



언론 논리에 갇힌 기후위기

신우열 전남대학교 신문방송학과 조교수

Climate Journalism Inside Media Logic^{*,**}

Wooyeol Shin^{***}

(Assistant Professor, Chonnam National University)

This study aims to examine the impact of media logic on Korean climate journalism. The study interviews 15 climate journalists from 11 Korean media outlets. These interviewees consider the climate crisis as an emerging area for journalism and attempt to develop an alternative journalistic epistemology and practices appropriate for it. However, due to the overlapping influence of traditional journalistic practices, organizational culture and structure, and resulting role perceptions, the practices of climate journalism tend to become similar to established ones. The conventional methods of reporting and the organizational structures in newsrooms impede the progress of climate journalism. Although some news organizations categorize climate issues as part of the environmental realm, the interrelated nature of the challenge necessitates coverage across multiple departments. Nevertheless, the emphasis on autonomy and independence among these departments leads to fragmented and perhaps conflicting coverage of the same issue within a single media organization. The recently formed climate teams in select Korean news companies have built their own distinct domain without trespassing into the established bounds of mainstream departments inside the newsrooms. In order to demonstrate their credibility, climate journalists endeavor to maintain scientific rigor, depend on foreign news organizations as primary sources of information, and ultimately develop more interpretive journalism. Their reliance on scientific sources and foreign media stems from the belief

* This study was financially supported by Chonnam National University(이 논문은 전남대학교 학술연구비 지원에 의하여 연구되었음): 2023-0864

** Part of the data used in this study was collected by the author in 2021 for the Korea Press Foundation's research paper titled "A study of Korean climate journalism." The author would like to thank Drs. Min Jung Jin and Bong Hyun Lee who co-authored the research paper(이 논문은 2021 한국언론진흥재단 연구서 <국내 기후변화 보도의 현황과 개선 방안>를 위해 저자가 수집했던 자료를 일부 활용하였습니다. 해당 연구서를 공동 집필한 진민정 한국언론진흥재단 책임연구위원과 이봉현 한겨레경제사회연구원장에게 고마움을 전합니다).

*** wooyeolshin@gmail.com

that objectivity and originality acquired from academic journals and reputable foreign news outlets contribute to credibility within journalistic norms. Despite efforts to carve out a distinct space for climate journalism, these climate journalists often encounter obstacles within the formal and hierarchical structures of traditional media logic. As this boundary work inside newsrooms is hindered by established media logic, climate journalists tend to marginalize themselves. The quality and accuracy of climate reporting can be compromised by time constraints, editorial preferences, and the emphasis of experienced journalists over climate experts. According to these findings, this study contends that the institutional logic of Korean journalism lacks the capacity to drive journalism toward the necessary adjustments for the era of climate crisis. This study highlights the need to reassess the processes and structures involved in news production in order to effectively incorporate climate journalism. It emphasizes the responsibility of media organizations in promoting a journalistic approach that effectively tackles the intricacies of the climate problem. This study also proposes practical recommendations for Korean news organizations, including avoiding compartmentalized reporting practices, recognizing the importance of dedicated climate crisis teams, providing time for specialization, and developing a new journalism paradigm that transcends traditional structures.

Keywords: Climate Journalism, Institutional Logic, Media Logic, Journalistic Practice, Climate Crisis

국문초록

이 연구의 목적은 직제와 편제 등의 언론사 시스템, 위계질서 등의 조직 문화, 체화된 사고방식 및 관행 등을 아우르는 언론 논리가 기후위기 뉴스 생산 과정에 작동하는 방식을 살펴보는 데에 있다. 이를 위해 이 연구는 한국의 기후위기 기자 15명을 2단계에 걸쳐 인터뷰하였다. 기후위기에 대한 경각심이 전 지구적으로 높아지면서 언론계는 기후위기를 새로운 보도 영역으로 주목하고 그에 맞는 저널리즘 인식론과 실천법을 개발하고 있다. 한국 언론도 소수이긴 하나 기후위기 전담팀을 설치하고, 웹사이트에 별도 섹션을 마련한 언론사가 생겨나는 등 기후위기 국면에서의 자기 역할을 찾아가고 있다. 그러나 이 연구는 한국 언론의 기존 취재 및 보도 방식, 뉴스룸 구조와 그에 따른 역할 인식이 기후 저널리즘을 별로 새로운 것 없는 무언가로 만들 가능성을 보여준다. 소수의 언론사에서 신설된 기후위기 전담팀은 정치부, 국제부 등 편집국 내 주류 부서가 금을 그어 놓은 영역을 침범하지 않는 선에서 자기 영역을 개척하고 있었다. 기후위기 기자들은 자기 필요를 증명하기 위해 과학과 외신을 정보원으로 삼아 기후위기에 대한 사실들을 발굴하여 대중에게 알기 쉽게 풀어서 설명하는 ‘해설자’ 역할을 수행하는 모습을 보였다. 그러나 이 역할 개발 과정이 형식적, 위계적 차원의 언론 논리에 의해 번번이 좌절되면서 기후위기 기자들은 스스로를 주변화하는 경향을 보였다. 분석 결과를 토대로, 이 연구는 한국 언론이 기후위기 시대에 걸맞는 변화를 지향하게 할 만한 능력이 기성 언론 논리에는 없다고 주장한다.

핵심어 : 기후 저널리즘, 제도 논리, 언론 논리, 언론 관행, 기후위기

1. 서론

국제사회가 기후변화가 인간의 타인지 논의하기 시작한 것은 1970년대 말이다(Gupta, 2010). 1980년대 후반에 온실가스와 지구 온난화의 상관관계가 과학적으로 규명되었고, 1992년에 리우 선언이 있었고, 1997년에 교토의정서가 채택되었다. 그로부터 30년도 채 지나지 않은 2023년 현재, 우리는 기후변화 수준이 위기를 넘어 재앙 수준에 이르렀다는 이야기를 주고받고 있다. 한국 사회는 태풍, 가뭄, 폭염, 폭우 등의 대형 자연재해는 물론, 기후변화가 초래한 다양한 사회적 불평등까지 경험하고 있다.

기후변화에 대한 위기의식이 커지고, 정치, 경제, 사회 등 각 영역에서 대응 움직임이 나타나면서 언론의 적극적 역할이 필요하다는 목소리가 커지고 있다(진민정·이봉현·문영은, 2022; Ejaz, Ittefaq, & Arif, 2022). 기후위기의 영향력은 광범위하고 복잡적이다. 그래서 모든 영역에서의 동시다발적이고도 장기적인 협력으로만 기후위기에 대응할 수 있는데, 언론은 이 과정에서 각 대응 주체를 뉴스로 매개하는 역할을 한다(조효재, 2022). 국민은 뉴스를 통해 정부의 기후위기 대응 방향을 이해하고 그에 대한 태도를 형성한다. 여론을 다룬 뉴스는 정부를 압박할 수 있다. 뉴스에서 대형 재난의 원인이 어떻게 분석되느냐는 기업의 지속 가능 경영 기조에 영향을 미칠 수 있다. 언론이 기후를 어떻게 취재하여 보도하는지, 즉 ‘기후 저널리즘’은 기후위기에 대한 사회의 인식과 태도, 행동에 영향을 미친다(Schäfer & Painter, 2021).

그런데 문제는 기후위기가 언론이 전통적으로 다뤄 온 취재, 보도 영역과 다르다는 데에 있다. 취재기자 개인 차원에서 봤을 때, 전통적으로 목격, 문답, 발굴을 통해 찾고 확인한 사실을 전달하는 일을 최우선으로 해 온 기자들에게 기후위기는 추상성이 너무 높다. 게다가 그런 식의 취재에 최적화되어 있는 언론사의 직제와 편제는 기후위기를 담기에 부적합하다. ‘정치’, ‘경제’, ‘법조’, ‘시경’, ‘교육’, ‘환경’, ‘복지’, ‘국제’ 등 언론사 주요 부서 중 기후위기와 관련 없는 곳이 없다. 기후위기 자체는 새로운 현상이 아니나 언론에게 있어서 기후위기는 새로운 영역이나 다름없다(진민정·이봉현·신우열, 2021).

새로운 영역을 취재하고 보도하는 데에는 넓게는 언론 제도 전체의, 좁게는 개별 언론사와 기자 개인의 창의성과 유연성이 필요한데, 이들을 생성하고 발휘하고 구체화하는 데에는 언론 논리(media logic)가 영향을 미친다(Berglez, 2011). 언론 논리는 언론을 다른 사회 제도와 구분하는 문화적 구조로서 언론 규범, 관행, 기술, 이데올로기, 조직 형태에 반영되어 있다(Lewis, 2012). 언론사는 언론 장(場)의 일원으로서, 그리고 기지는 언론사의 일원으로서 저널리즘을 하면서 언론 논리를 체화한다. 체화된 언론 논리는 언론사의 시스템과 문화, 기자의 취재와 보도에

틀을 제시한다(이석호·이오현, 2019). 예컨대, 개별 기지는 언론 논리에 따라 소재의 뉴스 가치를 판단한다. 그 판단을 통과한 소재는 취재되어 크기나 순서를 정하는 논리를 거쳐 지면이나 웹 페이지, 방송 뉴스 프로그램에 크게 혹은 작게 보도된다(원용진, 2002). 새로운 사건과 주제를 맞닥뜨린 기지는 크든 작든 기존 언론 논리의 영향을 받을 수밖에 없다. 요컨대, 기자에게 언론 논리는 직무의 맥락이자 조건으로 기능한다.

하지만 언론 논리는 영원불변하지도, 개별 기자의 행동 범위나 행동 양식을 무조건적으로 정하는 것도 아니다. 정치적, 경제적, 기술적 요인에 의해 언론의 전통이 무너지거나 그 내용이 달라진 사례는 적지 않다. 예컨대, 북반구 언론계가 제도적 논리의 핵심으로 여겨 왔던 정보 통제력은 디지털 문화를 언론의 경계 내부로 유입시킨 블로거, 유튜브 등 신홍세력에 의해 (겉으로나마) 참여와 상호작용을 강조하는 방향으로 변해갔다(Lewis, 2012; Lewis, Holton, & Coddington, 2014). 탐사보도 등 특수한 형태의 저널리즘을 실천하는 기자들이 전통과 새로움을 뒤섞음으로써 언론 경계 내부에 자기 자리를 만들어 간 사례에서 볼 수 있듯이(Shin, 2015), 개인이나 집단이 어떤 실천을 하느냐에 따라 언론 논리는 재구성되기도 한다. 기후 저널리즘도 경우에 따라 언론 논리 바깥, 그리고 너머에서 실천될 수 있다(Berglez, 2011).

