

# 기후위기 앞에 놓인 미국 대선

## 기후환경이야기

임낙평  
광주환경운동연합  
전 의장



오는 11월 5일, 미국의 대통령 선거일. 폭염에 지겨운 여름이 가면 금방 그 날이 온다. 대진표도 확정됐다.

현 부통령 카말라 해리스와 전 대통령 도널드 트럼프. 이미 치열하고 뜨거운 접전이 시작됐다. 과연 누가 미국의 대통령이 될 것인가. 미국의 대선은 미국의 일이다.

그럼에도 미국을 제외한 세계 곳곳에서 지대한 관심사다. 누가 차기 미국의 대통령이 되느냐에 따라서 다양한 정책의 변화가 예상되기 때문이다. 기후환경 진영에서는 더욱 그렇다. 트럼프 후보의 기후환경의제가 엄청난 변화, 시각변동을 예고하고 있기 때문이다.

올해 여름 세계 각처의 기후재난은 어느 해 보다 더하다. 5대양 6대주가 조용한 날이 없다. 살인적인 폭염과 가뭄, 대형산불, 극심한 홍수와 태풍, 산사태 등 재난이 우후죽순처럼 발생하고 있다. 인명과 재산피해가 속출하고 식량부족과 물가인상, 경제불안까지 예고되고 있다.

시간이 갈수록 악화되고 증가추세다. 기후전문가들은 '온실가스 배출의 감축이 이뤄지지 않으면 인류가 겪어야 할 고통'이라며 신속한 대응책을 촉구하고 있다. 온실가스 배출의 절대적 책임이 있는 미국이나 유럽연합, 중국이나 러시아 등 부국의 지도자들의 결단을 요구하고

있다.

미국은 지금 세계 온실가스 배출 2위, 누적배출 1위 국가로 기후위기 극복의 막중한 책임과 의무가 있다. 이에 현 바이든 정부는 '2030년 50-52%(기준연도 2005년) 감축과 2050년 탄소중립'을 약속한 바 있고 이를 이행하려고 다양한 정책을 펴고 있다. 국제적으로 기후리더십을 유지하며 개도국에 기후재정지원을 약속했다.

이번 대선에서 트럼프 후보가 당선된다면, 상황은 180도로 바뀐다. 트럼프의 기후환경의제를 면밀하게 검토한 어느 전문가는 이번 선거가 기후보호의 '2보 전진이나 20보 후퇴'를 결정하게 될 것이라고 했다.

트럼프는 대통령 재임시절(2017~2021) 기후변화를 전면 부정했다. 유엔 산하 IPCC(기후변화범정부위원회)의 '기후평가보고서'도 기후과학도 무시했다. 그는 '기후변화는 사기(Hoax)'라고 했다.

그는 취임 직후 196개국에 참여하는 '파리협정'을 탈퇴했다. 연방정부 산하 환경보호부(EPA), 에너지부, 국립해양대기청(NOAA), 미항공우주국(NASA) 등에서 기후변화의 조사연구 기능을 축소·폐지했고 심지어 백악관 홈페이지에서 '기후변화'라는 단어도 없앴다.

EPA의 각종 환경규제도 완화하거나 폐지했다. 현 바이든 대통령은 취임 첫날 파리협정 재가입을 필두로 순차적으로 이를 다시 복원한 바 있다.

이번 트럼프 후보의 기후환경의제는 지난 시절보다 더욱 정교하다. 트럼프 진영에서 작성된 '프로젝트 2025'라는

문서, 일종의 집권 청사진에 수록돼 있다.

만약 그가 집권한다면 바이든의 기후이니셔티브는 완전히 제거될 것이다. IRA(인플레이션 감축법, 일종의 기후위기대응법)가 폐지되고 EPA와 에너지부, NOAA의 기능이 축소될 것이다. 이들 부처에서 기후변화와 청정 재생에너지 관련 업무와 부서는 살아남기 어렵다.

