

‘미세먼지 시민실천 10가지 약속’ 청년참여 개선방안

박선아

**'미세먼지 시민실천
10가지 약속' 청년참여
개선방안**

연구책임

박선아 서울대학교 환경대학원 박사과정

연구진

강다영 이화여자대학교 심리학석사
김수현 ‘꿈꾸는 청년학교’ 밥꿈 대표

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
서울특별시의 정책과는 다를 수도 있습니다.

요약

미세먼지 시민실천수칙 공감대 부족
사용자 중심의 메시지 디자인 필요

미세먼지 해결 돕는 시민실천수칙, 공감대 부족해 개선방안 모색

서울시 ‘미세먼지 줄이기 시민실천 10가지 약속’(이하 ‘실천수칙’)은 서울시 미세먼지 정책의 하나로 기획되었다. 실천수칙 선정 과정은 시민참여 방식으로 진행되었으며, 그 목적도 시민참여 유도에 있다는 점에서 시민참여의 맥락에서는 중요한 시도이다. 서울시도 “미세먼지에 시민 관심이 증가한 만큼 미세먼지를 시민 스스로 직접 줄일 수 있는 실천방법이 있다는 시민공감대를 형성하는 것이 목적”이라고 밝혔다.

실천수칙은 전체 미세먼지 정책에서 아주 작은 부분을 담당하고 있는지도 모른다. 그럼에도 미세먼지 문제에 관한 사회적 인식을 전환시킬 계기가 필요하기에, 실천수칙은 더 많은 관심이 필요한 영역이다. 따라서 현재의 실천수칙을 개선해 미세먼지 문제해결을 위한 시민 실천방안으로 폭넓게 수용될 수 있도록 할 연구가 필요하다.

이 연구는 현재의 실천수칙을 개선하고, 특히 2030세대의 많은 공기를 위한 실천솔루션으로서 긍정적 틀(framework)을 설계하는 것이 목표이다. 미세먼지라는 위협을 청년들은 어떻게 받아들이고 있는지, 어떤 행동을 하고 있는지를 파악하고, 현재의 실천수칙 메시지에 대한 반응과 개선 방안을 탐색하고자 한다. 이는 우리 사회에서 청년이 실천의 장으로 나아가기 위한 단서를 모색하는 효과가 있을 것이다. 연구질문은 다음의 3가지로 요약될 수 있다. 1) 청년의 미세먼지 인식과 실천 현황은 어떠한가? 2) 정보제공은 이들의 인식과 실천변화에 영향을 주는가? 3) 실천수칙을 어떻게 개선할 것인가?

연구질문은 상세한 변인을 조사하기보다는 전체적인 미세먼지 메시지 개발을 위한 상을 잡기 위해 설정되었다. 이에 답하기 위해 과정에서도 시민참여방법론을 적용하기 위한 방법을 개발하고자 했다. 메시지를 위한 현재의 인식 파악과 새로운 메시지의 개발, 그

리고 메시지의 평가 과정은 연속적으로 이루어졌다. 이 과정에 참여한 시민 연구자는 초반에는 파악의 대상으로, 중반에는 참여의 대상으로, 후반에는 협업의 대상으로 참여하게 되었다. 이 과정은 실천적인 목적을 가지고 있으며, 실행연구를 포괄하고 있기 때문에 리빙랩, 즉 생활실험실이라는 방법으로 규정했다. 이 연구는 리빙랩 방법을 활용함으로써 과정과 목적의 모든 측면에서 시민참여의 목표를 달성하고자 했다.

[표 1] 리빙랩 연구설계

단계	조사방법	조사내용
가설수립 및 검토 단계	선행연구 검토	선행연구 내용 및 방법론 검토
	인식 FGI	인식·실천의 현황 파악(Elicitation Survey)
사용자 참여 단계	행위자 참여	신청자 모집과 참여자 확정
	인식 DFGI	의견확인과 정보제공을 반복하는 숙의과정을 거친 인식을 조사
사용자 협업 단계	실행연구	자료수집과 의견개진을 통해 사용자들이 직접 실천방안 내용생산
	참여자 최종 피드백	세부설계 및 보완 후 참여자 최종 피드백
	외부 집단 피드백	해당 문제에 관심이 있는 외부 집단의 피드백
	최종 산출물 도출	실천방안 종합

2030세대들은 미세먼지 원인·대응행동에 매우 부정적 인식 지녀

미세먼지 인식 관련 문제를 진단하기 위해 연구참여자들의 미세먼지 인식, 관련 행동, 현황, 신념, 실천수칙에 관한 평가를 수집했다. 우선 미세먼지에는 “관심이 없어져”가며, “정보를 잘 찾아보지 않고”있고, “원인은 중국”이라고 생각하여 “체념” 상태에 이른 것으로 요약할 수 있다. 미세먼지에 대응하는 행동은 “소용이 없을 것”이라고 생각하거나 적응행동에 관련된 다양한 경험을 가지는 것으로 나타났다. 이는 개인별로 차이가 있지만, 미세먼지에 관한 체계적 지식이나 대응방안이 확립되지 않은 상황은 동일했다. 특히 미세먼지를 국내 원인에 의한 것으로 생각하기보다는 어쩔 수 없는 것으로 인지하고 있어 저감행동의 실천을 생각해볼 여지조차 없는 것으로 드러났다.

이러한 인식과 행동 신념을 기반으로 파악해보았을 때, 실천수칙에 대한 평가 역시 일관되어 보인다. 참여자들의 실천수칙 평가를 상향식으로 구조화한 결과는 [표 2]와 같다.

[표 2] 실천수칙에 대한 평가 요약

범주	하위항목
1) 저감효과성	(1) 저감이 가능하다 생각해본 적 없음 (2) 실제 비율이 적으니 저감 효과가 미미함
2) 실천가능성	(1) 실천 못 하겠음 (2) 실천하기 어려움
3) 동기부여 부족	(1) 인센티브 부재 (2) 와닿지 않음 (3) 시민에 대한 책임전가
4) 회의감에 대한 다양한 근거	(1) 대중교통 실내 대기오염 문제 (2) 미세먼지에 무관심 (3) 원천적으로 해결 불가능
5) 긍정적 가능성	(1) 교육적 효과 (2) 시민의 도덕적 의무 상기시킴

이러한 문제진단을 바탕으로 4가지 주요 문제를 종합한 개선방향을 [표 3]과 같이 도출했다.

[표 3] 실천수칙의 주요 문제 4가지와 이에 따른 개선방향

주요 문제	개선방향의 도출
“수용이 어려운 메시지” 현재 광범위하게 수용되고 있는 부정적 태도와 중국 귀인 상황을 고려하지 않아 오히려 비판적 태도를 끌어내기도 함	국내 미세먼지 유발 요인에 관한 정보제공 및 설득 필요
“타깃이 없는 불분명한 메시지” 나에게 하는 메시지가 아닌 것으로 느껴짐	타깃별 수칙 필요: 현재는 학생(의 선생님), 고령자를 위한 별도 수칙이 적응을 중심으로 제공되고 있음(환경부)
“정책의 진실성이 부족하여 중요하게 느껴지지 않는 메시지” 기존 미세먼지 정책과의 연계, 체감되는 정부나 기업의 노력 등이 없는 상태로는 ‘좋은 말’에 그침	기존 미세먼지 관련 정책 및 도시 정책들과 시민들이 함께 가고 있음을 묶어낼 필요
“실천유도의 어려움” 정보제공 후 이해도와 태도는 긍정적으로 변화할 수 있지만, 행동의지를 이끌어내는 어려움	정보제공도 중요하지만, 실질적 행동이 유도될 수 있도록 사용자 입장에서 행동수칙·메시지·인센티브 설계 필요

정보제공, 토론·숙의 효과가 나타날 수 있는 타깃팅 전략 수립해야

이 연구는 연구참여자를 공개모집하고 실험연구의 방식으로 변화의 가능성을 모색했다. 특히 정보제공과 관련한 참여자의 태도 변화와 다양한 반응을 살피고, 참여자 간 토론·숙의의 결과를 바탕으로 그 가능성을 진단했다.

미세먼지 관련 정보 중에는 현재 미세먼지 수준의 진단과 국내 정책 정보가 가장 수용성이 높은 것으로 드러났다. 현재 미세먼지 수준이 감소 추세인 적도 있었지만, 세계적 평균과 비교하면 심각한 수준이라는 정보는 저관여 집단의 미세먼지에의 관심을 상기시켰다고 설명할 수 있다. 또한 기본적으로 미세먼지는 어쩔 수 없다고 생각하며 정부 등에서도 별다른 대책이 없을 것이라는 생각이 있었기 때문에, 국내의 정책적 노력에 가장 많은 관심이 집중되었다.

실천수칙의 배경과 효과를 설명하는 정보를 제공했을 때는, 도로 오염원 대책에 참가자의 관심이 집중되었다는 점이 특징적이다. 이는 한편으로는 자동차에 대한 새로운 정보를 얻었기 때문이며, 다른 한편으로는 ‘자전거’라는 주제의 효과를 새로이 알게 된 것에 기인한다. 따라서 정보수용은 시민의 미세먼지 관련 인식을 긍정적으로 전환할 가능성을 보여준다.

그러나 태도나 신념의 변화 문제는 정확한 정보인지 여부와 다소 별개인 것으로 나타났다. 정확한 정보를 알게 되어도 저감정책에 관한 개인적 생각의 전환으로 곧바로 귀결되지 않는다. 실천수칙의 근거와 효과를 제공했을 때에는, 정보가 제공되지 않았던 참여자나 정보제공 이전의 자신의 의견에 비해서는 긍정적 답변이 늘어났지만, 그 비율이 절반을 넘지는 못했다. 최종적으로 ‘실천수칙이 과연 필요한가’에는 연구참여자 모두 긍정적이라고 결론지었다. 이 결과는 적지만 효과가 있을 것이며, 시민실천 가이드라인이 필요한 것은 맞고, 강제성이 없으며, 일깨울 수 있기에, 실효성이 있다는 전제 아래 찬성한다는 의미의 긍정이다.

이와 같은 진단을 바탕으로 두 가지 소결을 내릴 수 있었는데, 하나는 메시지 재구성의 필요성이며, 또 다른 하나는 시민참여를 위한 정책의 재구성이다. 첫째, 메시지 재구성

에는 이를 위한 기준을 4가지, 즉 (1) 거부감이 없는 수칙 (2) 타깃의 생활패턴에 기반을 둔 수칙 (3) 주변 시선을 보여주는 수칙 (4) 사람들과 함께하는 수칙으로 수립했다. 연구참여자의 의견을 바탕으로 따릉이·살내·생활공간이라는 3가지의 영역에서 몇 차례에 걸쳐 핵심 메시지를 선정하고 이를 쉽게 드러낼 수 있는 프로토타입을 제작했다. 둘째, 정책 재구성에서는 참여자들과 합의한 기준에 관한 설명, 필요성, 구체적으로 언급되었던 사례나 의견을 덧붙여, 정책이 왜 어떻게 재구성되어야 하는가에 관한 참여자들의 생각을 정리했다.