이 연구는 기후위기에라는 새로운 문제를 받아든 한국 기자들의 문제 해결 과정에 한국 언론이 구성하고 유지해 온 제도적 논리가 어떤 식으로 작동하는지 탐구한다. 한국 언론학계는 언론 관행, 편집국 문화 등 언론 논리의 구성 요소로 인하여 뉴스 생산 과정이 어떤 특징을 갖게 되는지, 그 결과 뉴스는 어떤 경향성을 보이는지를 연구하면서 기후위기처럼 창의성, 전문성, 심층성이 필요한 취재 보도 영역에서 한국 언론이 보여 온 문제점을 지적해 왔다. 이 연구는 이러한 언론'적' 사고방식, 관행, 체계 등이 기후 저널리즘에는 어떻게 작동하는지, 그로 인하여 한국의 기후 저널리즘은 무엇이 되어 가는지를 들여다본다. 특히 뉴스 영역으로서 기후위기가 갖고 있는 독특성을 반영한 보도를 위해 일선 기자들이 어떤 식으로 우회 경로를 찾는지, 이 노력을 기성 언론 논리가 어떻게 방해하는지를 중점적으로 살펴보고자 한다. 이를 위해 국내 주요 언론사에서 기후위기를 전담하고 있는 기자 15명을 2단계에 걸쳐 인터뷰하였다.

2. 이론적 틀

1) 언론(만을 위한) 논리

뉴스 생산 과정에서 기자들이 수집한 원자료는 특정 논리에 따라 뉴스로 변모한다. 직업 사회학

적 관점에서 제도적 논리(institutional logic)는 특정 직업군에 속한 사람들이 사회적 권위와 지위를 획득하고자 노력하는 과정 속에서 구성되는 상징적, 경험적 규칙, 규범, 신념, 관행의 총체를 뜻한다(Friedland & Alford, 1991). 언론 논리는 언론계가 언론직을 전문직으로, 언론인을 전문인으로 만드는 과정에서 언론과 다른 제도 사이를 구분 짓는 역할을 하는 사회문화적 경계선이다(Ryfe, 2006). 기자와 시사 유튜버가 콘텐츠를 만드는 방식에 있어서 어떤 차이가 있고, 그 차이가 기자가 만든 콘텐츠를 이용자가 더 신뢰하게 만들 수 있다. 이 차이를 유지하고 강화하는 데에는 해당 기자가 소속된 언론사의 '간판'과 시스템은 물론, 기자이기에 마땅히 따라야 하는 도리와 행동 규범, 그리고 그에 기반한 선택적 행동이 영향을 미친다. 기자를 기자답게 하는 이미지, 시스템, 도리, 규범, 행동을 모두 합친 무언가가 바로 언론 논리다. 요컨대, 언론 논리는 정보 생산 관련 지식 체계와 업무 행위를 관할하기 위해 언론직이라는 특정 직업군에 속한 행위자들이 사회적으로 투쟁하는 과정 속에서 형성된 문화적 구성체다(Carlson & Lewis, 2015).

전문직화의 핵심은 통제력에 있다(Freidson, 2001). 법, 의료, 학계 등 모든 전문직군은 그 고유의 규범적 기능 행사를 정당화하기 위해 사회문화적 경계를 쌓아 왔다. 북반구 대부분의 국가에서는 언론도 마찬가지로 이 경계선 작업(boundary work)을 통해 고유한 역할을 맡아 왔는데, 바로 정보 통제다(Lewis, 2012). 언론은 사회에 정보를 선별하여 제공하는 이른바 '게이트 키퍼'로서 기능하면서 이를 위한 전문성과 사회적 권위를 쌓아 왔다(Shoemaker & Vos, 2009). 즉, 정보 통제력은 언론 논리의 근간으로서 언론 전문성의 필수 요소, 예컨대 언론 규범, 가치, 관행 등을 하나로 묶는 역할을 한다. 바꾸어 말하자면, 언론 규범, 가치, 관행은 언론의 정보 통제 권한과 지위를 유지하는 방향으로 구성되고 유지되는 경향을 보인다. 예컨대, 언론 논리의 작동하에 '규범적인 역할'을 수행하는 기지는 사회를 대신하여 뉴스에 관한 게이트 키핑 권한을 행사해야 한다는 신념에 따라 행동한다(Deuze, 2005).

언론은 다른 전문직군에 비하여 그 지위와 권한이 어중간해서 '유사 전문직(semi-profession)'이라는 평가를 받아 왔고(Witschge & Nygren, 2009), 또 맥락에 따라 정도의 차이가 있긴 하나, 국가와 자본은 물론 기술과 대중에게도 자율성을 위협받는 형편이어서 경계선 유지에 애를 먹어 왔다(Kim & Shin, 2021; Shin, Kim, & Joo, 2021). 특히 디지털 시대에 이르러 사실상 누구나 정보를 다수에게 유통할 수 있게 된 상황에 이르러 언론은 참여, 상호작용, 투명성 등 디지털 문화를 어느 정도 받아들일 것인지 선택해야만 했다. 이때도 언론은 기존에 유지해 왔던 경계를 모호하게 만들지 않을 만큼만 디지털 문화를 차용하면서 사회에서 어떤 정보가 뉴스감인지 결정하는 권한만큼은 유지하고자 해 왔다(Lasorsa, Lewis, & Holton,

2012; Perreault & Hanusch, 2023; Singer, 2005). 이런 식으로 언론 논리는 언론의 정보 통제력을 유지하는 데에 최적화하는 경향을 보였다.

언론 논리는 언론이 사회로부터 언론답다고 인정받을 때, 즉 사회 구성원들이 언론이 관리하고 조절하여 유통한 뉴스를 신뢰하고 필요로 할 때에야 진정한 의미에서 작동한다고 볼 수 있다. 하지만 대중은 갈수록 언론이 선별하여 제시한 정보를 곧이곧대로 신용하지 않는 모양새다. 전 세계에서 언론의 신뢰도는 수년 간 하락세이고, 한국은 그중에서도 언론을 가장 불신하는 국가들 중 하나로 꼽힌다(Newman, Fletcher, Eddy, Robertson, & Nielsen, 2023). 이렇게 된 데에는 언론의 경계선 작업이 언론이 실제로 속한 사회의 변화와 무관하게 진행되어 그 결과 물로서의 언론 논리가 주로 언론계 구성원들끼리 ‘먹고사는 방식’으로 작동된 탓이 크다(Zelizer, Boczowski, & Anderson, 2021/2023). 즉, 언론이 사회와 조응하지 않게 된 것이다.

사회와 조응하는 정보 통제 기관으로 남으려면 언론은 자기 논리를 비판적으로 검토하고 수정하고 보완할 필요가 있다. 즉, 언론은 정보 통제라는 목적을 이루는 데 필요한 수단으로서 뉴스 생산 및 유통 과정, 규범, 조직 문화, 뉴스 이용자와의 관계 등 언론 논리의 구성 요소들을 내외부적 변화에 맞춰 조정해야 마땅하다. 하지만 언론학계의 연구들은 한국 언론이 수단을 도리어 목적으로 도치하는 정황을 포착하고 있다.

특히 한국 언론은 기사의 다양성, 심층성에 도움이 안 되는 취재·보도 관행을 유지한다는 비판을 받고 있다. 출입처를 기준으로 업무 경계를 세워 칸막이식으로 취재하는 문화(김세은·홍남희, 2019)나 편집국 내부의 순환 근무 관행(김수영, 2017)은 기자들이 특정 사안을 더 종합적, 입체적, 연속적으로 다룰 수 있는 기회를 차단한다. 또한 출입처에서 기자와 취재원이 형성하는 상호협력적 공생관계는 전통적인 비판의 대상이다. 조국 전 법무부 장관 임명 관련 보도를 분석한 박영흠과 이정훈(2020)은 법조기자단 소속 기자들이 검찰 취재원에 과도하게 의존함으로써 사안에 관한 종합적 사실을 확인하기보다는 단편적 사실에 기반한 의혹 제기식 기사를 양산하는 행태의 문제점을 지적했다. 이 뉴스 생산 관행은 “언론에 대한 시민들의 부정적 인식을 만들어낸 결정적 요인”(박영흠·이정훈, 2020, 40쪽)으로 꼽히는데도 여간해서 바뀌지 않는데, 박영흠(2020)은 그 이유가 상당 부분 조직과 제도의 영향이라고 진단했다. 현장 기자의 활동 방침을 결정하면서 뉴스 조직은 “왜곡된 관행을 반복 수행할 수밖에 없는 조건을 강요”하는 경향을 보인다(박영흠, 2020, 293쪽). 언론 제도권 내에서는 이 규칙을 더 적극적으로 수행하는 기자일수록 언론계가 높은 가치를 부여하는 정보를 엘리트 취재원으로부터 입수하여 ‘단독’을 더 자주 쓸 수 있기 때문에 수당, 인사이동에 있어서 보상을 얻을 가능성이 높다.

언론 논리와 다른 논리—예컨대 시장 경쟁력 강화와 수익 창출을 기반으로 한 산업 논리—

가 긴장 상태에 놓이는 상황에서 언론이 사회로부터 탈구되는 모습도 관측되고 있다. 21세기는 뉴스 유통과 이용이 디지털화하면서 포털의 영향권이 한국 언론 전반에 확장되어 간 시기이다. 이 시기에 현장 기자들은 전통적으로 강조해 온 '특종'의 가치를 여전히 최우선으로 여기는 반면, 언론사들은 포털에서 '클릭'을 유발하는 연성 아이템을 효율적으로 생산함으로써 시장 경쟁력을 강화하는 모습이 관찰됐다(김세은, 2017). 이 딜레마적 상황에서 산업 논리와 혼합된 언론 논리가 주류를 이뤘고, 디지털상에서 뉴스가 "극단적 상품화"되는 경향이 나타났다(박영흠, 2018, 170쪽). 그 결과 기획이나 탐사를 통해 내용적 차원에서 독창성을 가진 뉴스를 발굴하기보다는 보도자료 등 이미 공개된 자료를 누가 먼저 기사화하는지를 두고 펼쳐지는 이른바 '단독 경쟁'이 포털상에서 벌어지고(유수정, 2018), "디지털 저널리즘 생태계를 독성화하는 데 적극 기여"할지 언정 '더 잘 팔리는 상품'을 만들 수만 있다면 공적 가치보다 상업적 가치를 우선시하는 언론사들이 늘어났다(홍남희, 2022, 272쪽). 이런 식으로 조정된 언론 논리가 주류화한 상황 속에서는 사회 구성원들이 언론을 신뢰할 만한 정보기구로서 존중하지 않을 공산이 크다(Zelizer et al., 2021/2023).