연례적인 기후평가보고서 간행도 없을 것이다. 온실가스 감축이나 재생에너지 확충 정책도 사라진다. 전기차 보급이나 재생에너지 특히 해상풍력 촉진정책도 마찬가지다.

미국에서 대대적인 석유 가스 개발이 허용되고 화석연료와 핵에너지가 각광을 받을 것이다. 수질 대기 보전을 위한 각종 규제도 사라질 것이다. 파리협정 탈퇴와 이 협정의 근거인 유엔기후변화협약(UNFCCC)도 탈퇴할 것이다. 현재 미국의 기후환경정책은 완전히 거덜난다는 말이다.

세계적으로 2050 탄소중립의 여정에 향후 10년이 중요한 시기다. 그러나 트럼프가 당선된다면 상황은 더욱 어렵게 될 수밖에 없다. 당장 미국에서 온실가스 배출 증가가 예상되고 2050 탄소중립의 약속은 지켜질 수 없다. 국제적으로도 파리협정 체제의 동력이 매우 약화될 것이다. 미국을 추종하는 국가들도 나타날 것이다. 결과적으로 2020년대 후반기 기후위기는 더욱 확대될 우려가 크다.

오는 11월 5일 미국의 대선일. 그래서 세계 곳곳에서 걱정과 우려의 시선으로 미국의 대선을 주시하고 있다.

## 社說

# '분노가 원동력' 안세영 절규 귀 기울여야

## 12일 본격 조사 착수한 문체부

문화체육관광부가 12일 안세영의 발언으로 도마 위에 오른 대한배드민턴협회에 대한 본격적인 조사에 착수했다. 선수를 보호하고 배려해야 할 협회가 되레 선수의 정당한 요구를 비난하고 폄하하는 것은 협회의 존재 의미를 부정하는 행태다. 문체부의 이번 조사가 배드민턴협회뿐 아니라 체육계 전체의 자정으로 이어지길 기대한다.

문체부는 이번 조사를 통해 안세영의 인터뷰로 논란이 된 미흡한 부상관리와 복식 위주 훈련, 대회 출전 강요 의혹 등에 대한 경위를 파악하고, 제도 관련 문제, 협회의 보조금 집행과 운영 실태까지 살펴볼 계획이다. 올해 기준 문체부가 71억 2000만 원의 보조금을 지원하는 만큼 민법과 문체부 소관 감독규칙에 따른 사무검사와 보조금 집행 등을 조사하겠다는 게 문체부의 설명이다. 국가대표 선발 과정의 공정성과, 대회 출전 지원의 효율성, 협회의 후원 계약 방식이 협회와 선수 사이에서 균형을 갖추고 있는지도 들여다볼 방침이다.

안세영은 경기가 끝난 후 "부상을 겪는 상황에서 대표팀에 크게 실망했다, 잊을 수가 없다."고 했다. "꿈을 이루기까지 원동력은 분노였다"고도 했다. 자신의 꿈을 이루기 위해 어린 선수가 감내했을 고통과 아픔이 고스란히 느껴진다. 40여 명의 임원진이 단 한푼의 기부금도 내지 않았다는 등 '동네 구멍가게' 보다 못한 협회의 한심한 운영과 행태도 국민들의 분노를 불러왔다. '선수는 지도자의 명령에 복종해야 한다'거나 '지도자 허가 없이는 훈련 불참과 훈련장 이탈 불가' 등의 지침도 시대착오적이면서 반인권적 행태다.

이번 조사를 맡은 문체부 이정우 체육국장은 "선수의 목소리에 귀를 기울이는 것이 문체부와 체육단체가 지녀야 할 당연한 자세."라고 했다. 당연한 이야기다. 문체부는 이번 조사를 통해 협회가 선수를 위해 제 역할을 하고 있는지를 꼼꼼히 따져 불합리한 부분을 시정해야 한다. 체육계도 그동안의 잘못된 관행에서 벗어나 절차와 공정을 중시하는 젊은 세대의 문제 제기에 귀를 기울여야 한다. 협회의 주인은 선수이지 임원이 아니다.