메시지 개발 프로세스·시민참여 정책의 개발과정 제도화 필요

앞선 연구의 내용을 종합하여, 이 연구는 크게 3가지 정책과제를 제시한다. 첫째, 체계적인 메시지 개발 프로세스 수립이 필요하다. 우선 이 연구의 산출물인 프로토타입으로 정책실험을 해보는 것이 가능하다. 프로토타입의 평가를 바탕으로 메시지 상의 개선점을 도출하여 보완하는 방식으로 미세먼지 커뮤니케이션 노력을 시작할 필요가 있다. 또한 전문적인 메시지 개발 프로세스를 수립할 필요가 있다. 현장 대면 방식뿐 아니라 빅데이터를 이용해 현재 다수 시민의 태도를 이해하여 접근하는 것 또한 가능하다.

둘째, 시민참여 정책의 개발과정이 제도화되어야 한다. 정책 리빙랩 활성화를 바탕으로 시민의 의견으로 만들어지는 정책의 개발과정은 시민에게 더 많은 권한과 책임감을 주는 정책혁신 플랫폼으로 정착되어야 한다. 또한 이를 유지하기 위해서는 리빙랩 관련 전문 연구인력의 육성도 고려해야 하는데, 시민의 의견을 경청할 수 있는 동시에 현장경험이 많은 연구자가 많지 않으므로, 이들을 위한 지원 정책이 필요하다. 그리고 이러한 노력들은 넋지 방식의 정책 발굴이라는 구체적 목적을 위해 섬세하게 기획되어야 한다. 아직까지도 전문가의 결과물이 시민참여의 결과물보다 항상 우위에 있다고 보는 시선이 많다. 하지만 시민의 결과물은 오히려 틈새정책에서 빛을 발할 수 있다.

셋째, 시민참여를 위한 정책으로의 장기적 변모가 필요하다. 메시지의 개발도 중요하지만, 이것이 정책 전체와 조응하려면 전반적인 정책 디자인이 시민의 시선으로 이동할

필요가 있다. 특히 스스로 미세먼지 시민실천을 중요하게 생각하고 있는 고관여 집단이 시민을 스스로 설득할 수 있도록 거버넌스 구조를 열어야 한다. 장기적으로 행정의 역할은 플랫폼과 지원기구로 나아가고, 시민 스스로가 많은 권한과 의무를 갖게 되는 방향으로 이동할 것으로 보인다.

이 연구는 미세먼지 실천수칙이라는 하나의 메시지를 연구하여 그 효과를 최대화할 수 있는 방안을 모색했다. 이 연구의 성과는 크게 두 가지이다. 첫째, 시민참여에 관한 시각을 개선하는 데 이바지했다. 이 연구는 보다 체계적·적극적인 시민참여 방식을 모색함으로써 시민참여가 상징적 의미만 획득하는 것이 아니라 더 효과적인 정책개발을 위해 디자인될 수 있음을 보였다. 둘째, 효과적인 환경 커뮤니케이션 전략 수립을 위해 제언했다. 환경 커뮤니케이션, 특히 캠페인은 기존에 위험 소구나 공적 의의에 호소하는 방식으로 주로 진행되었다. 그러나 사람에 따라 정보·참여·보상·공적 지향 등 중요하게 생각하는 요소가 다르다는 점을 인정하면서, 환경적·사회적 행동을 권장하는 커뮤니케이션이 나아가야 할 방안을 논의하고자 했다. 이 연구는 이후 타깃 대중별 커뮤니케이션 전략 수립의 기초자료로 활용할 수 있으며, 앞으로도 환경적 행동을 시민 스스로 받아들일 수 있도록 하는 전략 개발이 필요하다.

목차

01 연구개요	1
1_시민공감대에 기반한 실천수칙을 위하여	2
2_연구질문	9
02 연구설계와 진행	13
1_선행연구 검토	14
2_연구설계	17
3_리빙랩 진행과정과 분석방법	21
03 문제의 진단	27
1_미세먼지에 대한 인식	28
2_미세먼지에 대응하는 행동	33
3_실천수칙에 대한 평가	35
4_소결	40
04 변화의 발견	45
1_정보와 숙의, 그 효과와 논의	46
2_실천수칙의 재구성	58
3_시민참여를 위한 정책의 재구성	67

05 실천수칙의 과제	73
1_연구결과 요약	74
2_새로운 실천수칙을 위한 정책제언	76
3_나가며	81
참고문헌	83

표

[표 1-1] 정부·서울시·다른 시의 미세먼지 실천수칙 비교	7
[표 1-2] C@R 리빙랩 추진 방법론 중 주요 내용	18
[표 2-1] 리빙랩 연구설계	21
[표 2-2] 인터뷰 가이드라인	23
[표 2-3] 리빙랩 참가자의 구성	24
[표 2-4] 정보제공 원자료	25
[표 3-1] 실천수칙의 주요 문제 4가지와 이에 따른 개선방향	43
[표 4-1] 제공한 미세먼지 정보와 수용된 정보(빈도)	48
[표 4-2] 정보제공 후 참가자들이 제시한 질문	49
[표 4-3] 제공한 실천수칙 정보와 수용된 정보(빈도)	50
[표 4-4] 미세먼지 정보제공 후 든 생각(태도)	53
[표 4-5] 실천수칙 정보제공 후 든 생각(태도)	54
[표 4-6] 실천수칙의 최종적인 필요성에 대한 근거	55

그림

[그림 1-1] 「미세먼지 줄이기 시민실천 10가지 약속」 시민 공모전 포스터	4
[그림 1-2] 서울시에서 제시하는 시민실천 10가지 약속 홍보 포스터	6
[그림 4-1] 홍보물1(따릉이) 프로토타입	62
[그림 4-2] 홍보물2(살내 미세먼지) 프로토타입	64
[그림 4-3] 홍보물3(생활) 프로토타입	66
[그림 4-4] 시민 입장에서 본 정책 재구성 기준	68

01

연구개요

- 1_시민공감대에 기반한 실천수칙을 위하여
- 2_연구질문

01 | 연구개요

1_시민공감대에 기반한 실천수칙을 위하여

1) 서울시 실천수칙의 배경

서울시 미세먼지 줄이기 시민실천 10가지 약속(이하 실천수칙)은 서울시 미세먼지 정책의 일환으로 기획되었다. 서울시는 2015년 초미세먼지 20% 감축 정책을 통해 야심찬 감축목표와 분야별 핵심과제를 선정했다(서울정책아카이브, 2015). 최근 몇 년간 미세먼지에 대한 시민들의 관심이 높아졌기 때문에, 지자체 차원의 대책은 큰 공감대와 기대를 불러일으켰다.

초미세먼지 20% 감축 정책은 크게 발생원별 저감과 협력체계 구축 분야로 나뉜다. 발생원별 저감 분야는 교통부문, 산업·비산업, 생활 오염원, 간접관리로 나뉘는데, 전체 핵심과제 31개 중 16개 과제가 교통부문에 집중되었다. 협력체계 구축 분야는 국내외 협력과 시민의 건강 보호 분야로 나뉘며, 이 중 시민의 건강 보호 분야에는 시민 거버넌스 구축, 초미세먼지(PM2.5) 인식제고 교육과 홍보, 초미세먼지로부터 시민의 건강 보호 강화(예·경보 시스템 완성), 초미세먼지 상세 분석 등 연구역량 강화의 4가지 핵심과제가 있다.

시민의 건강 보호 분야는 최근 들어 다양한 사업으로 확대되었다. 이전 미세먼지 대책 가운데 시민 건강 보호 분야에서 다뤄지던 것은 미세먼지(PM10) 예·경보 체계를 구축하는 것뿐이었다. 그러나 2015년에 들어서는 초미세먼지(PM2.5) 예·경보 시스템을 완성하고 황사마스크 배포와 대응교육을 하는 등 다양한 사업들이 기획되었다(서울특별시, 2015).

이 과정에서 미세먼지 정책사업의 개수뿐 아니라 시민의 건강 보호를 바라보는 관점이 확대되었다. 시민과 함께하는 대기질 개선이라는 명제 아래 서울시는 여러 가지 시도들을 해왔다. '맑은하늘만들기 시민운동본부'를 구성·운영하고 마을공

동체를 연계하는 정책은 시민의 참여를 보다 적극적인 의미로 해석하고자 하는 서울시의 특징을 드러낸다. 이와 같은 관점의 확대는 이 연구에서 다루고자 하는 서울시 실천수칙이 등장하게 된 정책적 맥락이라 할 수 있다. 특히 문제가 되는 초미세먼지는 자동차와 난방, 발전이 전체 초미세먼지 배출의 50% 이상을 차지한다. 따라서 일상에서 미세먼지 줄이기의 일환으로 시민들의 참여를 촉구하고 있다.

여러 지자체들이 미세먼지에 대응하는 수칙을 홍보하고 있지만, 그 중에서도 서울시의 시도는 시민참여형 방식을 도입한 지점이 많다. 2017년 5월 27일 광화문 광장에서는 3,000인 서울시민 미세먼지 토론회를, 2018년 1월 23일에는 ‘아이들이 맘껏 숨 쉬는 서울 타운홀 미팅’을 개최하는 등 지속적인 의견 수렴 과정을 밟고 있다. 서울시에 따르면 3,000인 토론회에서 나온 의견을 반영하여 2018년 2월 시민주도 8대 대책을 수립했다. 그 내용으로는 차량 2부제 100만 시민참여를 이끌어내기 위해 ‘미세먼지 줄이기 나부터, 서울시민 공동행동’과 협력하고, 미세먼지 관련 정보 확인, 시민실천 인증 이벤트, 정책제안까지 한곳에서 볼 수 있는 온라인 플랫폼 개설 등이 있었다.

이 연구에서 다루는 실천약속은 시민참여 방식으로 선정되었으며, 그 내용도 시민 참여 유도에 있다는 점에서 시민참여의 맥락에서는 중요한 위상을 지닌다. 서울시는 아이디어 공모를 내고 12일간 접수하여 ‘활용성, 참신성, 효과성 및 실현가능성, 기대효과 등’에 따라 심사하여 최종안을 2016년 6월 9일 선포했다. 서울시는 “미세먼지에 대한 시민의 관심이 증가한 만큼 미세먼지를 시민 스스로도 직접 줄일 수 있는 실천방법이 있다는 시민공감대를 형성하는 것이 목적”이라고 밝혔다.