2) 언론 논리와 기후 저널리즘

언론 논리가 언론이 신뢰할 만한 정보 기구로서 작동하는 데에 기여하지 못하는 현재 상황이 언론이 기후위기와 같은 새로운 보도 영역을 대하는 방식에 반영된다는 것이 본 연구의 문제의식이다. 한국 언론에게 있어서 기후위기는 여러모로 난제다. 기후위기는 환경, 정책, 산업, 기술, 과학, 정치, 노동, 인권, 국제 등 다양한 영역을 복잡하게 넘나드는 이른바 간(間)영역적 쟁점이다(조효제, 2020). 직제를 주로 취재 영역별로, 출입처별로 구획해 온 국내 언론사들은 간영역적 특징을 가진 기후위기를 다루는 데에 어려움을 겪을 수밖에 없다. "충분한 사실확인"과 "신속한 보도"를 최우선 원칙으로 여겨 온 기자 개개인도(한국언론진흥재단, 2021) 기후위기를 어렵게 느낄 수 있다. 기후위기 관련 사건의 상당수가 확률의 영역이라는 점에서 객관주의를 형식화하면서 확실함을 추구해 온 기자는 어떻게 기사를 결론내야 하는지 헷갈려 할 수 있다. 또한 시의성, 근접성 등 이른바 뉴스 가치가 있는 사건을 기사화하는 것을 특화해 온 기자에게는 오랜 기간에 걸쳐 서서히 진행되어 온 기후위기가 통상적 감각을 넘어선 문제처럼 여겨질 수 있다(진민정 등, 2021).

국내 기후 보도의 특성을 분석한 연구들은 언론 논리의 작동 속에서 언론이 재현하는 기후 위기가 실제 현상으로서의 기후위기와 어긋날 수 있다는 점을 보여준다. 즉, 국내 기후위기 뉴스는 기후위기의 독특성을 제대로 반영하지 못하고 있다. 우선, 한국 언론은 전반적으로 기사의 상

품성에 기초한 뉴스 생산에 집중함으로써 기후위기의 중요성을 정치, 법조, 사회 등 다른 영역 이슈에 비해 낮게 인식하고 있다(윤순진, 2016). 그 자체로서는 뉴스 가치가 그리 높지 않은 아이템으로 취급받아 온 기후위기는 국제회의와 그에 대한 정부 대응, 특이하고 광범위한 기후 현상, 정치 쟁점화 등으로 인하여 뉴스 가치가 부여될 때에야 비로소 언론의 관심을 끄는 편이다(한빛나라 김혜정·김영옥, 2021). 2015년 파리기후변화 협약 이후 기후위기 보도량 자체는 폭증했지만, 양질의 보도가 이와 비례하여 증가한 것은 아니다. 늘어난 기사량 대부분을 정부나 기업의 보도자료에 기반한 기사가 차지했다(민주언론시민연합, 2022). 대다수 언론사에서 기후위기는 여전히 국제부 기자 또는 사회부 내 환경부, 기상청 출입기자들의 몫인데, 회사의 투자와 자원 배분 부족, 그리고 순환 근무제로 인하여 이들은 기후위기 이슈를 오래, 깊이 취재하지 못하는 편이다(진민정 등, 2021). 2020년 이후 한겨레, 한국일보, 세계일보 등 기후위기 전담팀을 구성하는 언론사가 적은 수나마 생겨나고 있긴 하나, 이 회사들마저도 전담 인력 운영에 기후위기의 독특성을 반영하지 못한다는 평가를 받고 있다(진민정 등, 2021). 회사의 태도에 진정성이 없다고 느껴져서 전담팀 구성의 저의가 이른바 “그린워싱(greenwashing)”에 있는 것 같다고 의심하고 “내년에도 살아남는 것이 목표”라고 말하는 소속 기자들이 있을 정도로 기후위기 전담팀의 사내 지위는 불안정하다(박재령, 2022).

사회의 기후위기 대응에 고유한 역할을 하려면 언론은 기후위기를 그 특성에 맞게 다룰 필요가 있다(Brüggenmann, 2017; Gutsche & Pinto, 2022). 기후위기를 언론 방식대로 이해할 것을 요청하는 일종의 코드로서 언론 논리는 기후위기 뉴스화 과정을 평평하게 만드는 데에서 그치지 않고 사회 구성원들에게 영향을 미칠 수밖에 없다는 점에서 비판적으로 분석될 필요가 있다.

이에 본 연구는 국내 주요 언론사의 기후위기 기자 15명의 증언을 분석하여 정보 통제력을 위해 개발되어 온 언론 논리가 역설적이게도 기후위기 측면에서 언론이 정보 기구로서의 지위와 권한을 유지하는 것을 저해하는 상황을 보여주고자 한다. 기존 연구들이 한국 언론이 ‘기후위기에 관한 현실’을 어떻게 구성하는지를 비판적으로 규명해 왔다면, 이 연구는 ‘언론 그 자체’의 특징에 주목하여 언론 논리가 한국 언론이 기후위기를 다루는 방식을 어떤 식으로 굴절시키는지 조망하고자 한다. 본 연구자가 인터뷰한 기자들은 한국 언론계에서 기후위기가 새로운 뉴스 영역으로 대두된 이래 대내외적으로 ‘기후위기 기자’ 혹은 ‘기후변화 기자’ 직함을 내걸고 기후위기를 다뤄 온 이들이다. 인터뷰 당시, 이들 중 일부는 국내에 몇 안 되는 기후위기 전담팀을 이끌고 있었고, 또 다른 몇몇은 홀로 자사의 기후위기 보도를 전담하고 있었다. 이들과의 인터뷰 자료를 분석함으로써 이 연구는 현재 한국 기후 저널리즘의 경계를 드러내고 그 안팎에서 기자들이 벌이는 전략적 행위를 다각도로 보여주고자 한다.

3. 연구 방법

이 연구의 목적은 직제와 편제 등의 언론사 시스템, 위계질서 등의 조직 문화, 한국 주류 언론사 소속 기자로서 기자가 체화한 사고방식 및 관행 등을 아우르는 언론 논리가 기후위기 관련 뉴스 생산 과정에 작동하는 방식을 살펴보는 데에 있다. 이를 위해 본 연구자는 총 11개 언론사 소속 기자 15명을 2단계에 걸쳐 인터뷰했다.

Table 1. List of Interviewees

ID	Type of media outlet	Newsroom position	Data Collection
A	Newspaper	Reporter, Social Affairs Department	Stage 1, Group interview
B	Newspaper	Reporter, Climate Crisis Team (Task force/temporary)	Stage 1, Group interview
C	Digital native	Reporter, Climate Crisis Team (Task force/temporary)	Stage 2, Face-to-face
D	Newspaper	Reporter/Team Leader, Climate Crisis Team (Permanent)	Stage 1, Group interview
E	Newspaper	Reporter, Climate Crisis Team (Permanent)	Stage 1, Group interview
F	Television	Specialist Reporter covering the environmental issues	Stage 1, Email interview
G	Television	Specialist Reporter covering the environmental issues	Stage 1, Email interview
H	Newspaper	Reporter, Climate Crisis Team (Task force/temporary)	Stage 1, Group Interview
I	Newspaper	Specialist Reporter covering the environmental issues	Stage 1, Group Interview
J	Newspaper	Specialist Reporter covering the environmental issues	Stage 1, Group Interview
K	News agency	Reporter, Social Affairs Department	Stage 2, Face-to-face
L	Newspaper	Reporter, Social Affairs Department	Stage 2, Face-to-face
M	Newspaper	Reporter, Climate Crisis Team (Permanent)	Stage 2, Face-to-face
N	News agency	Reporter, Social Affairs Department	Stage 2, Face-to-face
O	Digital native	Reporter, Social Affairs Department	Stage 2, Face-to-face

2021년 8월에 진행된 1단계 데이터 수집은 집단심층인터뷰 2회와 이메일 인터뷰 두 건으로 구성되었다. 각 언론사 기후위기 관련 기사의 바이라인을 참고하여 인터뷰 참여자를 목적 표집하였고, 인터뷰에 응한 기자들의 협조하에 눈덩이 표집을 통해 참여자를 추가 섭외하였다. 1단계에는 신문사 여섯 곳과 방송사 두 곳에 소속된 기자 아홉 명이 인터뷰에 참여했다. 이들 중 두 명은 인터뷰 당시 소속 언론사의 상설 기후위기팀에서 기후위기 취재만 전담하고 있었고, 두 명은 한시적 성격을 띤 기후위기 태스크포스에 속해 있었다. 기상전문기자 혹은 환경전문기자로서 소속 언론사에서 재난 관련 보도, 기상청 자료 분석 보도, 기후위기 보도를 도맡는 기자 네 명도 1단계 데이터 수집 과정에 참여했다. 나머지 한 명은 사회부에서 환경을 담당하면서 기후위기를 주로 기삿거리로 다루는 기자였다.

연구자는 인터뷰 참여자들에게 “어떻게 기후위기 취재를 시작하게 됐는지”, “기후위기 분야와 다른 분야 취재 및 보도의 유사점과 차이점은 무엇인지”, “기후위기 취재 및 보도의 어려움과 한계는 무엇인지”, “그 어려움과 한계를 극복하기 위해 무엇을 어떻게 하고 있는지 혹은 무엇이 필요하다고 생각하는지”, “기후 저널리즘은 어떻게 발전해야 한다고 생각하는지”를 물었다. 이 질문들에 대한 답변을 분석하여 기후위기 기자들이 기후 저널리즘을 어떻게 인식하고 실천하고 있는지, 그 이해 및 실천과 기성 언론 논리가 어떻게 관련 있는지를 이해하고자 했다. 집단심층인터뷰를 통해 본 연구자는 참여자들의 동질감을 기반으로 한 상호작용 속에서 유연하게 연구 문제를 탐색하여 한국의 기후 저널리즘에 심층적으로 접근할 수 있었다.

1단계에서 수집한 데이터를 분석하면서 연구자는 기후 저널리즘이라는 새로운 뉴스 영역을 개척해 나가고 있는 기자들이 각기 다른 언론사에 속해있음에도 불구하고 유사한 방식으로 도전과 좌절을 경험하고 있다는 점을 확인했고, 이 결과의 적용 범위를 확대할 목적으로 2023년 8월에 추가적으로 기자 여섯 명을 섭외하여 심층인터뷰를 실시하였다. 이 2단계 인터뷰 참여자 모집에는 1단계 참여 기자들의 도움을 받았다. 이 과정에서 1단계에 포함시키지 못한 언론사 유형인 통신사와 인터넷신문사 소속 기자들을 우선적으로 섭외하여 각 두 명씩 총 네 명을 인터뷰하였다. 통신사 기자들은 둘 다 사회부 소속으로 환경 이슈를 두루 다루고 있었고, 인터넷신문사 기자들 중 한 명은 한시적 성격의 기후위기 프로젝트팀에, 다른 한 명은 사회부에 속해 있었다. 2단계 참여자 여섯 명 중 나머지 두 명은 신문사 소속이었다. 한 명은 상설 기후위기팀 소속 기자였고, 다른 한 명은 사회부 소속으로 환경부에 출입하는 기자였다. 이들과의 인터뷰는 1단계 수집 데이터 분석 결과를 확인하는 데 목적을 뒀으므로 1단계 인터뷰 질문을 중심으로 진행되었다.

