에서 한국인의 93%가 기후변화에 유의하고 있는 것으로 나타났다. 기후변화를 대하는 입장을 ‘경각심을 가짐’-‘걱정함’-‘주의함’-‘관심없음’-‘의심함’-‘거부함’ 총 6개 종류로 나누었는데, 41%가 ‘경각심을 갖는다’, 35%가 ‘걱정한다’, 17%가 ‘주의한다’고 답했다. 기후변화를 ‘의심한다’는 응답은 2%에 그쳤고, ‘거부한다’는 응답은 없었다. 이는 에너지전환 선도국으로 거론되는 독일(‘의심함’ 8%, ‘거부함’ 3%)이나 영국(‘의심함’ 7%, ‘거부함’ 4%)뿐 아니라 미국(‘의심함’ 11%, ‘거부함’ 11%) 등에 비해 월등히 높은 수준의 기후 감수성을 보여주는 결과다.

〈표 1〉 여섯 종류의 기후변화 어디언스 분류¹⁾

(단위 : %)

	경각심을 가짐	걱정함	주의함	관심 없음	의심함	거부함	무분류
한국	41	35	17	2	2	—	3
독일	34	32	18	3	8	3	2
영국	31	36	18	3	7	4	2
미국	34	25	14	4	11	11	1

하지만 현실은 다르다. 민주주의 사회에서 시민사회의 의견을 나타냄으로써 사회적 변화를 이끌어내는 가장 주효한 방법은 선거이다. 이들 나라에서 기후·에너지 의제가 주요 선거에서

1) Leiserowitz, A., Maibach, E., Roser-Renouf, C., Rosenthal, S., & Ballew, M. (2022). *International public opinion on climate change: 2022 report*. Yale Program on Climate Change Communication. <https://climatecommunication.yale.edu/wp-content/uploads/2022/06/international-public-opinion-on-climate-change-2022a.pdf>



중요한 의제로 거듭나며 ‘기후 선거’라는 표현이 등장하는 것과 달리, 한국의 선거에선 이 의제를 우선순위 목록에서 찾아볼 수 없다. 지난 21대 대통령 선거 과정에 이르러서야 처음으로 기후위기 대응을 주제로 한 토론이 이뤄졌고, 그마저도 기후위기 대응에 대한 각 후보나 정당별 정책 대결이 아닌, 무의미한 비방만 가득했다.

시민사회의 또 다른 중요한 선택인 소비에 있어서도 상황은 비슷하다. 에너지의 대부분을 수입에 의존하는 까닭에 가격 변동성이 취약한 상황에서, 유가의 변동성엔 연비 운전이나 최저가 주유소 검색 등 적극적으로 대응하는 것과 달리, 절반 이상을 화석연료에 의존하는 전기의 요금이나 도시가스 요금의 변동은 시민사회와 정계 모두에서 ‘금기어’로 여겨진다. 2020년 기준, 한국의 가정용 전기요금은 kWh당 9센트 수준으로 독일(37센트/kWh)이나 영국·일본(26센트/kWh)에 크게 못 미치고, 세계 최대 화석연료 생산국인 미국(15센트/kWh)과도 차이가 크다. 한국처럼 10센트 미만인 곳들로는 UAE(8센트/kWh), 러시아(6센트/kWh), 사우디아라비아(5센트/kWh) 등이 있다. 이들 국가와 한국의 에너지 자급률은 천지차이인 상황에서 비슷한 수준의 저렴한 전기요금을 유지하고 있다. 한전의 심각한 누적적자 문제에 대해 ‘방만 경영’을 꾸짖는 목소리는 크지만 ‘전기요금 정상화’에 대한 목소리는 좀처럼 나오지 않는다.