서울특별시

I·SEOUL·U

미세먼지 줄이기
시민실천 10가지 약속 시민공모전

대기오염 반으로, 시민건강 두배로

공모기간

2016.4.8(금) ~ 4.19(화), 12일간 ※ 접수마감시간 18시

공모내용

시민이 미세먼지를 줄이기 위해 가정이나 직장 등에서 쉽게 따라하고 실천하기 쉬운 약속
- 예) 우리집 보일러 일물하게 절약해서 사용하기
- 예) 트렁크 비우고 자동차 운전용 해코
- 예) 자가용을 사용할 때는 자동차 공유하기에 참여해요

응모자격

서울시 거주 시민 누구나

참가방법

인터넷 온라인 접수
※ '내 손안에 서울 홈페이지'(mediahub.seoul.go.kr) 공모전에서 공모신청서 양식을 다운받아 작성 후 제출

심사방법

서류심사
※ 공모관련 활용성, 참신성, 효과성 및 실현가능성, 기대효과, 그 밖에 심의위원이 정하는 기준에 따라 선정
※ 동일 · 유사내용이 다수일 경우 접수순으로 결정

시상 및 발표

심사일정 : 2016.4.21(목)
결과발표 : 2016.4.25 (월)
※ 상기 일정은 여건에 따라 변경될 수 있음

서울특별시시장 상장 수여

시상내역	최우수상	우수상	장려상
시상인원	1명	5명	10명

관련문의

서울시 기후환경본부 대기관리과 (담당자 정진영 ☎ 02-2133-3634 / jly1026@seoul.go.kr)
※ 자세한 내용은 '내 손안에 서울' 홈페이지 공모요강 참고

[그림 1-1] 「미세먼지 줄이기 시민실천 10가지 약속」 시민 공모전
포스터
(출처 : 내 손안에 서울 홈페이지)

2) 서울시 실천수칙의 내용

서울시 실천수칙은 다음의 10가지의 내용이다.

- ① 가까운 곳은 걷거나 자전거를 탑니다
- ② 대중교통을 이용합니다
- ③ 급출발·급제동·공회전을 삼갑니다
- ④ 매연차량은 120에 신고합니다
- ⑤ ‘나홀로차량운행’을 자제합니다
- ⑥ 경유차 구매를 자제합니다
- ⑦ 공기정화식물을 키웁니다
- ⑧ 요리 시 직화구이를 삼갑니다
- ⑨ 미세먼지 예보 시 외출을 삼갑니다
- ⑩ 불가피한 외출 시 전용 마스크를 씁니다

10가지 중 ①에서 ⑥까지는 실외 미세먼지 배출감소의 원인인 차량 사용에서 오는 실천방안을 제시한다. ⑦과 ⑧은 실내 미세먼지에 대한 실천방안을, ⑨와 ⑩은 적응행동에 대한 방안 제시이다.

이 실천방안은 [그림 1-2]와 같은 하나의 포스터 형태로 제공·홍보되었다. 포스터에는 실천방안 각각에 대해 두 줄 정도의 설명이 있다. 서울시는 미세먼지 관련 공문에 시민들의 실천방안을 첨부하는 등 활용 측면에서 노력해왔지만 옥외 광고물 제작 등 적극적인 활용으로는 이어지지 않았다. 왜 이러한 수칙이 타당한가는 안녕 미세먼지 홈페이지와 서울시 홈페이지의 e-Book을 통해 상세히 설명하고 있다.



[그림 1-2] 서울시에서 제시하는 시민실천 10가지 약속 홍보 포스터

(출처 : 송파구 홈페이지)

3) 서울시 실천수칙에 질문을 던지다

앞선 실천수칙은 미세먼지 정책에서 아주 작은 부분을 담당한다. 그러나 미세먼지 문제에 관한 사회적 인식을 전환시킬 계기가 필요하기 때문에 실천수칙의 초벌 검토는 커뮤니케이션에 대한 단서가 될 수 있다.

우선 내용과 관련하여 문제제기가 필요하다. 실천방안 분야에서 눈에 띄게 차량에 집중되어 있다는 점이다. 물론 대도시 미세먼지에서 도로 오염원을 줄이는 것은 중요한 일이지만 다양한 실천방안이 제시되지 못하고 있어 차를 이용하지 않는 시민과의 공감지점이 적다. 또한 시민약속, 10대 수칙 등 이름이나 요약어가 혼재되어 사용되는데, 이는 실천수칙에 특별한 이미지 브랜딩이 설정되지 않았음을 반증한다. 기존에 널리 알려진 온실가스 감축 메시지와 비교하면 특색이 없어 전파력이 약한 것도 문제가 된다.

[표 1-1] 정부·서울·다른 시의 미세먼지 실천수칙 비교

(① : 차량 이용 관련, ② : 에너지·난방의 직접 배출저감 관련, ③ : 야외 직접 배출저감 관련,
④ : 실내 접촉저감 관련, ⑤ : 단순 적응행동)

	정부 2016.12.09.		서울시 2016.06.09.		군포시 2017.06.03.	
1	폐기물 소각하지 않기	③	가까운 곳은 걸거나 자전거 이용	①	삶기와 찌기 등 요리방 법 건강하게 바꾸기	④
2	도로변 불법 주·정차 하지 않기	①	대중교통 이용	①	레인지 후드, 에어컨디 셔너, 진공청소기 필터 자주 청소하기	④
3	공터에 식물 심기	③	급출발·급제동·공회 전 자제	①	에너지 효율이 높은 가 전제품 사용하기	②
4	친환경 자동차 타기	①	매연차량은 120에 신 고	①	친환경 보일러 설치하 기	②
5	공회전 하지 않기	①	나홀로차량운행 자제	①	주변 공터에 나무 심기	③
6	3급 하지 않기 (급출발·급가속·급감 속)	①	경유차 구매 자제	①	친환경 자동차 타기	①
7	친환경 보일러 설치하 기	②	공기정화식물 키우기	⑤	불필요한 공회전 하지 않기	①
8	레인지 후드, 에어컨디 셔너, 진공청소기 필터 자주 청소하기	④	요리 시 작화구이 자 제	④	3급 하지 않기 (급출발·급가속·급감 속)	①
9	에너지 효율이 높은 가 전제품 사용하기	②	미세먼지 예보 시 외출 자제	⑤	폐기물 소각하지 않기	③
10	요리방법 건강하게 바 꾸기	④	불가피하게 외출 시 전용마스크 착용	⑤	공사장, 사업장 발생 먼지 줄이기	③

[표 1-1]은 서울시, 정부, 군포시 각각의 미세먼지 실천수칙을 비교한 표이다. 다
른 기관 수칙과 비교했을 때, 서울시 수칙에서는 공터 등에서 이루어지는 폐기물
소각이나 나무 심기가 없고, 난방부문 실천방안이 없다. 순서에서 약간의 차이는
있지만, 차량대책에 집중되었다는 점은 유사하다. 또한 미시적 수준의 적응행동으
로 공기정화식물 구입, 외출 자제, 마스크 사용 등 3가지 있다는 것이 특징이다.

내용의 대동소이함으로 보면 시민참여라는 과정적 장점이 충분히 발휘되지 않았다. 미세먼지 감축량만을 고려한 수칙을 만들려고 했다면, 전문가가 과학적으로 계산해야 할 문제이다. 그리고 시민들 마음에 와닿는 효과적인 방법으로 귀결될 지도 미지수이다. 시민참여 과정의 장점을 충분히 살리기 위해서는 어떤 지점에서 참여해야 하는지, 시민의 명확한 역할과 장점이 무엇인지 등의 검토가 부족해 보인다. 시민의 역할이 정확히 규명되지 않으면, 자칫 참여를 위한 참여로 격하될 수 있기 때문이다.

마지막으로 타깃의 문제이다. 현재의 실천수칙은 자동차를 소유하고 있는 시민을 대상으로 한 캠페인에 가깝다. 이와는 대조적으로 환경부에서는 일반 수칙뿐 아니라 학생들과 노약자 각각에 대한 수칙을 제작한 바 있다. 지자체는 정부보다 시민에 더욱 가까이 있다는 장점에도 불구하고, 다양한 시민의 유형을 고려하지 않은 점은 아쉽다.

이 연구는 앞선 내용을 종합하여 실천수칙이 청년 세대에게 설득력이 지나치게 없다는 점에 문제를 제기하고자 한다. 개선방안 또한 청년 세대에게 집중되어야 하는 이유도 여러 가지가 있다. 첫째, 젊은 세대로서 인식이 전환될 여지가 가장 크면서, 동시에 유행이라는 실천패턴에 끼치는 영향력도 크다. 둘째, 환경·사회의 변화로 이전 세대와 다른 생활패턴을 가질 수 있다. 셋째, 이들은 공공의 목표실현을 위하여 자기실현을 지향하는 의식을 지닌 세대이다. 넷째, 미래 세대라는 점에서 정책적 지속성을 보장하며, 환경 정책의 수혜자라는 점에서 중요한 이해관계자로 볼 수 있다 다섯째, 이 연구를 실행하는 연구자도 20대 후반, 30대 초반의 청년이기 때문이다.

청년이 여러 환경의식 조사에서 다른 세대에 비해 낮은 인식 현황을 보였기 때문에, 미세먼지 문제에서도 다른 인지와 행동을 한다고 판단했다. 따라서 이들을 대상으로 한 공공캠페인 기획 연구는 특히 정책적 의미가 있을 것이라고 생각했다.

2_연구질문

이 연구의 목적은 시민실천의 개선방안을 모색하며 현재의 2030세대를 위한 실천의 긍정적 틀(framework)을 설계하는 것이다. 청년들은 미세먼지라는 위험을 어떻게 받아들이고 어떤 행동을 하는지를 파악하고, 현재의 실천수칙 메시지에 대한 반응과 개선방안을 탐색하고자 한다. 이를 구체화한 연구질문은 다음 3가지이다.

- 1) 청년의 미세먼지 인식과 실천현황은 어떠한가?
- 2) 정보제공은 이들의 인식과 실천변화에 영향을 주는가?
- 3) 실천수칙을 어떻게 개선할 것인가?

1) 청년의 미세먼지 인식과 실천현황

미세먼지 실천을 위한 메시지를 던지기 위해서는 현재의 인식과 실천현황을 파악해야 한다. 예비조사에서 미세먼지 실천에 대한 일반적 인식이 부정적으로 형성되었기 때문에, 이 연구에서는 이를 확인하고자 미세먼지 자체 인식, 태도, 실천현황을 파악했다. 또한 실천에서는 대체로 적응 실천을 할 것이라 추측했다.

인식과 실천은 개인에 따라 다를 수 있다. 미세먼지 인식에 따른 군집 분석을 진행한 연구(김영옥 외, 2016a)를 참조하여, 이 연구에서는 선별문항을 통해 임의의 두 군집을 설정했다. 연구참여자를 대상으로 한 인터뷰 초반의 응답 내용에서 (1) 관심 여부 (2) 중국 귀인 정도 (3) 개인적 대처의 필요성에 따라 저관여 집단과 고관여 집단으로 나누어 평가를 했다.

2) 인식과 실천의 변화에 정보가 끼치는 영향

이 연구는 단순히 문제점을 파악하는 데서 그치는 것이 아닌 인식과 실천의 변화 동인을 찾는 것을 주요 목표로 하는데, 특히 정보제공을 가장 중요한 요인으로 보았다. 합리적 행위이론 모델(Reasoned Action Theory)의 기초가 되는 신념 기반 모델(Belief-Based Model)에서 사람의 태도가 형성되기 위해서는 신념의 변화가 필수적이다(Petty and Cacioppo, 1986). 그리고 새로운 정보제공은 신념에 영향을 줄 수 있는 가장 쉬운 접근 방법이 된다.