4. 연구 결과

1) 뚜렷한 경계 사이를 오가는 기후위기

기후위기는 뉴스 조직 내에서 정치, 산업, 법 등에 비하여 비주류 뉴스 주제로 인식된다. 이러한 인식은 언론사가 취재 인력을 구성하고 배치하고 운영해 온 관행과 결부되어 기후위기 보도를 특징짓는다. 한국의 뉴스 조직에서 보도 영역은 인식론적으로, 그리고 조직의 체계를 결정하는 중요한 요인이다. 예컨대, 부서나 팀의 명칭에 반영된 주제는 해당 언론사에서 중요한 의미를 갖는다.

현재 국내 대다수 언론사들은 기후위기를 독립된 뉴스 영역으로 보지 않으므로 기후위기 전담 인력을 배치하거나 전담 부서를 설치하기보다는 “여기저기에서”(C기자) 처리하게 하고 있다. 이런 언론사의 기후위기 기사의 양과 질은 기자 개인의 관심과 역량, 그리고 소속 언론사와 부서의 취재 관행에 달려 있다.

많은 언론사에서 기후위기 이슈는 환경 영역의 일부분으로서 환경 담당 기자의 몫으로 여겨진다. 기후위기에 특별한 관심을 갖지 않은 한 환경 담당 기자에게 기후위기는 “원 오브 them (one of them)”일 뿐이다(A기자). 환경 담당 기자는 소속 언론사를 위해 자기 출입처, 예컨대 환경부를 “매일 커버해야 한다”(L기자). 따라서 출입처에서 기후위기와 관련하여 어떤 정보를 얼마나 주는지에 기후위기 보도의 성격이 정해질 수밖에 없다.

우리 회사뿐 아니라 다른 회사도 마찬가지일 것 같은데 ... 대부분은 기후변화팀도, 기후 변화 영역도 없다. 대신 환경 담당 기자는 어느 곳에나 있다. 환경 담당 기자가 환경의 수많은 영역 중에서도 기후변화와 관련 있는 이슈를 얼마나 다루느냐, 즉 개인의 관심도에 기후변화 보도가 달려있다고 생각한다. (A기자)

편집국 안에도 환경 보도를 하는 사람이 세 명 있긴 한데, 환경만 전담하지는 않는다. 사회부에서 기상청을 담당하거나, 세종시 정책팀에서 환경부 출입을 하거나, 과학, 아이티(IT) 기업 및 기술과 관련해 환경을 다루고 있다. 개인적으로 이분들에게 기후위기, 환경이 1순위는 아니라고 느낀다. 원래 부처의 주요 출입 업무를 우선으로 하고, 환경 이슈가 있을 때, 특히 정책 발표나 기술 보도 자료가 나왔을 때 처리하는 정도다. (B기자)

기후위기 기사는 환경 담당 기자만 쓰는 게 아니다. 기후위기는 범영역적, 간영역적이기 때문에 “어떤 현상의 원인을 기후위기로 단정하기 어려울 때가 많다”(B기자). 이런 “책임 소재가

불분명한 현상”(B기자)을 어떤 부서의 누가 책임지고 초점을 어디에 두고 기사를 쓰는지에 따라 산업 기사가 되기도 하고, 정치 기사가 되기도 하고, 사회 기사가 되기도 한다. 지면이나 뉴스 프로그램에 매일, 웹사이트를 매순간 채워야 하는 언론사에서는 각 부서가 재난, 재해 등 관련 사건이나 사고가 발생할 때, 정책 현안의 배경이 될 때, 정치인 등 엘리트가 관련하여 발언할 때, 지속가능경영 등 기업 관련 이슈가 있을 때 각각 기후위기를 다룬다.

각 부서의 관점, 취재 관행, 그리고 사내 입지 등이 얽히고설켜 해당 언론사의 기후위기 보도량과 방향성이 드러난다. 최근 들어 각 언론사에서 환경 담당 기자들보다 기후위기 관련 기사를 더 많이 내놓는 기자들이 있는데, 바로 산업부나 경제부 기자들이다. 단, 그들은 자기 기사를 기후위기 기사라고 생각하지 않는다. 이른바 지속가능경영이 중요해지면서 관련 보도자료를 적극적으로 생산하는 등 기업들은 상대적으로 기후위기에 발빠르게 대응하고 있다. 이에 따라 경제부나 산업부 기자에게는 기업이 기후, 환경과 관련하여 뉴스가치를 갖는 일이 잦을 수밖에 없고, 이를 기사로 쓰는 것은 그들에게 당연한 일이다. 이 경향이 너무 뚜렷한 나머지 자기 회사가 기업의 홍보 수단으로 전략한 것 같다고 우려하는 기자도 있다.

최근 많이 나오는 보도가 이에스지(ESG) 보도다. 최근 들어 기후변화 기사량이 늘었다고 하는데, 사실 그중 상당수가 그저 기업발 이에스지 기사, 보도자료(에 기반을 둔 기사)가 아닌가 싶다. 그런 기사는 주로 산업부 기자들이 쓸 텐데, 자료를 어떻게 해석하고, 비평하고, 그런위성을 숨어낼 것인지 아직 익숙하지 않은 것 같다. (E기자)

부서에 따라 보도 방식이 관행화된 탓에 기후위기를 맥락으로 깊이 있게 풀어낼 수 있는 사안이 단신으로 처리되기도 한다. 해외 재난을 국제부에서 단신으로 처리하는 경우가 일례다.

캘리포니아의 산불이나 중국의 산사태, 일본의 폭우 등의 경우, 우리 회사는 오직 국제부의 아이টে็ม으로 정해지는 경향이 있다. 그리고 우리는 방송 뉴스이기에 ‘일본에 비가 많이 왔다’ 정도로만 끝나는 뉴스가 많다. 이러한 뉴스에도 기후위기 이야기를 담을 수 있다. 조금만 이야기를 덧붙이면 더 깊이 있고, 다른 메시지도 함께 던질 수 있는 리포트가 될 텐데, 부서 간 소통이 안 되는 점이 가장 큰 걸림돌인 것 같다. (F기자)

전통적으로 언론사 내 각 부서는 서로의 영역을 넘지 않으려고 하고, 파편적, 독립적으로 이슈에 대응하는 경향이 있다. 그러다보니 한 언론사에서 “조율이 안 돼서 기상청 출입 기자와

환경부 출입 기자가 똑같은 내용의 기사를 쓰는 일”(B기자), 반대로 동일한 기후위기 테마를 상반된 관점으로 다른 기사를 동시에 생산하는 일이 벌어진다. 특히 각 부서의 담당 영역에서 기후위기의 핵심 테마, 예컨대 탄소 중립이나 재생에너지 정책을 서로 다른 관점에서 조명하는 경우도 적지 않은데, 이 영역 내 관점은 해당 부서의 아이템 선정 여부나 논조에 영향을 미친다.

회사 내에 부서간 ‘우리만의 아이템’, ‘우리의 보도’라는 경계선이 있어서 보도국 전체가 한 방향으로 나아가는 것에 걸림돌이 되는 듯하다. 또한 (기후위기에) 많은 사회 문제들이 연결되어 있다 보니 관점이 다양할 수 있다. 부서마다 ... 지향하는 관점이 서로 다르다고 느낀다. (F기자)

예를 들어, 한 언론사에서는 같은 시기에 환경부 및 기상청 담당 부서에서는 탄소 중립을 압박하는 관점의 기사를, 경제부에서는 사실상 대기업의 그린워싱을 방조하는 결과로 이어질 가능성이 있는 기사를 발제한 적이 있었는데, 이럴 때마다 환경부나 기상청 (담당)은 가장 힘이 없는 부서이기 때문에 다른 부서를 설득하기가 쉽지 않다. (G기자)

2) 언론 논리에 갇힌 기후 저널리즘

뉴스룸 공간을 전통적 보도 영역에 따라 구획하고, 그 경계에 대한 인식을 토대로 역할을 분담해 온 언론사는 기후위기 전담팀을 설치한다고 하더라도 그 팀을 기후위기의 특수성을 고려해 운영하기가 쉽지 않다. 즉, 기후위기팀의 존재가 즉각 기후위기에 최적화된 저널리즘 실천으로 이어지는 것은 아니다. 기후위기 전담팀을 신설한 언론사 대부분은 그제 상설팀이든 태스크포스이든 기후위기의 특수성에 대한 고려나 전담 인력의 역할에 대한 이해 없이 일을 벌였다. “기후위기 이슈를 선도하자”라는 정도의 “목표는 있었으나 그걸 어떻게 이룰 수 있는지는 사실상 아무도 몰랐기 때문에” 기존에 인력을 운영해 온 방식을 적용하는 것이 자연스러운 수순이었다(D기자). 상설 기후위기팀을 출입처를 기준으로 편성한 D기자의 회사 사례가 이를 잘 보여준다.

회사에서 처음 기후팀을 꾸릴 때는 그저 기후위기가 최근 외신도 많이 다루고 중요한 이슈 같으니, 출입처를 묶은 후 ‘한번 해봐’ 정도의 수준이었다. ... 여태 기후팀에 있었던 사람이 총 5명인데, 환경부 출입했던 기자를 팀장으로 처음 팀이 꾸려졌을 때, 나를 제외한 기자들은 환경, 기상을 쪽 담당해왔던 분들이었다. ... 나는 다른 부서에서 충원되었다. 또한 추후에 새로 온 후배도 환경이나 기후랑 무관한 부서에서 기후팀으로 왔다. (D기자)

태스크포스를 구성해 한시적으로 기후위기팀을 운영하는 언론사들도 마찬가지다. 이 언론사들은 “국내외 경쟁사들이 하기 때문에”(H기자) 또는 “유행일지도 모를 기후위기”(H기자)에 인력을 투자하는 게 과연 수지타산에 맞는지 보고자 태스크포스를 임기응변식으로 만들었다.

우리 팀은 두 기자 모두 환경이나 과학, 기후를 취재한 경험이 없다. 나는 정책 팀에서 노동이나 교육을 담당했고, 환경을 백업하긴 했지만 아주 짧은 기간이었다. 다른 기자는 4년 차 정도인데, 사회부 경험이 대부분이다. 그럼에도 이렇게 기후대응팀이 구성된 이유는, 기후위기가 젊은 세대에 어필할 수 있는 주제라는 판단 때문이다. 즉, 아젠다의 심각성이나 전문성보다도, 밀레니얼 이하 세대에게 와닿을 수 있는 콘텐츠를 기획하지는 의도에 초점을 두고 팀이 구성되었다. (H기자)

기후위기 전담팀은 누가 봐도 기후위기 관련성이 명확한 이슈—예를 들어, 유엔기후변화협약 당사국총회—가 발생하면 집중 취재한다. 또한 신생팀들은 언론사 내에 분명한 영역이 없기 때문에 기후위기 프로젝트를 수시로 개발해야 하는 등 기후위기만의 영역이 뉴스룸 내에 필요한 이유를 계속해서 증명해야 한다.