# '광주 특산' 무등산 수박 명맥 이어지길

## 지원 확대, 품종개량 등 절실

조선태도 임금님 진상품이자 광주의 특산물인 무등산 수박이 본격 출하 중이다. 이번 출하는 세계가 인증한 지오포드로 첫 선을 보이는 것으로, 10여 년 만에 처음으로 포장을 새롭게 단장해 소비자를 찾아간다. 광주지역 7개 농가에서 생산된 무등산수박이 지난 2일부터 북구 금곡동 무등산수박공동직판장에서 판매를 시작했다.

이날 출하가격은 7kg 기준 3만 원대로 예상된다. 특히 올해 제품 포장은 무등산수박의 상징성을 표현하기 위해 진한 색을 사용하고 주상절리대를 포함시켜 무등산에서만 자라는 무등산수박의 특징을 강조했다.

광주시는 지난 4월 유네스코 세계지질공원 국제식품브랜드인 '지오포드(GEOfood)'로 등록해 국내뿐만 아니라 전 세계에 '무등산에서만 자라는 신비하고 거대한 수박'을 홍보하기 시작했다. 롯데백화점 광주점도 광주 대표 여름 특산물 '무등산 수박'을 본격 판매한다. 12일 광주점에 따르면 지하 1층 청과매장에서 전날부터 판매에 돌입했다고 밝혔다. 광주점에서 선물용으로 좋은 무게 15kg 이상부터 가족들과 함께 먹기 좋은 7kg대 수박까지 다양한 크기를 선보이고 있으며 주문 예약도 받고 있다.

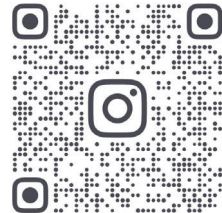
일명 '푸랭이'라고도 불리는 무등산 수박은 무등산 일대의 비옥한 토질 때문에 예로부터 임금에게 진상되던 특산물이다. 일반 수박과 비교하면 특유의 줄무늬가 없고 진초록색 겹질에 향이 깊고 과육의 단맛이 뛰어난 것이 특징이다. 하지만 높은 명성에도 불구하고, 명맥이 끊길 위기에 놓여 있다. 지금까지 품종 개량 연구 등 명성 되살리기 노력에도 성과를 거두지 못했기 때문이다. 기후변화로 인한 수확량 감소와 상품성 저하도 무등산 수박을 고사 직전으로 내몰고 있다.

무등산 수박은 지난 2000년 30곳이던 재배 농가가 2020년 9곳으로 줄면서 겨우 명맥만 유지 중이다. 사실상 멸종위기종이나 다름없다. 광주의 자량이 무관심에 사라지는 것은 안타까운 일이다. 재배농가 지원 확대와 품종 개량과 함께 광주시민들의 무등산 수박에 대한 관심이 절실하다.



@jnilbo

Kakao Talk : 진일보  
E-Mail : jebo@jnilbo.com



진일보는 전남일보가 제공하는 뉴스서비스입니다. 한발 빠르고 정확한 소식을 전달하기 위해 노력하겠습니다. 많은 의견과 제보를 바랍니다.

## 서석대



저녁 반찬 거리를 사러 대형마트에 장을 보러갔다. 겸사 겸사 간식거리도 골랐다. 과자, 음료수, 아이스크림 등 주전부리는 어느새 카트를 가득 채웠고, 본래 목적인 반찬은 카트 맨바닥에 찌부러져 보이지도 않았다.

배보다 배꼽이 더 컸다. 하지만 양심은 있었다. 계산을 하려고 카운터에 물건을 올려놓는데, 죄다 제로 칼로리였다. 제로 음료, 제로 아이스크림, 저당 과자 등이었다. 몸매 관리 차원에서 평소 먹거리를 살 때면 성분표를 자주 보는데, 제로 문구가 적혀 있으면 그런 귀찮음도 덜 수 있다. 살이 안 찰까봐는 믿음 덕이다.