한편, K-배터리와 K-전기차의 우수성을 한목소리로 외치나 전기차 보급은 좀처럼 속도가 나지 않고 있다. 일부에서는 “전 세계적으로 전기차 캐즘(Chasm)이 심각하다”라고 주장하지만, 최근 10년간 전 세계 전기차 판매량은 단 한 번도 줄어든 적이 없다. ‘한국 한정’인 이야기를 사실인 양 이야기하고 있다. 지난해 전 세계에서 판매된 자동차 가운데 배터리 전기차(Battery Electric Vehicle, BEV)의 비중은 22%를 기록했다. 주요 자동차 생산국별로 살펴

보면, 한국의 BEV 판매비중이 9.2%에 머문 사이 중국은 48%, 독일 19%, 미국 10%의 BEV 판매비중을 각각 기록했다. 내연기관에 대한 규제 없이 2015년부터 10년간 보조금만 집행해 온 정책의 결과이자, 전기차 관련 주식은 사더라도 정작 자가용을 전기차로 바꾸지 않는 아 이러한 소비자 선택의 결과이다.

이런 상황을 명확하게 인식하고, 사회 전반의 기후 리터러시가 자리잡은 이후에야 ‘기후 우울증’과 ‘이를 부추기는 언론’에 대한 비판과 대안 제시가 가능할 것이다. 무대응에 따른 위험을 지적해 적극적인 기후 대응을 부르고, 그러한 기후 대응에 대한 환류를 통해 더 나은 대안을 제시해야 하는데, ‘적극적인 기후 대응’이라는 첫 단추조차 끼워지지 않은 지금의 상황에선 환류할 결과물조차 존재하지 않는다.

급변한 미디어 환경 속, 언론의 ‘의제 설정’ 역할이 약화된 가운데 문제와 쟁점을 앞서 제기하기보다 이미 소셜미디어에서 화두로 떠오른 이슈에 올라타는 현실도 넘어서야 할 장벽이다. 마치 닭이 먼저냐, 달걀이 먼저냐의 문제처럼 변화의 시작점을 정하긴 어려우나 언론이 본래의 역할을 다하고, 자극적인 주제나 영상·사진보다 이러한 언론 본령에 충실한 콘텐츠에 독자나 시청자가 더 많은 조회수나 시청률 등으로 관심을 보인다면, 다시금 정책 형성 과정의 선순환에 있어 언론은 제 역할을 할 수 있을 거다. 물론 “언론이 어젠다 세팅을 하겠다는 선민의식에 빠져 있어서는 안 된다”는 것이 사회적 중론이라면, 그래서 오정보나 허위정보를 이용한 여론의 호도뿐 아니라 객관적 진실에 근거한 어젠다 세팅까지 ‘피해야 할 일’이 된다면, 이 고민은 처음부터 다시 해야겠지만 말이다.

기후 리터러시가 자리잡기 위해선 언론과 더불어 교육의 역할이 무엇보다 우선되어야 한다. 기후변화에 관한 초등교재와 중등교재가 수년전 환경부 주도로 마련됐지만 이를 채택한 학교는 찾아보기 어렵다. 의무교육과정과 고등학교를 거쳐 대학에 진학하더라도, 기후변화를 제대로 공부할 수 있는 전공은 학부가 아닌 대학원에 있는 경우가 대부분이다.

이는 2020년대 중반에 이르러서도 기후변화 관련 용어가 여전히 ‘전문가의 언어’로만 남아 있고, 우리의 생활에 녹아들지 못한 채 기후변화를 설명할 때마다 ‘삐쩍 마른 북극곰’, ‘죽어가는 고산 침엽수’, ‘아열대성 어종으로 가득해지는 한반도 바다’와 같은 인간 외의 생태계 현상이 대표적인 이미지나 사례로 사용되는 이유이기도 하다. 과연, ‘기후변화가 중요하다고 생각하십니까?’라고 묻지 않고, ‘정치, 부동산, 국민연금, 경제, 북한, 대미관계, 수출, 기후변화 가운데 가장 중요한 순서대로 나열하시오’라고 물었을 때, 우리는 어떻게 답할까. 그 답이야말로 최근 자주 등장하는 ‘기후 우울증’의 실재를 확인하고, 기후 리터러시를 가늠할 수 있는 ‘진짜’ 기후변화 인식의 바로미터이다. 이 조사에서 기후변화가 매우 높은 우선순위에 들게 된다면, 신문의 지면도, 방송뉴스의 런다운도 비로소 달라질 것이다. 물론, 언론이 우선 바뀌고, 그 결과로 우선순위가 바뀌면 좋겠지만. 🌱