정보는 다양한 하위 카테고리를 가진다. 정보의 내용뿐 아니라 정보전달자(정보원), 정보전달 방식(일방향·쌍방향), 정보의 질 등이 정보를 구성하는 카테고리이다. 변화의 요인이 정보의 어떤 점인가를 밝히기 위해서는 상당히 통제된 상태의 연구가 필요하지만, 이 연구에서는 폭넓은 해석을 통해 사용자가 변할 수 있는 부분과 변할 수 없는 부분을 발견하고자 했다. 이를 위해서는 교육학에서 주로 행하는 실험연구의 모티브를 차용하며 열린 해석이 가능한 리빙랩(Living Lab; 생활실험실) 방식(정병걸, 2017)이 적합했다. 이를 위해 이론적 범주의 포화가 일어날 때까지 FGI가 진행되며, 사용자를 모집하고, 토론을 기획하고, 자가기록이나 연구자의 관찰기록지를 작성하는 등 밀도 있는 질적 연구방법을 사용했다.

3) 실천수칙 개선방안

이 연구의 최종 연구질문을 해결하기 위해 메시지 개선을 위한 기준, 세부적인 내용에 대한 선호도 등을 반영하여 메시지를 새롭게 구성했다. 특히 인식과 행동과의 연결을 위해 행동과 장소에 기반한 대안을 설계했다. 이러한 과정을 거쳐 도출된 개선 내용을 최종적으로 프로토타입 형태로 완성했다. 프로토타입 형태로 구성될 경우, 연구과정과 결과가 지나치게 간략하다는 것이 단점이 될 수 있지만, 무엇을 제시하려 하는지 분명하게 알 수 있어 단순·명료함은 장점이 된다.

행동을 유도하기 위해선 설득하는 메시지 외에도 행동을 지원할 수 있는 정책이

병행되어야 한다. 메시지를 개발하더라도 이 메시지가 정책적 일관성을 가지고 있다는 신호를 보내기 위해서라도 정책 개선방향은 도출되어야 한다. 따라서 이에 대해서도 연구참여자의 의견을 수렴하고 정책과 시민참여가 신뢰를 기반으로 함께 갈 수 있는 방향을 모색한다.

02

연구설계와 진행

- 1_선행연구 검토
- 2_연구설계
- 3_리빙랩 진행과정과 분석방법

02 | 연구설계와 진행

1_선행연구 검토

1) 사회적으로 구성된 “미세먼지”

미세먼지는 객관적 실체이지만 동시에 사회적으로 구성된 위험이다. 몇 년 전만 해도 미세먼지의 수치가 높은 것에 비해 미세먼지 저감 정책에 대한 사회적 관심도는 높지 않았다. 김영옥 외(2016a, 2016b, 2017)는 위험의 사회적 구성에 관심을 가지고 전문가와 일반인 사이의 인식 차이, 군집 분석 등을 진행한 바 있다. 전문가와 일반인 사이의 인식 차이를 확인한 연구에서 일반인들은 전문가와 달리 미세먼지 발생과 결과의 유기적 관계를 이해하지 못하는 경우가 많았다. 또한 주관적 인식과 믿음에 따라 미세먼지의 위험을 인식하고 행동의도 사이에서 차이를 보였다.

전문가들은 위험을 측정 가능하고 확률적으로 예측 가능한 대상으로 간주하며, 과학기술을 통해 관리와 통제가 가능하다는 관점을 가진다. 즉 객관적인 물리적 실체로 이익, 손실 기반의 함수관계를 바탕으로 명시된 선호가 판단 근거가 된다. 반면 일반인은 주관적으로 위험을 평가한다. 위험의 현저성, 자발성, 통제가능성 등 다속성 요인을 바탕으로 한 주관적 평가를 기반으로 한다. 따라서 지각된 위험의 특성을 바탕으로 표현된 선호가 판단 근거가 되며 심리적, 사회적, 제도적, 문화적 상황을 반영한 사회맥락적 특성을 고려한다. 이는 사회적 구성 접근으로, 위험에 대한 현 인식이 어떤 식으로 구성되었는지에 초점을 맞춘 접근 방식이다. 한편 사회적 수용도가 높은 정책 디자인과 커뮤니케이션이 미세먼지 정책수립에서 필수적임을 일깨워준다.

이러한 맥락에서 효과적인 미세먼지 정책 메시지 개발을 위해, 정부나 지자체가 사용하는 미세먼지 정책 메시지를 20~30대는 어떻게 받아들이는지를 분석하고, 대안적인 메시지를 개발하고자 한다. 이는 이전 연구를 청년 세대 대상으로 진행

하여 구체적인 대안을 제시하는 것에서 그 의미가 있다.

2) 심리학의 대상인 “미세먼지”

미세먼지에 대한 사회적 인식과 태도를 이해했다면, 그다음 대안을 어떻게 모색할 것인가에 대한 연구가 필요하다. 이 연구에서는 미세먼지를 사회적 구성으로 바라보되, 동시에 미시적 차원의 인지심리학적 접근으로 누가 메시지를 받았는지, 메시지를 어떻게 받아들였는지, 왜 그렇게 받아들였는지에 대한 질문을 던진다. 또한 이를 바탕으로 메시지 개발의 프로세스와 결과물을 제시한다. 태도는 행동의 의도와 큰 관련이 있기 때문에 태도에 영향을 미치는 요인에 대해서는 다양한 선행연구가 있다.

특히 미세먼지와 관련하여 김영옥 외(2016a)는 인식에 따라 군집 분석을 진행하여, 미세먼지 원인, 현황인식, 건강영향, 행동 등을 바탕으로 공중을 ‘중국귀인집단’, ‘위험낙관집단’, ‘위험관심집단’으로 분류했다. 집단에 따라 미세먼지 대처 행동도 다르게 나타났다. 중국귀인집단은 적응행동을 저감행동보다 중요하다고 생각했다. 위험낙관집단은 적응행동, 저감행동 모두에서 인식이 낮았고, 위험관심집단은 적응행동, 저감행동에 관심을 가지고 참여했다. 또한 중국귀인집단, 위험낙관집단에서는 정보추구 행동보다는 회피가 많았고, 위험관심집단에서는 정보추구가 많았다.

이를 바탕으로 이 연구는 정보추구의 행동과 관련된 관여가 미세먼지 인식에 영향을 줄 것이라고 가정했다. 설득 현상을 설명함에 있어서, 어떤 경로로 메시지가 처리되는지에 따라 메시지가 집중해야 할 지점이 달라질 수 있다는 정교화 가능성 모델로 설명이 가능하다. 이에 따르면 메시지는 중심 경로와 주변 경로 두 가지 경로로 처리되는데, 중심 경로를 통해서는 수용자는 주의를 기울여 정보를 처리하기 때문에 메시지의 내용과 근거 등에 의해 설득이 된다. 주변 경로를 통해서는 주의를 기울이지 않고 정보를 처리하고, 메시지의 중심 내용이나 근거의 질보

다는 근거의 수, 동의하는 사람의 수, 광고 디자인과 같은 주변적 속성에 의해서 설득된다(O'keefe, 2016).

한편 정교화 수준은 수용자의 관여 수준과 인지욕구와 같은 개인차에 의해서 달라진다. 관여란 수용자가 메시지 주제에 얼마나 관심이 있는지를 나타내는 말로, 관여가 높을수록 중심경로를, 낮을수록 주변경로로 정보를 처리할 가능성이 높아진다. 이 연구의 사전조사에서 20~30대는 보통 건강에 큰 관심이 없고, 양육을 하지 않을수록 환경과 건강 문제에 큰 관심이 없었다. 따라서 적지 않은 청년이 미세먼지에 주로 거리감을 느껴 저관여일 것이고, 정보를 특별히 찾지 않는 이상 기사에서 이야기하는 중국 귀인 신념을 받아들이게 될 것이라고 보았다.

3) 공공캠페인 메시지의 주제인 “미세먼지”

앞선 심리학적 배경, 특히 정교화 가능성 모델이 메시지에 대한 수용자의 수용 여부를 설명한다면, 마지막으로 메시지를 디자인하고 그 영향을 주고자 하는 공공캠페인에 대한 검토가 필요하다.

일반적으로 메시지 효과성에 영향을 주는 요인에는 정보원(출처), 메시지, 매체, 수신자 특성 등이 있다. 정보원은 메시지를 전달하는 주체이며, 수신자는 정보원의 신뢰도를 메시지를 신뢰할 근거로 사용하는 경향이 있다. 정보원의 전문성과 공정성이 낮아 신뢰도가 낮을 경우, 수신자는 메시지에 주목하지 않거나 설득되지 않을 가능성이 높다.

김현숙(2015)은 메시지가 수용자의 심리적 저항을 활성화하는 현상을 분석하며, 부정적으로 프레이밍 된 메시지, 즉 충고 메시지는 자신의 선택, 판단, 행동의 자유를 통제한다고 느끼기 때문에 수용자에게 반항심을 유발할 수 있다고 보았다. 그에 따르면 메시지를 구성할 때, 긍정적으로 프레이밍해야 효과적이며, 타인을 배려한 자신의 행동을 평가하도록 하는 메시지를 통해 몰입도를 높일 수 있다.

또한 멀티스팟 광고, 즉 동일한 주제를 조금 다른 내용으로 제작하여 동시에 집행하는 것 또한 메시지를 효과적으로 전달하는 방법이다. 도덕적 윤리적 충고 형식의 메시지와 자극물은 따분함을 가져온다. 따라서 그는 독립적 선택, 자율적·주체적 의미, 타인에 대한 배려 등을 강조함으로써 몰입도를 높일 수 있다고 보았다.

이를 미세먼지 이슈에 적용해본다면, 미세먼지 저감행동이 개인의 자유와 권리를 침해하는 메시지가 아니라 건강한 사회라는 본질을 어떻게 던질까 하는 의미를 담아야 할 것이다. 즉 선택하지 않으면 손해를 볼 수 있다는 강요보다는 판단과 결정에 대한 선택권을 가급적 캠페인 수용자에게 돌려줘야 한다.

이처럼 위험 커뮤니케이션에서 수용자의 관여도, 메시지에 대한 반향심과 같은 내적 요인, 메시지 유형, 정보원 유형과 같은 외적 요인은 미세먼지에 관한 공공캠페인의 성패를 좌우할 수 있는 요인이 된다.

2_연구설계

1) 시민참여 연구방법론의 틀

앞선 연구들은 부분적으로는 중요한 함의를 다루고 있지만, 이 연구는 현재 인식에서부터 실천메시지, 부가적인 정책제언까지를 탐색하고자 했기 때문에 엄밀한 의미의 연구를 적용하기는 어려웠다. 그러나 이러한 다양한 연구질문을 포괄적으로 검토하기 위해 실증적 결과에서 해석적 결과까지 가장 유연한 범위를 갖는 리빙랩의 일환으로 진행하게 되었다(Schaffers et al., 2010).