카운터에 주전부리를 다 올려놓고 주식인 쌀과 닭가슴살을 올려놓았다. 닭가슴살은 저칼로리이니 논외였다. 쌀만이 제로 칼로리 속 유일한 고칼로리 식품이었다. 보고 있지 않던 '제로 칼로리 쌀이 있다면 쌀 소비 촉진 운동을 할 필요가 없을 텐데...'하는 생각이 들었다.

겸사겸사 쌀을 왜 안 먹을까도 생각해봤다. 당연히 '살이 찰까봐'다. 살이 안 찰까봐 파스타, 베이글과 같은 제품보다 많이 팔릴 것이다. 어느새 우리 사회에 '쌀은=탄수화물' '탄수화물=살'이라는 공식이 자리잡힌 결과다.

실제 쌀 소비량은 많이 줄었다. 거의 반토막이다. 지난해 1인당 쌀 소비량은 56.4kg으로 30년 전인 1993년(110.2kg)의 절반 수준에 그쳤다. 올해 1분기 농협과 민간 미국중합처리장(RPC)의 쌀 판매량은 전년보다 4만톤(-12.9%), 평년 대비 3만5000톤(-11.4%) 줄었다. 농협은

농가가 생산한 쌀을 수매해 임도정공장 등에 쌀을 판매한다. 농협과 RPC 판매량이 줄어든 만큼 전체 쌀 소비량이 줄어들었다고 할 수는 없지만 가파른 수요 감소세를 보여주는 단면인 셈이다.

상황이 이렇다보니 전국 단위농협에선 매년 쌀 소비 촉진운동을 펼치고 있다. 아침밥 먹기가 대표적이다. 이마저도 살이 찰까봐는 인식 탓에 거르는 사람들이 많다.

반전은 없을까. 정부의 노력이 있다면 가능하다. 자연재해 급의 소비율 저하 상황에서 농가들의 경영위험을 완화하기 위

한 쌀 농가의 소득·경영 안전망 구축은 필요하다. 다만 과잉공급이라는 원인을 그대로 두고 쌀 소비율이 떨어진다. 이는 결과만 탓해선 안된다. 이에 앞서 재배면적을 줄이고 소비를 늘리는 정책이 보다 근본적인 해결책일 것이다.

제로 칼로리 쌀이 있다면, 우리는 쌀 소비 촉진 운동을 고민할 필요조차 없을지도 모른다. 하지만 현실에서는 제로 칼로리 쌀은 존재하지 않는다. 그럼에도 우리는 쌀을 단순한 고칼로리 식품으로만 볼 것이 아니라 우리 전통과 식문화의 중요한 한 부분으로 인식해야 한다. 쌀은 우리의 식탁에서 배제될 대상이 아니라, 다시금 재조명되고 소비되어야 할 소중한 자원이다. 비록 '제로 칼로리' 시대를 살고 있지만, 쌀은 그 이상의 가치를 지니고 있음을 기억해야 한다. 우리의 건강과 문화, 그리고 농업을 지키기 위해, 쌀의 중요성을 다시 한번 되새길 필요가 있다.

송민섭 취재2부 기자

全南日報	사장·발행·편집인 이재욱	논설실장 이용환	편집국장 박성원
대표전화	(062)527-0015	경영지원팀	(062)510-0421
기사제보	(062)510-0331	광고영업팀	(062)519-0710
편집부	(062)510-0412	문화체육부	(062)510-0351
취재1부	(062)510-0380	온라인뉴스부	(062)510-0461
취재2부	(062)510-0394	사진부	(062)510-0391
정치부	(062)510-0340		
www.jnilbo.com m.jnilbo.com	구독료 월 1만5천원 1부 800원	1988년 4월25일 등록번호 광주가-2호 (일간) 우편번호 61474 광주광역시 동구 제봉로 137	
구독신청	(062)510-0471	광고문의	(062)512-0100
FAX	(062)510-0436	서울지사	(02)725-8890
본지는 신문윤리강령 및 그 실천 요강을 준수합니다			

☐ 독자 의견을 환영합니다 (e-메일) webmaster@jnilbo.com