우리는 아직 1년도 되지 않은 신생팀이어서, 디지털에서도 신문에서도 (우리에게) 힘을 많이 실어주고 있다. 하지만 장기적으로 보았을 때, 당장 내년도 (투자자) 확실치 않다. 물론 내년까지 팀은 존재하겠지만, 조금이라도 페이지뷰가 감소하거나 기후위기보다 더 중요한 이슈가 있다는 인식이 편집국 내부에 생기면 우리 팀이 금방 힘을 잃을 수도 있겠다는 생각이 든다. (H기자)

뉴스 조직의 구성원들은 기왕 설치된 이상 기후위기 전담팀을 다른 부서, 팀과 동일선상에서 취급한다. 즉, ‘독립된 영역’을 가진 부서로 대하기 시작한다. 자기 부서와 관련 있는 기후위기 주제가더라도 도리어 취재를 꺼리게 되는 현상이 나타나기도 한다. 경계를 넘으면 안 된다고 인식하기 때문이다. 기후위기 전담팀 팀장이 된 이후 D기자는 “이러한 내용이 나왔는데 꼭 기사를 써야 하느냐”라든지, “너희가 쓰지 않았느냐”라는 말을 종종 듣게 됐으면서, “기후팀이 생긴 이후 타 부서에서 기후위기 기사를 더욱 안 쓰는 것 같아서 힘들다”라고 아쉬움을 토로했다.

3) 해설자 역할의 개발

뉴스 조직의 일부로서 기후위기 기자들도 자기 영역을 필요로 한다. 영역이 얼마나 선명한가는 조직 내 입지가 얼마나 안정적인지를 보여주기 때문이다. 기후위기 기자들은 다른 부서의 영역을 침범하지 않는 선에서 자기 영역을 개척해 나간다. 국제부 기자, 환경부 출입기자가 아니라 기후위기 전담 기자만이 할 수 있는 역할을 개발한다.

취재를 거듭하면서 기후위기 전담 기자들은 기후위기와 다른 영역의 차이를 실감하면서 사건, 사고에 관한 정보 전달만으로는 기후위기를 제대로 다룰 수 없다는 판단에 이른다. 이 과정에서 그들은 ‘해설자’로서의 역할에 주목한다. 해설자로서 기후위기 기자들은 “일종의 중간자로서 전문가와 대중을 잇고”(D기자), “수많은 팩트 중에서 ... 어떤 팩트가 왜 중요한지 설명해주는 ... 맥을 짚어주는 보도”(A기자)를 하고자 한다. 여간해서 오감으로 느껴지지 않지만 분명히 진행 중인 기후위기를 대중에게 구체적인 형상으로 나타내는 것이 바로 해설이다.

기후위기는 사람들이 잘 받아들일 수 있도록 ... 전달해야 한다. 사실 코로나19보다도 기후변화 뉴스가 더욱 어렵다고 생각하는데, 눈에 보이지 않기 때문이다. 코로나19는 거리 두거나 마스크, 확진자 수, 변이 바이러스 등 세상에 드러나는 면이 있지만, 기후변화는 그만큼 명확하지 않다. 그러면서도 이산화탄소 농도는 계속 오르고, 당장 줄어들지도 않는다. 이런 과학적인 사실을 쉽게 설명하면서도, 사람들이 지치지 않고 계속 나아갈 수 있도록 제시하는 것이 언론의 중요한 역할이다. (F기자)

해설자 역할을 개발해가는 과정에서 기후위기 기자들은 “기자가 할 수 있는 만큼의 해설이 어디까지인지”(B기자) 고민한다. 기후위기가 장기간에 걸쳐 진행 중인 과정이라는 점은 실제 발생한 사건, 사회가 이미 주목하고 있는 사건을 상세히 보도하는 능력을 개발해 온 기자들이 해설자 역할을 맡게 된 이유임과 동시에 기사를 쓸 때마다 “결론이 없는 것 같은 막막함”(F기자), “뜨거운 구름잡는 기분”(H기자)을 느끼게 하는 원인이다.

기후위기 기자들은 이 난제를 과학과 외신에 기대어 타개하려고 한다. 기후위기 기자들은 학술지, 보고서, 외신기사에 의존해 무엇을 얼마나 어떻게 해설할 것인지 결정한다. 이는 지극히 저널리즘적인 선택이다. 과학계가 내놓는 정보는 ‘오리지널리티’와 ‘객관성’을 담보한다는 점에서 기후위기 기자들에게 이상적이다. 학술지나 보고서는 아직 세상에 알려지지 않은 기후위기 관련 정보를 담는다. 뿐만 아니라 그 정보는 표준화한 절차에 의해 검증됐을 가능성이 크다. 막 출판된 학술지나 보고서에 실린 내용은 이른바 최신성이 높다는 점에서 기자에게 뉴스 아이템으로서

충분히 가치 있다고 여겨진다. 그리고 연구 절차에 대한 보편적 신뢰 등 과학이 개발해 온 문화적 자본은 기후위기가 “가능성의 영역”처럼 느껴져서 “어디까지 이야기할지를 늘 고민해야 한다”(H기자) 기자들을 안심시켜준다. 기후위기 기자들은 과학과 마찬가지로의 이유에서 “호름을 잡기 위해”(K기자), “취재의 힌트를 얻기 위해”(L기자) 가디언(The Guardian), 뉴욕타임스(The New York Times), 블룸버그뉴스(Bloomberg News) 등 기후위기의 저널리즘 영역화를 선도하고 있는 해외 언론사 기사나 프로젝트를 참조한다. 요컨대, 과학과 외신은 기후위기 기자들이 가장 믿고 의지할 만한, 게다가 마르지 않는 주제의 원천이다.

과학과 외신은 기후위기 기자들이 과학, 외신에서 발굴한 주제를 기사화하는 과정에도 도움을 준다. 그들은 추론과 증명에 기반한 과학의 언어를 기사로 옮기는 데 애를 먹는다. 즉, 경험주의적 사고를 토대로 가설의 설정과 검증, 반증 등으로 구성되어 있어서 “여간해서 확답을 말하지 않는” 과학계의 기후위기 관련 논의를 객관주의를 기반으로 한 뉴스 문법으로 옮기면서 기자들은 “아마가 분명히 서지 않는” 느낌을 받는다(N기자). 이럴 때에도 논문, 보고서, 외신기사는 유용한 참조점이다. 특히 외신기사는 기사이니만큼 형식적 이질감이 덜할 뿐만 아니라, 언론학 교과서에도 자주 등장하는 언론사에 내놓은 것이니만큼 여러모로 참고할 만하다고, 심지어 참고해야만 한다고 여겨진다.

기후위기 기자들은 자신들의 해설이 다른 부서 기자들이 내놓는 단신 보도와 다르다는 점을 입을 모아 강조했다. 광범위한 과학, 외신의 영역에서 자기 주장을 뒷받침해줄 “과학적 수치나 팩트”(B기자)를 찾고, 그것들 사이의 “연결고리를 만들어주는 저널리즘”(H기자)은 학술지, 외신기사, 보고서, 통신사 기사를 그냥 그대로 번역하거나 옮겨 쓰는 행위와는 질적으로 다르다는 것이다. 그렇다고 해서 기후위기 기자들은 자신의 역할이 저널리즘적으로 특별하다고 생각하지 않는다. 확실한 팩트를 찾고, 교차검증하고, 그걸 기사로 쓰는 게 취재가 아니면 뭐냐는 말이다. 그러다가 이 과정이 익숙해지면 기후위기 취재야말로 어떤 측면에서는 다른 영역에서의 취재보다 더 저널리즘적으로 경험되기도 한다.

개인적인 성향일 수도 있지만, 기후나 환경은 나의 주장에 객관적으로 증거를 대기 쉽다. 이는 내가 기후변화 분야에 재미를 붙이고, 이 분야를 계속해야겠다고 생각한 계기이기도 하다. ... 환경, 특히 기후변화의 경우 어떤 대책을 통해 탄소가 얼마나 감소하는지 정량적인 결과를 제시할 수 있다. 물론 그만큼 공부도 많이 해야 하지만 ... 나의 주장에 객관성을 더하기는 매우 수월한 분야라고 생각한다. (E기자)

좋은 해설자가 되기 위해 기후위기 기자들은 “기후리는 딱딱한 주제를 말랑말랑하게” 풀어내고자 한다(J기자). 스스로도 이해하기 어려워 시간과 노력을 일반 취재에 비해 “곱절은 써야 하는 학구적 취재”(G기자)의 결과물을 대중이 읽고 싶게 만드는 방법을 찾는 것이 기후위기 기자들의 당면 과제다.

기사를 쓰다 보면 기사가 점점 어렵고 재미가 없어질 때가 많다. 정보량이 많고 복잡해지면 사람들이 읽다 지칠 것이 분명하다. 기후위기는 쉽게 전달하기가 힘들다는 본질적인 어려움이 있다. 과학뿐만 아니라 정책에 대한 내용도 마찬가지다. (H기자)

4) 언론 논리 안에서의 해설자

“학구적 취재”(G기자)와 “말랑말랑”한 (J기자) 기사 쓰기를 필요로 하는 기후 저널리즘 실천을 방해하는 것은 편집국의 선배 집단이다. 기후위기 전담 기자들이 기후위기를 “저널리즘의 대세”라고 생각하는 반면, 각 언론사의 부국장급 기자들은 “그저 지나가는 바람 정도로 생각”한다(E기자). 이 시니어 기자들은 현직으로서의 언론직 커리어가 가장 긴 세대로서 기성 언론 논리가 만 들어지고 유지되는 데에 핵심적인 역할을 해 왔다. 이 “옛날식 기자 생활을 거쳐 커리어를 쌓아 (편집국 내 높은) 위치에 오른 분들”(E기자)은 “데일리 뉴스 문법”(M기자)을 뼈 속까지 체화했을 뿐만 아니라 그 문법을 조직의 시공간에 반영하여 제도화한 장본인들이다. “새로운 팩트를 가장 좋아하는”(D기자) 그들에게 있어서 해설자는 ‘좋은 기자와 거리가 멀다. 그들에게 좋은 기사는 “사건, 사고를 놓치지 않는 기자”(L기자), “빨리 자주 쓰는 기자”(K기자), “나쁜 놈 조지는 기자”(C기자)이지 천천히 알기 쉽게 풀어서 설명해주는 기자가 아니다.