리빙랩은 최근 들어 기술의 사회적 적용으로 해석되는 경향이 많지만, 수용도를 높이기 위한 정책에도 사용될 수 있다. 특히 거버넌스 구축을 의도로 하는 정책설계에서 현재의 시민참여보다 더 심도 있는 숙의를 필요로 할 때 리빙랩은 시민참여 플랫폼으로 기능할 수 있다. 이 연구에서 가장 많이 참고한 것은 C@R이라는

방법론에서 사용된 프로세스이다. 이 방법론은 7개 지역에서 동시에 사용되었기 때문에 보다 검증된 모델이라고 판단했다.

[표 1-2] Schaffers et al.(2010)의 C@R 리빙랩 추진 방법론 중 주요 내용

방법론	실행 과정과 평가
주기 개발	- 3개월 주기의 혁신과 평가 설정
실행연구	- 이론보다는 실천을 통한 현장 개선에 관심 - 참여자들이 실재에 부여하는 의미에 대해 해석적 평가 포함
학제 간 개발 그룹	- 문제를 다각적으로 해결하기 위한 학제 간 팀의 역할
사용자·행위자 참여	- 사용자를 참여시키거나 권한 부여
구체적 기법	- 리빙랩 과정을 촉진하게 하는 방법 및 기법

이 연구방법론에서는 시민 또한 사용자로서 단순한 수용자 입장이 아니라 혁신활동에 참여할 수 있는 능력과 영향력을 향상시킬 수 있다. 이를 통해 연구자도 리빙랩 참여자들의 협력을 바탕으로 새로운 영역에 대한 실험에 도전할 수 있다(한국과학기술원 사회기술혁신연구소, 2016).

참여자는 연구자에 의해 기획된 프로그램을 통해 토론하게 된다는 점에서 일정 부분 통제된 집단이며, 한편으로는 일주일 3시간을 제외하고는 미세먼지와는 거의 무관한 생활세계에 있다는 점에서 평범한 생활인 집단이다. 연구자들은 이들에게 4회에 걸쳐 필요한 정보를 제공하고, 의견을 청취하며, 질문을 던진다. 의견의 변화가 적어지는 지점에 도달한 후에는, 대안도출로 가는 토론 프로세스를 기획하여 진행한다. 이를 거치며 사용자인 참여자는 연구대상에서 연구자로 보다 능동적인 제언에 참여하게 된다.

원활한 연구과정을 위해 퍼실리테이터 자격증을 가진 2인의 연구자와 1인의 관찰기록자, 2인의 연구보조를 두고 진행했다. 연구진은 한 회차 진행마다 기획-진행-피드백을 통해 실행연구에 대한 기획을 논의했다.

2) 자료수집 및 분석

(1) 가설수립 및 검토단계

메시지 디자인에서 사용자의 신념이나 태도를 파악하는 것이 무엇보다도 중요하다(Fishbein and Ajzen, 2010). 이전 연구들에서 제안하고 있는 추출조사(Elicitation survey)는 말 그대로 ‘불러일으키는 방식’의 조사방법이다. 신념 기반 모델(Belief-Based Model)에 따르면 어떤 태도의 바탕에는 행동에 대한 신념이 가장 중요한 원인이 된다. 그러므로 어떤 신념을 타깃으로 할지를 사전조사해야 한다.

이 방법론을 활용하기 위해서는 사람들에게 어떤 행동을 제시하고, 이것이 왜 하고 싶은지 또는 하기 싫은지를 자유응답 방식으로 받는다. 이 조사로 신념진술문 세트(set of belief)를 만들 수 있는데, 이를 통해서 주요 신념을 선정하고, 인구 모집단에 조응하는 샘플집단에 대한 조사를 다시 진행하여 유효한 신념타깃을 설정하게 된다.

여기에서는 신념진술문 세트를 만드는 과정까지 진행했으며, 이를 위해 다수의 FGI를 진행했다. FGI(Focus Group Interview: 초점집단면접)는 비교적 동질의 참여자 집단 인터뷰로, 1:1 인터뷰에 비해 서로 간의 상호작용을 용인하면서 민감한 지점에 대한 의견을 파악하기에 용이하다. 이론적 범주가 포화되었다고 판단할 때까지 FGI를 진행했으며, 이를 통해 도출된 결과를 (1)인식차원 (2)실천어려움 차원으로 나누어 분석했다. 리빙랩을 시작하기 전, 참가자들이 단순 FGI참가자들과 다른 신념진술문을 가지고 있는지를 확인하기 위해 리빙랩 1회차에서도 FGI를 실시했다.

(2) 사용자 참여 단계

사용자 참여 단계에서는 정보제공과 의견 수합, 상호 간의 의견 교환을 통한 숙

의를 설계한다. 필요한 정보가 무엇인지 묻고, 이를 바탕으로 정보를 제공하고, 각자의 의견을 독립적으로 이야기하게 한 후, 상호 간의 토론을 진행하도록 했다. 이 토론은 인식과 행동의 문제, 실천수칙 평가의 문제, 대안 디자인의 문제에 대해 4회에 걸쳐 반복되도록 설계되었다.

연구진은 사용자 참여 단계를 통해 얻어진 자료에 대해 (1) 이들의 발화와 작성 내용은 무엇이었나(기술) (2) 이것이 의미하는 바는 무엇인가(해석 및 설명)의 두 가지 차원으로 접근했다. 이는 실행연구 중에서도 당면문제를 해결하는 것을 목표로 하는 실증적 실행연구와 의미를 설명하는 해석적 실행연구 두 가지 성질을 가진다고 보았기 때문이다. 미세먼지 시민참여라는 이슈는 당면한 문제해결을 필요로 하지만 한편으로는 당장 완벽히 해결할 수 있는 성질의 문제가 아니라고 보았기 때문이다.

사용자 참여 단계에서 기술을 그대로 받아들이는 것이 아니라 해석이 필요한 부분은 다음 4가지로 보인다. 첫째, 표집 대상의 특수성 때문인가? 둘째, 정보의 어떤 점이 영향을 끼쳤는가? 셋째, 토론을 함께하는 다른 사람들의 영향이 큰가? 넷째, 자가보고의 한계와 일반인의 전문성의 한계로 인해 생산된 내용을 어느 정도까지 받아들여야 하는가? 이러한 복잡성은 양적연구에서는 편향(bias)으로 간주되기도 하지만, 이 연구는 그러한 가능성을 인정하여 열어놓고, 오히려 현실에 가까운 상황에서 나타나는 영향에 주의를 기울이고, 기록과 해석을 충실히 하는 질적 연구의 방식을 지향했다.

(3) 사용자 협업 단계

이 연구는 정보제공을 받은 상태에서 연구자가 선호하는 메시지의 내용과 방식을 디자인하도록 설계했다. 또한 그 결과를 다른 집단으로부터 평가받도록 했는데, 여기에서는 고관여 집단으로부터 피드백을 받는 것으로 설계했다. 이러한 협업 단계는 이후 시민들이 참여하기 위한 메시지 또는 정책 디자인 방식의 모델이 될

수 있도록 진행했다. 여기에서 연구참여자가 스스로 고민하고 생산하는 장을 공론장이라고 일컬을 수 있다면, 이 운영에서 효과적이었던 점을 발굴하여 이후 공론장을 확대할 수 있는 방안을 모색하고자 했다.

이상의 연구설계에 대한 논의를 종합하면 [표 2-1]과 같이 나타낼 수 있다.

[표 2-1] 리빙랩 연구설계

단계	조사방법	조사내용
가설수립 및 검토 단계	선행연구 검토	선행연구 내용 및 방법론 검토
	인식 FGI	인식·실천의 현황 파악(Elicitation Survey)
사용자 참여 단계	행위자 참여	신청자 모집과 참여자 확정
	인식 DFGI	의견확인도 정보제공을 반복함으로써 숙의과정을 거친 인식을 조사
사용자 협업 단계	실행연구	자료수집과 의견개진을 통해 사용자들이 직접 실천방안 내용생산
	참여자 최종 피드백	세부설계 및 보완 후 참여자 최종 피드백
	외부 집단 피드백	해당 문제에 관심이 있는 외부 집단의 피드백
	최종 산출물 도출	실천방안 종합

3_리빙랩 진행과정과 분석방법

리빙랩은 사회실험으로서 기획으로서 모든 변인을 통제할 수 없으므로 기본적으로 여러 개의 시나리오를 놓고 진행하게 되므로, 본 절에서는 실제 진행이 어떻게 되었는지를 서술했다. 그러나 이 연구는 대체로 2절의 연구설계를 벗어나지 않는 범위에서 진행되었다.

1) 가설수립 및 검토단계

이 단계에서 밝혀진 부분은 크게 3가지이다. 첫째는 전체 현황이다. 둘째는 미세

먼지 시민행동에 대한 태도 진술문을 확보하는 것이다. 셋째는 고관여와 저관여라는 받아들임의 개인차에 대한 기준을 마련하는 것이다.

여기에서 신념에 대한 진술문을 받는 과정에서는 초점집단면접과 심층면접이 사용되었다. 인터뷰 참가자는 총 25명이었으며, 대학생 여 5명·남 2명, 직장인 여 3명·남 1명, 취준생 여 1명·남 2명, 개인사업 남 1명, 대학환경동아리 10명으로 분류할 수 있었다. 이들은 세부적으로는 대학생, 대학원생, 알바생, 취준생, 직장인, 사업으로 분류할 수도 있었으며, 기혼·미혼, 자차 여부(없음, 통근 시 사용, 놀러갈 때만 사용), 평소 관심도, 관심 동기, 정보(정보의 양, 정보탐색 방식, 주변 정보원), 평소 환경실천(관심, 행동)에서 차이를 보였다. 그럼에도 불구하고 조사 결과 인식과 행동에 있어서는 군집을 나누는 것이 무의미할 정도의 차이를 보였다. 따라서 분석 결과를 서술하는 과정에서는 공통점을 중심으로 논의하되, 두드러진 차이를 보이는 지점은 따로 서술했다.

인터뷰 가이드라인을 바탕으로 면접 경험이 있는 연구자 2인이 인터뷰를 진행했다. 주요한 잠정적 가설을 담은 인터뷰 가이드라인인 [표 2-2]를 사용하되, 유연하게 진행했다. 또한 실천수칙에 대한 포스터 이미지를 함께 사용했다. 다만 앞선 질문들이 끝나고 인터뷰 말미에 제시함으로써 외부 자극의 간섭 없이 평소의 생각을 우선적으로 최대한 듣는 것을 의도했다.

[표 2-2] 인터뷰 가이드라인

분류	항목	세부 질문
1.warm-up	소개	간단한 자기소개
2.관여	정도	미세먼지 문제에 관심이 어느 정도 있는가? 그 이유는 무엇인가?
	지점	어떤 경험의 연결고리로 그러한 생각을 갖게 되었는가? (기존 환경·사회문제·건강 관심도, 주변의 영향으로 인한 주관적 규범, 교육·다큐 등 정보의 영향 등)
3.귀인	이유	미세먼지의 원인이 무엇이라고 생각하는가?
	정부대처 평가	정부의 대책이 잘 되었다고 생각하는가?
4.정보	탐색 여부	정보를 평소에 찾아보는가? 어떤 정보를 어떤 경로로 접하는가?
5.감정과 단상	감정	미세먼지 이슈에 대한 자신의 감정을 한 마디로 말하면? 그 이유는? (생략) (최근의 계기 혹은 이벤트)
6.행동	개인적 대처 (실천방식)	개인이 미세먼지에 대처하는 방법이 있는가? 적응행동(마스크, 수칙 확인, 공기청정기, 식물 기르기) 저감행동(대중교통 타기, 걸기, 전기 아껴 쓰기, 나무 심기)
	사회적 대처 (타인 설득 포함)	미세먼지 정책제안, 정책건의, 서명 등을 해본 적이 있는가? 미세먼지 관련해서 다른 사람들과 이야기해본 적이 있는가?(누구와 무엇에 대해)
7.실천수칙	인지	어떤 수칙을 알고 있는가? 인상은 어떠한가?
	'실천수칙' 평가	실천가능성 등으로 드는 생각·평가
8.wrap-up	바라는 점	정보, 사회적 관심, 공동의 행동, 실천수칙 등

이 집단이 청년 세대의 일반적인 의견과 유의미한 차이가 없다고 가정한다면, 관여의 수준이 상당히 낮음을 알 수 있었다. 20대를 대상으로 한 김영옥 외(2016a) 연구 역시 저관여의 가능성을 보였다. 인식의 차이보다는 다양한 생활차이가 있다는 점이 드러났다. 생활의 차이는 예컨대 자전거를 출퇴근 수단으로 이용하기도 하며, 차를 출퇴근할 때가 아니라 놀러갈 때만 쓰는 등 일반적으로 대중교통 이용자, 차량 소유자 등으로 범주화할 수 없는 생활패턴이 종종 발견되었다. 인식

의 차이에서는 오히려 남·여, 직장인·대학생 등 그룹 간의 차이는 두드러지지 않았으며, 33명의 참가자 중 고관여라고 여길 수 있는 비율은 20% 미만이었다.

인터뷰 참가자 25명과 리빙랩 참가자 8명(25명과 8명은 겹치지 않음)을 대상으로 한 인터뷰를 통해 미세먼지와 그 실천에 대한 태도와 신념을 수합했으며, 이 과정에서 이론적 범주가 충분히 포화되었다고 판단했다. 전반적인 의견을 확인했고 이를 바탕으로 리빙랩의 사용자 참여 단계와 사용자 협업 단계에서 유효한 시도가 무엇인지를 탐색했다.

2) 사용자 참여 단계

사용자 참여를 위해 취준생 카페, 대학 커뮤니티, 직장인 커뮤니티 등 온라인 채널을 통해 참가자를 모집했다. 이 과정을 통해 25명이 신청했고, 10명이 참여했으며, 최종적으로는 8명으로 확정되었다. 앞선 단계에서 일부 환경동아리 회원을 포함한 청년초차 상당수가 저관여임이 드러났는데, 리빙랩이라는 적극적인 활동 희망자 8명을 구성하게 되는 과정에서도 대체로 저관여인 사람들이 참가했다는 점은 독특하다. 청년들 일반 커뮤니티를 대상으로 했지만 4회차 활동에 참가가 가능한 사람을 모집하다보니 대학생이 상대적으로 많이 모집되었다. 관여의 정도는 엄밀히 측정할 수 없었지만, 앞선 선행연구를 검토했을 때의 기준을 바탕으로 저관여 대 고관여 인원은 6명 대 2명으로 파악되었다.

[표 2-3] 리빙랩 참가자의 구성

연번	참가자 나이, 직업	성별	관여정도
1	23, 환경공학 전공	여	저관여
2	24, 대학생	여	고관여
3	27, 대학원생	남	저관여
4	34, 개인사업	여	저관여
5	22, 환경공학 전공	여	저관여
6	20, 대학생	여	저관여
7	24, 대학생	여	고관여
8	25, 대학생	남	저관여

정보제공과 숙의를 위해서는 구체적인 토론 프로세스를 기획하는 것이 해당 단계에서 중요한 지점이었다. FGI와는 달리 주변의 영향을 최소화한 입론, 모두의 의견을 살피본 뒤 진행하는 상호토론, 최종 의견의 순서로 진행되었다. 연구과정에서 연구원들은 발제 외에는 대체로 퍼실리테이터의 역할로 의견을 이끌어내는 역할로 한정되었다. 다만 지엽적인 의견으로 편중될 때에는 반대되는 의견을 제공하기도 했다.

한 회차가 끝난 직후 연구원과 보조연구원이 실행연구 과정을 평가하고, 연구참여자 인식에 적합한 형태의 정보와 토론지점을 논의했다. 여기에서 적합함의 기준이란 연구자가 우선 이해 가능한 수준이어야 하며, 여기서 스스로의 가치판단에 따라 우선순위를 논할 수 있는 영역의 내용을 선정하는 것이 중요했다.

전문적으로 다루어지고 있는 미세먼지에 대한 내용을 일반인들이 받아들일 수 있는 형태로 가공하는 일이 회차마다 이루어졌다. 2회차에서는 타인의 평가를 제공하는 차원에서, 자신과 유사한 청년들에 대한 25명의 인터뷰를 구조화하여 보여주었다. 3회차에서는 미세먼지를 균형 있게 조사한 것으로 판단되는 자료들을 이해하기 쉽게 가공하여 전달했다([표 2-4] 참조).

[표 2-4] 정보제공 원자료

발행처	자료제목	발행연월
장영기	JES [이슈] 미세먼지 - 미세먼지 오염의 현황과 문제점	2016
서울시	서울시 미세먼지 3000인 토론회 자료집	2017.5.
서울환경포럼	추계학술포럼	2016
서울환경포럼	춘계학술포럼: 변화하는 미세먼지 오염 - 그 원인과 대책	2018
한국공간환경학회	춘계학술대회: 공간환경의 새로운 도전 - 미세먼지 관련 정책, 담론 및 대응	2018
서울연구원	PM2.5 배출원 인벤토리 상세 모니터링	2016
환경부 보도자료	2022년까지 국내 배출량 30% 이상 감축, 나뭇 일수 70% 줄인다 - 9월 26일 새정부 「미세먼지 관리 종합대책」 발표	2017.9.
미세먼지 안녕	<시민실천 10가지 약속>	2016

3) 사용자 협업 단계

앞선 참여 단계에서는 정보를 접하고 재평가하는 방식으로 참여가 이루어졌다면, 3, 4회차에서는 수칙을 재구성하는 것을 중점적으로 다루었다.

우선 수칙 재구성을 위해서 참가자와 함께 이용자의 페르소나를 설정하고 그의 가치관, 평소 보고 생각하는 것, 생활패턴 등을 프로파일링하는 과정을 거쳤다. 20대와 30대의 페르소나는 결국 자기 자신을 많이 반영한 결과가 도출되어 큰 의미를 지니지는 못했지만, 한편으로는 우리가 스스로 상정하는 페르소나에는 환경보다는 즐길 수 있는 삶에 대한 관심이 높고, 고민과 바쁨으로 가득하다는 점을 확인할 수 있었다. 참가자의 그간의 관심 빈도수를 반영하여 대안도출을 위한 토론 가이드라인을 제작했으며, 이를 바탕으로 생활이나 주변의 자료수집과 의견 개진을 하도록 하여 연구자가 참가자와 함께 내용을 생산했다.

수칙 재구성을 위해서는 우선 그간의 인터뷰와 리빙랩 참여자가 문제가 있다고 생각했던 지점과 이렇게 되었으면 좋겠다는 바람을 종합하여 정책틀을 구성했다. 그리고 이에 대해 살을 붙이는 방식으로 토론했다.

리빙랩은 6월 말부터 7월 말까지 4회차에 걸쳐 진행이 되었으며 2주일이라는 시간차를 두고 최종 평가를 온라인으로 제출하도록 했다. 여기에서는 새롭게 제시된(스스로 만들었던) 수칙 신념에 대한 리스트를 주고 재평가하도록 했다. 또한 이를 외부 집단인 청년환경단체 구성원으로부터 피드백을 받았다. 이를 바탕으로 최종 수칙을 선정하고 캠페인 포스터 디자인 경험이 있는 디자이너에 의뢰하여 프로토타입을 제작했다.

03

문제의 진단

- 1_미세먼지에 대한 인식
- 2_미세먼지에 대응하는 행동
- 3_실천수칙에 대한 평가
- 4_소결

03 | 문제의 진단

3장에서는 연구참여자의 의견 중 반복적으로 드러나거나 합의를 주는 내용을 중심으로 기술했다. 목적은 근거이론 방식으로 구성하고, 그 내용을 생생하게 알 수 있도록 기술하였다. 대부분의 참여자가 실천수칙을 부정적으로 평가했다. FGI와 리빙랩 참여자의 의견을 각각 미세먼지 인식, 미세먼지 대응행동, 실천수칙에 대한 평가와 이미지로 나누어 서술하고자 한다.

1_미세먼지에 대한 인식

1) “관심이 없어져 가요”

연구참여자의 생활 속에서 미세먼지는 익숙한 것이 되었다. 평상시 가벼운 인사를 하면서 날씨 이야기 대신 미세먼지 이야기로 화두를 꺼낸다. 이들은 미세먼지에 대한 감정으로 “억울함”, “짜증”, “무기력” 등을 언급했다. 일부는 완전한 무관심을 표현하기도 했다.

관심도는 겨울철, 봄철에 집중되어 있었으며, 연구가 진행되던 봄-여름 시기로 넘어가면서 연구참여자는 관심이 이전 같지 않다는 의견을 더욱 빈번하게 표현했다. 이들의 표현에 따르면, 매일 아침 확인하던 미세먼지 앱도 한 달에 한 번 켜까 말까 하게 되었다.

미세먼지는 그만큼 휘발성 있는 주제이다. 그렇지만 주변 사람들과는 미세먼지에 관해 ‘인사말’ 이상으로 이야기하지 않는다. 연구참여자는 주변 사람과 미세먼지에 대해 한탄하거나 짜증을 표현하는 것 외에 현황 진단, 원인, 대책 등의 이야기를 주변인과 나눠본 적이 없다. 이들에게 미세먼지는 주어진, 어쩔 수 없는 위험일 뿐이기 때문이다.

(주변 사람들이 하는 이야기는) 오늘 미세먼지 농도가 얼마나 하는 정도로 파악하는 것 같고요, 원인에 대해서는 잘 얘기 안해요. 친구들이랑도 안하는데 특별한 원인이 있는 것도 아니어서요. 그래서 그것에 대해 많은 안하고 지내는 것 같아요. (FGI1-1)

그러나 절반 이상은 미세먼지를 신체적으로 체감하는 것 이외에도 다양한 접점을 가지고 있었다. 언론에 많이 보도되어서, 부모님이 강조하셔서, 전공 관련 주제여서, 사업이 될 것 같아서 등 다양한 이유로 관심을 갖게 되었다고 응답했다. 타인에 의해 관심을 갖게 된 참여자는 한편으로는 그 관심이 금방 사라졌다고 이야기했다.