해설자는 시간이 필요하다. “기사 자체로부터 시선을 돌리고 다른 생각을 해볼 시간 ... 가만히 앉아 어떻게 보도하면 좋을지, 어떤 이슈를 어떤 식으로 전달하면 좋을지 돌이켜보는 시간”이 필요하다(A기자). 과학도, 외신도 이해하기가 쉽지 않으므로 공부할 시간도 필요하다. 이 내용을 설명해줄 국내외 전문가를 찾아 온오프라인으로 만나야 하고, 맥락화에 필요한 사례도 발굴해야 한다. 이 글, 말, 사건, 사람 사이의 “연결고리를 만들어”(E기자) 기사를 써야 한다. 해설자로서의 보도는 결국 속보와 질적으로 다를 수밖에 없고, 이 차이를 낳는 것은 다름 아닌 충분한 시간이다.

(기후위기) 기자들에게 시간을 더 많이 주면 기사 퀄리티가 좋아질 것 같다. 디지털 전환 등으로 인해 현재 모든 언론사의 기자들이 매우 바쁘게 기사를 생산하고 있다. 그런 시스

템 하에서는 퀄리티를 높이기 힘들다. 기후변화 콘텐츠는 정치나 법조처럼 관련자와 통화해서 바로 쓰는 것이 불가능하다. 알아볼 것도 많고, 확인할 자료들이 매우 많은데 공들일 시간이 없는 것이 가장 큰 문제다. (D기자)

“그런데 이런 점을 이해하거나 요구하는 데스크를 많이 보지 못했다.” A기자의 말이다. “신문이나 방송의 사이클이 몸에 익은”(M기자) 시니어 기자들은 해설자로서의 기후위기 기자 역할이 익숙하지 않고, 그 차이를 이해하려고 하지도 않는다. 기후위기 영역에서는 다른 속도로 기사를 내야 한다는 것을 받아들이지 않는다. 별도의 인력을 투입한 만큼 성과를 내기를 바라는데, 이를 특종이나 언론상 수상, 기사 갯수나 트래픽 유입량으로 확인하고자 한다. 그렇게 기후위기 기자들은 “매일 한 명이 한두 개 이상의 기사를 생산해내야 하는 시스템” 속에서 “1-2주에 한 개씩 기사를 쓰는 외신만큼의 퀄리티”를 추구하다가 소진되어 간다(A기자).

게다가 부국장급 기자들의 상당수가 “내성이 생겨서 웬만한 기후위기 기사는 뉴(new)하지 않다고 하면서 별 반응을 보이지 않는다”(J기자)라고 느끼는 기후위기 기자들이 다수다. 그러다 보니 가뜰이나 우선순위에서 밀리는 기후위기 기사는 발제 단계에서 “킬(kill)되는데”(O기자) 일이 빈번하다.

내가 가장 직접적으로 충돌하는 상황은 데스크에서 ‘저번 기사와 똑같은 이야기 아니냐’라고 할 때다. 사실 똑같은 이야기가 맞다. 그런데 생각해보면, 정치부나 검찰에서 나오는 이야기도 마찬가지로 매번 똑같은 이야기다. 기후변화는 수십 년, 장기간에 걸쳐서 일어나기 때문에 당연히 똑같은 이야기처럼 보일 수 있다. ... 이런 점들을 설득하는 작업이 어렵고, 이해를 구하는 과정에 에너지 소비가 많다는 어려움이 있다. 이러한 에너지 소비는 사실 평가자가 아닌 지시하는 분들이 해야 한다. 데스크 혹은 부서 간의 협업을 유도해야 하는 분들이 한국 언론 환경에서 그 역할을 충분히 하고 있는지 잘 모르겠다. (A기자)

기후위기 기자 대부분이 이 상황을 극복하기 위해 소통에 에너지를 쏟아 본 경험이 있다. 기후위기 전담팀의 에너지는 상당 부분 기후위기에 대한 인식 개선에 사용된다면서, 이러한 “사내 투쟁에 취재보다 더 힘을 쏟을 수밖에 없다”라고 말한 기자가 있을 정도다(D기자). 문제는 이 모든 투쟁이 개인의 몫이라는 데 있다. 기자들은 취재, 보도 측면에서 제 몫을 다하면서 인식 개선 노력도 병행해야 한다. 기후위기 기자들은 이 문제가 시스템적으로 해결해야 할 문제라고 목소리를 높였다.

기후위기에 관심을 가진 특정 기자가 혼자 좌충우돌한다고 해도 언제까지나 그렇게 할 수 있는 것은 아니라고 본다. 기후위기 문제는 앞으로 수십 년을 지속적으로 취재 보도해야 하는 문제인데, 개인의 역량이나 열정도 중요하지만, 각 언론사 내 취재보도 시스템이 자리 잡는 것이 필요할 것이다. 개인은 개인일 뿐이다. (J기자)

더 큰 문제는 기후위기에 대한 이해가 부족하고, 이 영역에 있어서 자신의 역량 부족을 인지하지 못하고 심지어 소통을 불필요하게 여길지라도 데스크는 데스크라는 점이다. 한국 언론이 개발해 온 뉴스 생산 체계상 데스크는 무조건 필요하고, 데스크는 해당 영역의 업무를 총괄하면서 일선 기자들에게 지시를 내리는 위치에 있다. 그런 면에서 기후위기 기자들 사이에서는 “최대 난관은 데스크라는 말이 나온다”(G기자). 특히 위계질서가 엄격한 조직에서는 데스크 과정에서 쌍방향 소통이 생략될 때가 많다. 때문에 일선 기자의 손을 떠난 기후위기 기사를 데스크가 검토하고 확정하는 과정에서 기사의 방향, 심지어 사실 관계가 바뀔 때도 적지 않다.

현재 팀장은 마음대로 고치고 사인을 낸다. 추후에 출고된 기사나 (방송)뉴스용 원고를 보면, 팩트를 다 틀리게 고쳐놓은 경우가 많다. 용어나 팩트가 틀리면 신뢰도가 굉장히 낮아지는데, 그런 것들을 무시한다. ... 기후위기는 전문 영역이니만큼 데스크 역량도 일선 기자만큼 중요하다. 하지만 (상부에게) 그런 부분을 지적하기가 곤란하다 보니 스트레스로 다가온다. (G기자)

이런 경험이 반복되면 기자들은 편집 과정을 불신하게 되고, 심할 경우 아예 일선 기자가 데스크 과정을 건너뛰고 사실 확인을 홀로 책임지는 일도 벌어진다.

과학, 환경은 전문 영역이다 보니, 사회부나 정치부보다 데스크의 역량에 따른 차이가 분명하다. ... 환경이나 기후 보도는 현장도 있고, 과학적 분석도 필요하고, 기업도 연결되어 있고, 때로는 국가 단위의 정책도 같이 연결되어 있다. 부서를 넘나드는 이야기들이 많이 형성된다. 따라서 그 전체를 잘 살피고, 인사이트 있게 읽는 것도 매우 중요하다. 더불어 팩트를 판단할 수 있는 전문성까지 필요하기 때문에, 다른 분야에 비해 함부로 데스크를 볼 수 없는 것 같다. 그렇다면 데스크를 아예 안 보면 되는데 뉴스룸 시스템상 그럴 수 없으니 전문성 없이도 데스크가 데스크를 볼 수밖에 없다. 팩트를 임의로 바꾸어버리면 더욱 힘들어진다. ... 그래서 담당 기자가 본인의 책임하에 모든 사실관계를 파악하고 끝나는

경우가 기후 분야에서 종종 벌어지는 것 같다. (B기자)

기후위기 기자들은 데스크 과정에서 발생하는 이러한 문제가 뉴스에 어떤 식으로든지 흔적으로 남는다는 점, 따라서 궁극적으로 기후위기에 대한 사회 구성원들의 태도에 영향을 미칠 수 있다는 점을 우려한다. 예를 들어, 한 방송사의 기후위기 기자는 “윗선에서 그림 위주의 보도”를 강조하는 바람에 아이템의 다양성이 축소되고, 사안을 입체적으로 다루지 못할 때가 많다고 꼬집었다(G기자). 그는 “그림이 되는” 기후위기 보도는 주로 멸종위기동물, 스펙타클한 재난을 전면에 배치하는데, 이런 보도물이 시청자로 하여금 기후위기를 자신의 삶과 직접적인 관련성이 없는 먼일로 여기게 만들 수 있다고 우려했다.

방송국은 화면이나 영상 자료가 매우 중요하다. ... 10년 전이나 지금이나 방송국의 기후 변화 보도가 똑같다고 느낀다. 과거에 ‘동해안에 명태가 사라졌다’는 보도가 많았는데, 지금도 마찬가지로 ‘바다에 잠수해보니 산호초나 열대 바다의 물고기가 많이 보인다’라는 그림 위주의 보도를 한다. ... 이런 보도는 기후위기의 심각성을 과소평가하게 만들 수 있다. ... 특히 방송 뉴스에 가장 많이 등장하는 그림은 북극곰이나 무너지는 빙하, 펭귄 등인데, 이러한 그림 때문에 (기후위기가) 먼 나라의 일처럼 느껴진다고 본다. (G기자)

한편, 데스크뿐만 아니라 회사의 정치적, 이념적 특성과 그에 따른 조직 문화로 인하여 기자들의 기후위기 취재에 틀이 생기기도 한다. 기후위기를 전 지구적 이슈로서 시급히, 하지만 새로운 관점에서 다루고자 하는 개별 기자의 의지가 조직의 통념에 의해 꺾이는 경우가 허다하다. 이런 뉴스룸에서는 의사 표현 위축 현상, 즉 냉각효과(chilling effect)가 발생하고, 기자들 사이에서는 특정 아이টে임을 스스로 회피하는 일종의 자기 검열이 벌어진다.

우리 매체의 환경 보도는 매체의 보수적인 성향이 많이 반영된 것 같다. 논설실, 국장단, 그 위의 사장, 경영진까지 포함해서, 우리 매체에서는 건드릴 수 없는 특정 이슈가 있다. 탈원전에 대해서도 거부감이 크고, 전기요금 인상도 마치 사회악처럼 생각하는 분위기가 있다. 따라서 이런 이슈에 대해 논의해 보자고 말하는 것 자체가 제한되다 보니 기자들이 체념하기도 하고, (분위기가) 학습되기도 하는 것 같다. 저는 그러한 주제를 회피하는 방향을 택했다. 예를 들어, 에너지 이야기를 해야 할 때, 원전에 대한 내용은 피하고 그저 ‘재생에너지를 늘리자’ 정도로만 이야기했다. 상부에서의 변화도 굉장히 중요한데, 우리는 그

런 게 부족해서 밑에서도 적극적인 발제가 안 이뤄지는 것 같다. (E기자)

기후위기 영역이 뉴스 조직 내에서 가진 비주류성, 그리고 뉴스룸 고위직의 몰이해가 증척되면서 기후위기 전담 기자들은 스스로 상대적으로 통제가 덜한 웹사이트를 주요 보도 통로로 삼게 된다. 신문사의 지면, 방송사의 메인 뉴스 프로그램에 얼마나 많이, 자주 실리는지는 특정 주제, 더 나아가 특정 기자나 부서가 조직에서 갖는 힘의 크기나 다름없다. 기후위기 기사는 여러 언론사에서 지면에 자주 실리지 못하거나 방송사 메인 뉴스 프로그램에 편성되지 못하고 웹사이트에만 게재되기 일쑤다. 기성 언론 논리를 기준 삼아 “하루 동안 일어난 최고로 중요한 사건 위주로” 지면과 방송 프로그램을 구성해 온 뉴스룸 간부들의 눈에는 “금세기 말에 해수면이 얼마나 상승한다와 같은 이야기는 전혀 긴박하지 않은 일”로 여겨지는 것이다(G기자). 이런 일을 자주 겪은 기자들은 스스로 “온라인 온리(only) 뉴스라도 생산”(G기자)하자면서 웹사이트로 눈을 돌린다.

(기후위기가) 기술이나 경제와 관련되면 신문에 배치가 되지만, 이론적인 이야기나 사회적 현상을 다루면 사실 지면에 배치되지 않는다. 환경 관련 발제를 할 때마다 제재를 많이 받아서, 디지털 뉴스를 많이 쓰곤 한다. 개인적으로 지면에 실리느냐 디지털로 나가느냐에 대해 별로 신경 쓰지 않아서 (괜찮다). 하지만 중요한 것은 (지면에 실리지 않는 것이) 데스크가 보기에 중요도가 떨어짐을 의미한다는 점이다. ... 환경 주제가 매번 후순위로 밀리는 경험이 많았다. (B기자)

5. 결론 및 제언

기후위기에 대한 경각심이 전 지구적으로 높아지면서 언론계는 기후위기를 새로운 보도 영역으로 주목하고 그에 맞는 저널리즘 인식론과 실천법을 개발하고 있다. 한국 언론도 소수이긴 하나 기후위기 전담팀을 설치하고, 웹사이트에 별도 섹션을 마련한 언론사가 생겨나는 등 기후위기 국면에서의 자기 역할을 찾아가고 있다. 이 연구는 한국 언론이 기존에 취재하고 보도해 왔던 방식, 뉴스룸의 구조와 그에 따른 역할 인식이 기후 저널리즘을 별로 새로울 것 없는 무언가로 만들 가능성을 보여줬다. 언론사 대다수에서는 기후위기 테마가 환경 영역의 일부분으로 여겨지지만, 영역을 넘나드는 기후위기의 특성에 따라 사실상 기후위기와 접점이 없는 부서가 없기 때문

에 기후위기는 모든 부서에서 기사로 다뤄지고 있었다. 그러면서도 부서간 자율성, 독립성을 강조하는 경향으로 인하여 각 부서는 중구난방으로 기후위기를 다루고 있었다. 그 결과 한 언론사에서 같은 문제를 서로 다른 관점에서 다룬 기사가 동시에 출판되거나, 똑같은 내용의 기사를 서로 다른 부서에서 동시에 쓰는 촌극도 벌어졌다. 유행에 뒤처질세라 기후위기만 전담하는 팀을 배치한 언론사에서조차 사정은 크게 다르지 않았다.

기후위기 전담팀은 다른 부서가 금을 그어 놓은 영역을 침범하지 않는 선에서 자기 영역을 개척해야 했다. 이 과정에서 필요를 증명하기 위해 프로젝트를 계속 개발하면서 기후위기 기자들은 과학과 외신을 정보원으로 삼아 기후위기에 관한 사실들을 찾아 알기 쉽게 풀어서 설명하는 해설자 역할을 수행하고자 했다. 과학과 외신의 영역에 대한 기후위기 기자들의 의존은 학술지, 보고서, 유수의 언론사에서 출판된 기사를 통해 확보한 객관성과 오리지널리티가 언론 논리 안에서 보편타당성을 얻을 수 있다는 점에서 기인한다. 새로운 영역을 개척하는 기자의 입장에서는 과학과 외신이야말로 안심할 만한, 그러면서도 신뢰할 수 있는 화수분이나 다름없다.

이런 면에서 기후위기 기자들의 해설자 역할 개발을 통한 경계선 작업의 궁극적 목적은 언론 제1의 역할, '진실의 전달자'로서의 지위 유지에 있다고 봐야 한다. 언론은 전통적으로 엘리트로부터 정보를 수집하여 뉴스를 생산해 왔고(Zelizer et al., 2021/2023), 이 행위가 "시민을 위한 의무"라고 강조해 왔다(Kovach & Rosenstiel, 2021/2021). 기후위기 국면에서 사회 구성원들이 가장 존중하는 엘리트/제도인 과학, 그리고 언론계 내 엘리트 집합체나 다름없는 외신으로부터 가치 있는 정보를 선별하여 제시하는 행위는 기후위기 시대에도 언론만이 할 수 있는 행위가 있다는 것을 강조하는 과정이나 다름없다. 기후위기에 관한 '진실의 전달자'가 되는 길은 뉴스 조직 내에서 기후위기 기자들이 자기 자리를 만드는 이상적인, 즉 굉장히 '저널리즘적인' 방식이기도 하다. 요컨대, 기후위기에 관한 진실을 전달하는 일은 기후위기 기자의 전문 영역이기에 아무 기자나 할 수 없는 행위임을 분명히함으로써 뉴스룸 안에 금을 긋는 전략적 행위이다.

그러나 기후위기 기자들의 이상적 도전은 형식적, 위계적 차원의 언론 논리에 의해 번번이 좌절되었다. 그들이 보기에 제대로 된 기후위기 뉴스를 생산하려면 시간이 절대적으로 필요한데, 뉴스룸은 그들에게 그럴만한 시간을 주지 않았다. 아직도 '에이스 기자'는 정치부, 경제부, 사회부(사건팀) 등 이른바 '정경사'에 배치되는 곳, 디지털 전환을 한다면서도 지면과 큐시트에 들어가고 빠지는 것이 뉴스의 가치를 상당 부분 결정하는 곳에서 장황해 보이는 기후위기 기사는 대접받기가 어렵다. 기후위기 기자로서의 전문성보다는 기자로서의 경력이 시스템상 더 상위에 놓이므로 기후위기 기사는 초안보다 못한 형태로, 예컨대 사실 관계가 어긋난 상태로 편집될 때도 있었다. 지면에서 빠지는 것을 자연스럽게 여기면서 상대적으로 제약이 덜한 웹사이

트에서 기사를 내는 게 익숙해진 기후위기 기자가 있는 한편, 더 이상 싸우기 싫어서 자기 검열을 하는 기후위기 기자도 있었다. 이러한 기후위기 기자들의 전략적 선택은 기성 언론 논리 안에서는 저널리즘 이상을 추구하는 기자가 스스로를 주변화해야만 자기 자리를 가질 수 있다는 모순을 보여준다.

이 연구의 목적은 기후 저널리즘이 반드시 언론 논리 바깥 혹은 너머에서 실천되어야 한다는 주장을 하려는 데에 있지 않다. 비록 이 연구는 부정적 측면을 부각했지만, 그렇다고 해서 언론 논리가 무조건적으로 배척되어야 하는 것은 아니다. 사회의 요구와 필요에 따라 언론은 변화해야 마땅하지만, 제도로서 언론은 그 고유의 목적을 추구할 때에야 비로소 사회와 조응한다. 다만 이 연구는 언론 논리의 관성적 작용 방식과 그 부작용을 기후 저널리즘 사례를 통해 보여줌으로써 언론 논리 조정의 중요성을 강조하고자 하였다.

언론 논리는 본디 언론을 언론답게 해주는 수단이다. 언론 논리는 기자들이 어떤 뉴스가 좋은 뉴스인지, 어떤 부서가 주류인지 등을 식별하는 인식론적 틀이자 그 틀을 공유하고 있는 이들에게 해야 할 행동과 하지 말아야 할 행동이 무엇인지 암시해주는 규범이며, 뉴스 생산과 배포 과정을 시간과 공간의 차원에서 최적화한 방식으로 형식화한 코드이다. 뉴스룸에서 영역을 구획하여 역할을 분배하거나 배제하고, 취재 방식과 기사 쓰기를 정형화하고, 편집 원칙과 스타일을 정상화하는 방식이 기후위기 기자들의 행위주체성을 제한함으로써 기후위기가 독립적, 자율적, 전문적 뉴스 영역으로 자리매김하는 것을 어렵게 만드는 현상향을 보면, 기성 언론 논리가 언론이 기후위기 시대에 걸맞는 변화를 지향하게 할 만한 능력이 없다는 것은 분명해 보인다. 수단이 아니라 목적이 되어 버린 지금의 언론 논리를 직시하지 않는다면, 언론은 기후위기 시대에 사회문화적 의의를 상실할 가능성이 높다.

뉴스 영역으로서 기후위기에 한국 언론이 어떻게 대응해야 할지를 제안하며 연구를 마무리한다. 첫째, 각 언론사는 칸막이식 취재 관행을 기후위기에 적용해서는 안 된다. 언론이 구획해 온 뉴스 영역 중 기후위기와 관련없는 곳이 없다. 따라서 모든 기자가 기후위기를 자기 아이টে็ม으로 여길 때에야 두루 퍼져 있는, 여기저기에 걸쳐 있는 기후위기의 특성을 반영한 뉴스 생산이 가능해진다. 이를 위해서는 데스크와 에디터 등 편집국 지도층부터 기후위기를 '메인 이슈'로 받아들이고 편집회의 등을 통해 그 중요성을 공개적, 정기적으로 발언함으로써 현장 기자들이 자기 영역과 닿아 있는 기후위기를 적극적으로 취재할 수 있는 분위기를 만들어야 한다. 기후위기 대응을 미션으로 천명한 영국 언론사 가디언 사례가 참고할 만하다(cf., 진민정 외, 2021). 둘째, 그럼에도 기후위기 전담팀은 필요하다. 뉴스 영역별, 출입처별로 업무 분장을 해 온 편집국 내에서 전담팀의 존재 자체가 상징성을 갖기 때문이다. 단, 마치 기후위기가 그러하듯이 부서간 경계

를 넘나들 수 있는 유연함을 기후위기 전담팀 운영의 기본으로 삼아야 한다. 그렇게 함으로써 전담팀은 소속 언론사의 일관성 있는 기후 저널리즘 실천을 위해 각 부서를 연계해주고, 협업과 분업을 기획하고 지시하는 ‘기후위기 커맨드 센터’ 역할을 수행할 수 있을 것이다. 셋째, 취재기자에서부터 데스크까지 기후위기 전담인력에게는 전문성을 쌓을 시간을 보장해야 하고, 따라서 가급적 순환근무제를 적용하지 말아야 한다. 기후위기 분야에서의 전문성, 소통능력은 단기간에 쌓을 수 있는 성질의 것이 아니다. 같은 맥락에서 경영진과 편집국 지도층은 디지털상에서의 양적 지표 상승과 같은 단기적 성과를 적용하여 기후위기 전담팀의 성패나 전담 기자의 실력을 가늠해서는 안 된다. 넷째, 해설자 역할을 제대로 수행할 수 있도록 기후위기 기자에게 충분한 시간을 줘야 한다. 기후위기 취재와 기사 작성에 스트레이트 기사에 맞춰진 시간 관념을 적용해서는 안 된다. 마지막으로, 한국 언론계에는 다른 식의 저널리즘 인식론이 필요하다. 기후위기 기자들이 기후 저널리즘을 기후 저널리즘답게 행할 수 있으려면 이를 구조화할 수 있는 인식의 틀이 필요하다. 특히 위 제안들 각각은 한국 언론이 뉴스 생산 과정을 시간과 공간의 차원에서 제도화해 온 방식을 조정할 것을 권하고 있다. 그러려면 그러한 시공간적 축에 한계를 두지 않을 저널리즘 인식론을 언론이 개발 또는 발견해야만 한다. 이는 언론학자들의 몫이기도 하다.