미세먼지에 대해 아빠가 관심이 많으셔서 아침에 일어나면 아빠가 마스크 쓰라고 이야기하고 그걸 듣고 쓰고 나가는 편이에요. 처음에는 이슈가 너무 많이 되서 정말 위험한 것이구나 생각하면서 마스크를 챙겨 썼는데, 장기화되니 점점 무더진 거 같아요. 그리고 환기를 못 시켜서 그게 제일 불편하고요. (FGI3-6)

여름에 집에서 더운데 엄마가 미세먼지 심하다고 문 열어두지 말라고 해서 어쩔 수 없이 관심을 쓰는 것 같아요. 어쩔 수 없이 강요당하는 면이 있어요. 그렇지만 스스로 챙겨서 확인하고 그런 정도는 아니고요. 그냥 사람들이 미세먼지를 심각한 문제로 여기는구나 하는 정도입니다. (FGI6-1)

참가자 중 해외 체류 경험이 있는 사람도 많았다. 영국 등 맑은 날씨와 대조해서 보기도 하고, 중국의 심각한 대기오염과 비교해본 참가자도 여럿 있었다. 또한 다른 지역에서 이사 오거나, 다른 지역과의 대기오염 차이를 느껴본 참가자도 서울의 대기오염이 심각하다고 느끼고 있었다. 이들은 미세먼지 문제가 해결 가능할 것이라고 생각했다.

특정한 경험과 결부 지어진 미세먼지는 그들의 생활 속에서 새롭게 해석된다. 무엇보다도 개인적 관심이 지속되는 경우는 건강 문제, 특히 천식이나 비염과 같은 호흡기 문제가 있는 경우였다. 다수는 호흡기 문제가 특별히 있지 않더라도 눈이 따갑거나 목이 칼칼한 경험을 했다. 고양이, 출산계획, 주변 학부모 등 보호에 대한 직·간접적 경험이 미세먼지를 ‘문제’로 인식하도록 유도했다.

아무래도 나중에 애를 낳으면 면역력이 없으니까요. 미세먼지 맡을 때 가습기 살균제 사건처럼 나빠질 수도 있고, 그런 미래에 대한 걱정이 있어요. (FGI5-2)

미세먼지가 줄었으면 좋겠어요. 왜냐면 아예 신경 쓰고 싶지 않거든요. 제가 키우는 고양이한테도 문제가 되지 않을까 생각이 들어서 가끔 신경 쓰여요. (FGI4-1)

취미가 달리기라거나, 야외활동이 잦은 참가자도 한때는 미세먼지를 크게 신경 쓴 적이 있었다. 그러나 결국 자기가 좋아하는 활동을 하기 위해 문제 자체를 회피하게 되었다고 설명했다. 야외활동을 위해 마스크와 같은 적응대책도 세우지만, 가장 손쉬운 방법은 문제를 무시하고 회피하는 것이다.

환경문제에 평소 관심이 있는 경우 다른 집단에 비해 미세먼지에 관심 있는 경우가 많았다. 이들은 미세먼지를 보다 큰 사회적·구조적 문제로 파악했다. 그러나 이들이 꼭 체계적 관점을 가지고 있는 것은 아니었다. 환경에 대한 관심, 실천, 좌절의 경험은 미세먼지 문제해결을 회의적으로 바라보게 만든 사례도 발견되었다. 환경단체 회원이라고 하더라도 특별히 미세먼지를 주제로 세미나를 하지 않았다면, 미세먼지에 대해 다른 포래들과 비슷한 의식의 흐름을 보였다.

2) “정보를 잘 찾아보지 않아요”

연구참가자는 대부분 능동적으로 정보탐색을 하지 않았으며, 다른 사람에 의해

해석된 내용을 수동적으로 받아들이는 경우가 많았다. 주된 정보원은 스마트폰 앱과 뉴스 기사였다. 우선 미세먼지가 이슈가 된 이후 스마트폰 앱을 설치한 사람들이 많았다. 이를 통해 손쉽게 농도를 수시로 확인할 수 있게 되었다. 하지만 앱을 확인하는 빈도수는 계절과 본인의 관심도에 따라 쉽게 변했다.

뉴스 기사는 포털에 상위 랭크된 것을 클릭해서 본 경험이 많았다. 연구참여자에 따르면, 언론보도 중에서 사람들 관심을 많이 끌고 상위 랭크된 기사들은 대부분 고농도 미세먼지 에피소드를 중심으로 현 미세먼지 상황의 원인을 진단하는 내용이었다.

미세먼지 원인과 관련된 기사는 사람들이 많이 봐서 그런지 네이버 실시간 검색어 순위 가운데 꽤 상위권에 랭킹이 되어 있어요. 그래서 저는 뉴스 기사 읽을 때 여기에 영향을 받고 정보를 많이 얻는 것 같아요. (FGI1-2)

연구참여자는 앱과 언론보도 외에도 다양한 2차 가공 정보를 받아들였다. 구체적으로는 SNS, 유튜브, 책, 팟캐스트, 학교 온라인 커뮤니티 등의 다양한 채널로 접했다. 소수의 연구참여자는 학교 과제로, 혹은 부모님이나 친구와 다른 견해를 가져 갈등이 일어난 상황 등에서 스스로 다양한 정보를 찾아보았다. 즉 주변 사람과 토론을 할 때 능동적으로 정보를 탐색하는 사건이 일어났다. 그 외 정보 검색을 하는 경우는 오늘의 미세먼지 농도를 확인하기 위해서 단순한 정보를 획득하기 위한 경우들이 대부분이었다.

거의 대부분 뉴스, 신간을 보고, 가끔 언급이 많이 되는 정보를 봐요. 거의 대부분 인터넷 뉴스를 보는데, 검색은 미세먼지가 너무 심한 날만 해요. (FGI2-1)

일단 인터넷에 나와 있는 자료 중심으로만 봐요. 저희가 측정할 수도 없고 측정한 것이 공개는 되지만 제가 직접 측정을 못하니까 그냥 인터넷에 올라온 정보를 확인하는 정도예요. (FGI1-2)

요 근래에 좀 궁금해서 검색을 해봤는데 그때는 그렇구나 했지만 금방 잊어버린 것 같아요. 그때도 네이버에서 검색했는데 대처방안을 찾아보지는 않았고 원인을 찾아본 것 같아요. (FGI1-3)

3) “원인은 중국, 나는 체념”

이전 연구에서 20대가 유의하게 중국 귀인이 많다는 점이 드러났던 것처럼(김영옥 외, 2016a), 연구참여자의 절반 이상은 미세먼지가 중국 때문이라고 생각했다. 무엇보다도 중국이 원인이라는 것을 지지하는 근거들이 황사, 사막화, 공장 이전, 경제발전 등 구체적으로 언급되었다는 점이 특징이다. 중국 귀인 프레임을 가진 연구참여자는 이러한 구체적 근거를 바탕으로 미세먼지 문제해결에 대해 회의적으로 생각했다.

미세먼지 문제에 무관심하다고 스스로 이야기한 연구참여자도 사실 원인에 대해서도 언론의 중국 귀인 프레임을 받아들이는 태도를 보였다. 이들은 원인과 해결에서도 체념적인 태도를 보였다. 이보다 관심이 높은 참여자들은 이미 중국발 대 국내발이라는 배출원 기여 논란을 의식하고 있었으며, 연구가 충분하지 않아서 판단할 수 없다는 보류의 입장을 취한 참여자도 있었다. 그러나 이들도 중국 귀인 문제에 대해 체념적인 태도를 보였다.

평소에 건강에 신경 쓰는 편이 아니라서 체념하고 있어요. 그 외에 미세먼지 원인에 대해서는 기사가 많이 뒀잖아요. 중국이 문제라는 것에 대해서는 의견이 분분하더라고요. 미세먼지를 실제 해결할 수 있는지에 대해서도 말이 많고요. (FGI3-7)

중국 원인이 절대적이죠. 그리고 중국이 있든 없든지 간에 고도로 발달한 산업사회에 살고 있는 이상 어디에 살고 있든지 생겨나는 게 아닌가 싶어요. 바람이 서쪽에서 동쪽으로 불어온다고 하니까 당연하지 않을까요?

중국이라는 넓은 땅 덩어리에 공장 지부가 중국 기준으로 동남부 해안선에 밀집되었다고 하고 서풍이 부는 게 맞다면, 당연하다고 생각해요.
(FGI6-1)

국내 원인을 언급한 연구참여자는 그 근거로 충남의 화력발전소, 도로 오염원, 공장 등을 꼽았다. 그러나 국내 원인을 인식하고 있는 연구참여자는 30% 정도였으며, 구체적으로 인식하는 참여자는 10% 정도에 불과했다.

이들 중 학교 과제나 특별한 관심을 통해 정보를 자주 검색해본 연구참여자도 있었다. 이들은 매우 소수였지만 미세먼지의 원인과 국내·외 귀인 문제에 대해 복합적으로 이해하고 있었다. 이들은 많은 정보를 스스로 이해하려고 노력했고, 그 결과 다양한 정책수단을 긍정적으로 보고 시민참여의 중요성을 이해하고 있다는 특징을 지녔다.

저는 보고서 때문에 연구조원들이나 사람들이랑 이야기도 하고 관심 있는 주제이기도 해서 봤는데요, 말씀하신 중국의 영향이 크다고 하는 내용과 미세먼지가 어디서 배출되고, 중국이 어떤 노력을 하는지 등 그런 것들을 아는 사람들은 쉽게 (중국 때문이라는) 이야기는 잘 하지 않게 되죠.
(FGI2-2)

2_미세먼지에 대응하는 행동

1) “행동은 소용없지 않나요”

연구참여자는 행동에 대해 전반적으로 회의적이었다. 특히 저감행동이 가능할 것이라는 ‘상상’도 해보지 못한 참가자가 많았다. 다양한 정책에 대해서도 알지 못하는 경우가 대다수이고, 정책에 대해 안다고 하더라도 단기적인 대책일 뿐, 근본적인 해결방안이 된다고 여기지 않았다. 이는 앞선 체념적 사고와 높은 일관성

을 가진다.

정부가 뭘 하고 있냐요? 서울시장 후보들이 미세먼지 관련 공약을 말할 때 무얼 어찌겠다는 건지 우스워보였어요. 저희 어머니, 아버지도 “지들이 신이야? 어떻게 하려고 저런 공약을 세우나. 참 웃가네”라고 하세요. (FGI 5-1)

정부가 과연 할 수 있는 일이 있는지 잘 모르겠어요. 어차피 미세먼지는 우리나라만 해결된다고 되는 것도 아니고 중국이랑 담판을 지어야되지 않을까요? (FGI 5-3)

연구참가자 가운데 평소 환경실천을 하는 환경동아리 회원이나 주부도 미세먼지를 인식하여 저감행동을 하는 경우는 없었다. 미세먼지에 관한 실천이라기보다는 잘 알려진 녹색생활 실천을 지향하고 있었다. 따라서 이들에게도 미세먼지를 위한 저감행동이라는 표현 자체가 부자연스럽게 느껴졌다. 또한 내용적으로도 녹색행동과 미세먼지 저감실천 사이에 큰 차이가 없다고 생각했다.