References

- Berglez, P. (2011). Inside, outside, and beyond media logic: Journalistic creativity in climate reporting. *Media, Culture & Society*, 33(3), 449-465.
- Brüggemann, M. (2017). Shifting roles of science journalists covering climate change. *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.354>
- Carlson, M., & Lewis, S. C. (Eds.). (2015). *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation*. New York: Routledge.
- Cho, H. (2020). *The end of the carbon society*. Paju: Book21. [조효제 (2020). <탄소 사회의 종말>. 파주: 21세기북스.]
- Citizens' Coalition for Democratic Media (2022, September 24). Korean climate journalism: Promoting companies or focusing on extreme natural disasters. *Media Today*. Retrieved from 10/10/23 from <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=305970> [민주언론실천연합 (2022, 9, 24). 기후위기 보도, 기업홍보하거나 극단적 이상기후 치중하거나. <미디어오늘>.]
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Ejaz, W., Ittefaq, M., & Arif, M. (2022). Understanding influences, misinformation, and fact-checking concerning climate-change journalism in Pakistan. *Journalism Practice*, 16(2-3), 404-424.
- Friedland, R., & Alford, R. R. (1991). Bringing society back in: Symbols, practices, and institutional contradictions. In W. W. Powell & P. J. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis* (pp. 232-263). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Freidson, E. (2001). *Professionalism: The third logic*. Cambridge: Polity.
- Gupta, J. (2010). A history of international climate change policy. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 1(5), 636-653.
- Gutsche, R. E., Jr., & Pinto, J. (2022). Covering synergistic effects of climate change: Global challenges for journalism. *Journalism Practice*, 16(2-3), 237-243.
- Han, B., Kim, H. J., & Kim, Y. W. (2021). A Big-data analysis of media reports on climate change: Focusing on differences by time and newspapers' political orientations. *Crisisonomy*, 17(6), 55-76. [한빛나라 김혜정·김영옥 (2021). 기후변화 언론보도 빅데이터 분석: 시기 및 언론사 정치적 성향에 따른 차이를 중심으로. <Crisisonomy>, 17권 6호, 55-76.]

- Hong, N. (2022). Polarization of public opinion and gender news as a commodity: Focusing on the 'toxicification' of the digital journalism ecosystem. *Korean Journal of Communication & Information*, 113, 249-278. [홍남희 (2022). 소셜 미디어 시대 여론 극화와 상품으로서의 젠더 뉴스: 디지털 저널리즘 생태계의 '독성화' 논의를 중심으로. <한국언론정보학보>, 통권 113호, 249-278.]
- Jin, M., Lee, B., & Moon, Y. (2022). *Categories of climate and environmental journalism and ways to revitalize them*. Seoul: Korea Press Foundation. [진민정·이봉현·문영은 (2022). <기후·환경 저널리즘의 범주와 활성화 방안>. 서울: 한국언론진흥재단.]
- Jin, M., Lee, B., & Shin, W. (2021). *A study of Korean climate journalism*. Seoul: Korea Press Foundation. [진민정·이봉현·신우열 (2021). <국내 기후변화 보도의 현황과 개선 방안>. 서울: 한국언론진흥재단.]
- Kim, C., & Shin, W. (2021). Unbound journalism: Interloper media and the emergence of fortune-telling journalism. *International Journal of Communication*, 15, 3519-3536.
- Kim, S.-E. (2017). The Sociology of scoops in the digital age: Status alterations of scoops and the crisis of news production norms. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 31(4), 5-50. [김세은 (2017). 디지털 시대 특종의 사회학: 특종의 지위 변화와 뉴스 생산 규범의 균열. <한국방송학보>, 31권 4호, 5-50.]
- Kim, S.-E., & Hong, N. H. (2019). News media and the #metoo movement: Problematising the practices of Korean journalism organisations. *Media, Gender & Culture*, 34(1), 39-88. [김세은·홍남희 (2019). 미투 운동(#Metoo) 보도를 통해 본 한국 저널리즘 관행과 언론사 조직 문화. <미디어, 젠더 & 문화>, 34권 1호, 39-88.]
- Kim, S. Y. (2017). White-collar workers or professional journalists?: A study of the nature of the professional identity of KBS journalists. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 61(3), 55-86. [김수영 (2017). 한국 공영 방송 언론인의 직업 정체성에 관한 연구. <한국언론학보>, 61권 3호, 55-86.]
- Korea Press Foundation (2021). *2021 Korean journalists: 15th survey of journalists*. Seoul: Korea Press Foundation. [한국언론진흥재단 (2021). <2021 한국의 언론인: 제15회 언론인 조사>. 서울: 한국언론진흥재단.]
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown. 이재경 (역) (2021). <저널리즘의 기본원칙>. 서울: 한국언론진흥재단.

- Lasorsa, D. L., Lewis, S. C., & Holton, A. E. (2012). Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies*, 13(1), 19-36.
- Lee, S. H., & Lee, O. H. (2019). Exploring the occupational lives of young journalists that once worked for newspapers: Focusing on Korean major national daily newspapers. *Media & Society*, 27(4), 152-214. [이석호·이오현 (2019). 취재 현장을 떠난 젊은 신문기자들의 직업적 삶에 대한 질적 연구: 중앙일간지를 중심으로. <언론과 사회>, 27권 4호, 152-214.]
- Lewis, S. C. (2012). The tension between professional control and open participation: Journalism and its boundaries. *Information, Communication & Society*, 15(6), 836-866.
- Lewis, S. C., Holton, A. E., & Coddington, M. (2014). Reciprocal journalism: A concept of mutual exchange between journalists and audiences. *Journalism Practice*, 8(2), 229-241.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C., & Nielsen, R. (2023). *Reuters institute digital news report 2023*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Park, J. (2022, December 11). How could the environmental team survive in a Korean newspaper? *Media Today*. Retrieved 10/10/23 from <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=307322> [박재령 (2022, 12, 11). ‘환경 불모지’ 한국에서 신문사 환경팀이 살아남는 법. <미디어오늘>.]
- Park, Y. H. (2018). The social shaping of Korean digital journalism: Historical study on commodification process of digital news. *Media & Society*, 26(1), 135-181. [박영흠 (2018). 한국 디지털 저널리즘의 사회적 형성. <언론과 사회>, 26권 1호, 135-181.]
- Park, Y. H. (2020). The study on legal news production routines: The shaping factors of routines and practical solutions. *Korean Journal of Communication & Information*, 101, 268-304. [박영흠 (2020). 법조 뉴스 생산 관행 연구: 관행의 형성 요인과 실천적 해법. <한국언론정보학보>, 통권101호, 268-304.]
- Park, Y. H., & Lee, J. (2020). Problems of routines in reports on Cho Kuk’s appointment as Justice Minister. *Locality & Communication*, 24(1), 36-69. [박영흠·이정훈 (2020). 조국 전 법무부 장관 임명 관련 보도에 나타난 취재·보도 관행의 문제점. <지역과 커뮤니케이션>, 24권 1호, 36-69.]
- Perreault, G. P., & Hanusch, F. (2023). Normalizing Instagram. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2152069>
- Ryfe, D. M. (2006). Guest editor’s introduction: New institutionalism and the news. *Political Communication*, 23(2), 135-144.
- Schäfer, M. S., & Painter, J. (2021). Climate journalism in a changing media ecosystem: Assessing the

- production of climate change-related news around the world. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 12(1), e675.
- Shin, W. (2015). Being a truth-teller who serves only the citizens: A case study of Newstapa. *Journalism*, 16(5), 688-704.
- Shin, W., Kim, C., & Joo, J. (2021). Hating journalism: Anti-press discourse and negative emotions toward journalism in Korea. *Journalism*, 22(5), 1239-1255.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. New York: Routledge.
- Singer, J. B. (2005). The political j-blogger: 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices. *Journalism*, 6(2), 173-198.
- Witschge, T., & Nygren, G. (2009). Journalistic work: A profession under pressure? *Journal of Media Business Studies*, 6(1), 37-59.
- Won, Y. (2002). What has changed in our society: Media power and Internet communication. *Practical Literature*, 67, 411-422. [원용진 (2002). 우리사회, 무엇이 달라졌나: 언론권력과 인터넷 소통. <실천문학>, 67호, 411-422.]
- Yoo, S. (2018). An exploratory study on the type of 'Exclusive' news coverage in the portal: Focusing on Naver. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 62(3), 68-97. [유수정 (2018). 포털에서 유통되는 '단독' 보도의 유형에 대한 탐색적 연구. <한국언론학보>, 62권 3호, 68-97.]
- Yun, S.-J. (2016). The climate change awareness of Korean journalists and their reporting attitudes. *ECO*, 20(1), 7-61. [윤순진 (2016). 한국 언론기자의 기후변화 인식과 보도 태도. <환경사회학연구 ECO>, 20권 1호, 7-61.]
- Zelizer, B., Boczkowski, P. J., & Anderson, C. W. (2021). *The journalism manifesto*. Cambridge: Polity. 신우열·김창욱 (역) (2023). <저널리즘 선언: 개혁이나, 혁명이나>. 파주: 오월의봄.

최초 투고일 2023년 10월 13일
 게재 확정일 2023년 11월 22일
 논문 수정일 2023년 11월 24일