2) 적응행동에 대한 다양한 경험

적응행동 중 가장 두드러지는 것은 마스크에 대한 경험이었다. 연구참여자 중 많은 수의 사람이 마스크를 구매해본 경험이 있었으며, 대량구매를 해본 연구참여자도 적지 않았다. 그러나 이들은 마스크가 비싸다거나, 일시적 대책이라거나, 불편하다는 불만을 가지고 있었다.

그 외 적응행동으로는 식물을 구입한 경우이다. 이는 미세먼지뿐 아니라 식물 자체를 선호해 구입한 것이 대부분이었다. 또한 대다수가 공기청정기가 효과에 비해 비싼 것이라고 인식하고 있었으며, 공기청정기를 구매해본 연구참여자는 1명에 불과했다. 그러나 적응행동은 그나마 저감행동에 비해서는 받아들일 수 있는 것으로 간주되었다.

3_실천수칙에 대한 평가

전체 연구참여자 중 실천수칙을 들어보았다고 이야기한 연구참여자는 아무도 없었다. 버스나 지하철 광고 등에서 미세먼지 관련한 메시지를 본 정도가 있었지만, 그 내용을 기억하지는 못했다. 실천수칙에 대한 평가지점을 상향식으로 구조화한 결과 1) 저감효과성 2) 실천가능성 3) 동기부여 부족 4) 회의감에 대한 다양한 근거 5) 긍정적 가능성으로 분류할 수 있었다.

1) 저감효과성

(1) 저감이 가능하다 생각해본 적 없음

미세먼지의 원인과 대처방법에 대한 체계적 지식이 없는 일반인들은 실천수칙의 상위 범주라 할 수 있는 ‘저감’ 자체에 의문을 가졌다. 우선 저감이 가능하다고 생각하지 않고 있었다. 미세먼지는 어쩔 수 없는 자연현상에 더 가까웠다. 또한 배출원이 국내에 있다고 생각하지 않았으며, 대체로 중국에 귀인하고 있었다. 국내 귀인으로 생각하는 요소는 직화구이나 경유차 정도였고, 자신이 무엇을 할 수 있다고 생각하지 않고 있었다.

(2) 실제 비율이 적으니 저감 효과가 미미함

국내 차원에서 저감이 가능하다고 인정한다 하더라도, 그것이 신경 쓸 수 있을 만큼, 또는 신경 쓸 가치가 있을 만큼 중요하다고 생각하지 않았다. 주요한 원인은 시민이 아니라 석탄화력발전소, 산업 등이라고 보았다. 이러한 태도는 특히 자신의 주변에서 환경적 실천을 하는 사람이 주변에 없는 경우 더욱 확실하게 드러났다. 또한 ‘나 혼자’ 해서는 효과가 없을 것이라는, 주변적 효과를 의식한 대답을 들을 수 있었다.

대기오염을 위해 저 혼자 걸어도된다면 효과 측면에서 너무 작지 않나요?

(FGI2-2)

식물이 미세먼지를 얼마나 흡수할 수 있을까요? (FGI2-1)

2) 실천가능성

(1) 실천 못 하겠음

실천수칙을 놓고 즉각적으로 ‘못 한다’라는 거절의 영역으로 두는 신념도 있었다. 우선 차가 없는 경우이다. 실천수칙 10가지 중 5가지가 차에 대한 이야기인데, 교통에서 선택권이 없는 차량 미보유자의 경우 실천이 불가능하다고 생각했다. 이는 내가 배출을 하고 있지 않다고 생각하는 신념과도 연결되어 있다. 또한 외출을 해야 하는 상황은 어쩔 수 없는 것이므로, 외출 자제라는 수칙은 자신과 무관하다고 이야기하는 참가자도 많았다. 이들은 건강 보호보다는 다른 사람과의 약속을 보다 중요하게 생각했다. 마스크가 비싸기 때문에 살 수 없다고 이야기하는 참가자도 일부 있었다. 이들은 마스크를 사려다가 가격 때문에 포기했던 경험이 있다고 했다.

(2) 실천하기 어려움

만약 저감이 가능하다면 고려해볼 수 있다고 생각하는 적극적인 연구참가자의 생각에서도, 실천행동은 여전히 어려운 것이었다. 결국 이들에게는 메시지를 던졌을 때 “노력해볼게요”라고 대답할 수는 있지만, 실제로 행동을 하기는 쉽지 않다는 신념이 가져에 있다. 이는 신념이 생기더라도 그 강도가 낮고, 인지된 실행 능력이 낮은 경우이다. 예를 들어 자전거 도로가 부족하기 때문에 실천이 어렵다는 견해는 오히려 자전거를 상대적으로 더 많이 타본 경험이 있는 참가자는 자신의 경험에 기반한 강한 신념이 자리 잡고 있었다. 차를 가진 경우에는, 차로 통근하면 시간이 절반으로 된다고 하는 실질적인 어려움을 호소했다. 이는 근무지와의 거리나 대중교통 기반에 따라 다른 반응을 보이기도 한다.

3) 동기부여 부족

(1) 인센티브 부재

메시지는 근본적으로 인센티브를 제시하지 않는다. 스스로를 규제할 수 있는 유일한 인센티브는 개인의 건강증진과 공익의 목표뿐이다. 여기에서 공익의 목표는 자신의 생활을 규제할만한 인센티브가 되지 못하고 있다. 한편으로는 일부 공익의 삶을 지향하는 참가자들에게는 어느 정도 효과가 있을 가능성을 보여주었다.

개인적 건강효과는 금연이나 체중조절 관련 메시지에서도 종종 논의되는 부분이다. 그럼에도 불구하고 실천수칙에서는 이러한 개인적 건강효과에 대한 설명이 부족하다는 것이 지적되었다.

(직화구이가) 환경에는 별로 피해를 안 줄 것 같아요. 건강 측면에서는 생물성 요소가 심혈관 질환에 영향을 주기 때문에 건강에 초점을 둔 정보를 제공해주면 좋겠어요. 직화구이 삼가자 같은 건 아니고요. (FGI1-1)

(2) 와당지 앎음

이는 미처먼지 실천 메시지가 기존 녹색생활 메시지와 다르지 않아 차별성이 없다는 지적이다. 연구참여자도 “그저 좋은 말”, “기대했지만 약간 실망했다”고 표현하기도 했다. 새로운 의제인 만큼 새로운 메시지가거나 내가 모르던 수칙이 제시되기를 기대했지만, 현재의 메시지는 아무런 자극이 되지 못했다.

(3) 시민에 대한 책임전가

동기부여가 부족할 뿐 아니라 부메랑 효과를 가져오는 부분들이 많이 발견되었다는 점은 주목할 만하다. 더 큰 책임소재가 있는 주체로 중국과 기업 등이 언급되었는데, 이들에 대한 실질적인 제재 없이 시민들에게만 책임을 전가한다는 것이다. 물론 이는 정책노력에 대한 정보와 이해가 충분하지 않은 것도 있지만, 인터넷 기사의 댓글 등에서 여론화 되고 있는 국가·지자체의 노력 미비라는 평가를 거의 그대로 수용하고 있음을 보여준다.

참가자는 시민실천 메시지를 수용하기 위해서 우선 더 큰 책임을 지는 주체들의 모범이 필요함을 지적했다. 시민이 아무리 노력해도 이들의 노력이 없다면 실질적인 효과는 없기 때문이다. 또한 차를 제한하는 데에 있어서 생계용 차량 이용자에 대한 형평성 문제도 많이 지적되었다. 이는 형평성의 관점이 나뿐만 아니라 타인에게도 적용되고 있음을 보인다.

4) 회의감에 대한 다양한 근거

(1) 대중교통 실내 대기오염 문제

흥미로운 것은 미세먼지에 관한 여러 가지 정보가 유포되면서 회의감에 대한 다양한 근거를 가지고 있다는 것이다. 예컨대 대중교통을 타는 것을 정책적으로 추진하고 있지만, 대중교통의 실내 대기오염 문제를 지적하는 경우가 있었다. 이런 기사들은 문제가 많은 기사들이 많음에도 불구하고(박선아, 2018), 부정적 태도를 강화하는 구체적인 근거로 사용되었다. 이러한 작은 실패는 이외에도 더 다양할 것으로 보이나, 이 연구에서는 대중교통 실내 대기오염 문제만이 중복되어 언급되어 진술문으로 채택했다.

(2) 미세먼지에 무관심

예상할 수 있듯, 미세먼지 이슈 자체에 무관심한 사람들에게는 메시지는 거의 아무런 효과를 가져오지 못했다. 무관심함을 뒷받침하는 주요한 논리는 “미세먼지를 생각할 겨를이 없다”는 것이다. 이는 자신이 비염으로 직접적으로 고통을 받는 경우에도 드러나기도 했는데, 이러한 태도는 예컨대 어린 아이를 키워야 하는 주부들의 일반적 태도와는 사뭇 대조되는 태도를 보인다. 이는 연구참여자가 대체로 청년층이라는 점에서 더욱 두드러지게 드러나는 태도로 보인다.

아무래도 시험 준비하다보니까 환경을 생각할 여유는 많이 없는 거 같아요. 당장 시험이 급하니까요. 여유가 있으면 모를까 지금은 거의 아무것도

도 생각할 여유가 없는 거죠. (FGI2-1)

우리나라가 계급적으로 나누어져서 국민들의 생활상이 달라서 그렇다는 생각이 들어요. 환경이라는 게 생각하는 문턱이 있지 않나요. ‘먹고 살기도 힘든데 무슨 환경까지’ 하는 그런 느낌이 있는 것 같아요. 중산층 이상의 사람들은 환경문제에 관심을 갖는 것 같아요. (FGI1-3)

(3) 원천적으로 해결 불가능

이는 성장 중심 사회에서 미세먼지는 안고 가야한다는 신념으로, 전체 상황을 해석하는 논리로서 기능한다. 이러한 신념은 관여의 수준과는 무관하게 등장한다는 것도 특징이다. 예컨대 고관여 참가자는 “그렇기 때문에 근본적인 사회구조가 바뀌어야 한다”고 주장을 하는 한편, 저관여 참가자는 “그렇기 때문에 관심을 가질 필요조차 없다”고 주장을 한다. 후자의 경우 회의감을 극단적으로 지지하게 하는 동력이 되는 한편, 전자의 경우는 실천의 가능성을 보여주기도 한다.

5) 긍정적 가능성

(1) 교육적 효과

긍정적 가능성에 대한 첫 번째 신념은 모르는 것을 알게 되는 효과를 가져온다는 것이다. 많은 사람들은 의외로 미세먼지를 잘 모르기 때문에 메시지와 함께 제공되는 정보는 그들의 이해를 증진시킬 수 있다. 이는 메시지를 곧바로 거절의 영역으로 받아들이는 것이 아니라 중립지대로 유인하고 승인의 영역으로 받아들일 수 있다고 보는 신념이다.

(2) 시민의 도덕적 의무 상기시킴

메시지는 모르던 태도를 새롭게 생성하는 역할도 하지만, 기존에 존재하던 태도의 우선순위를 바꾸기 위해서 사용될 수도 있다. 이는 “선진국 시민으로서의 의

무”와 같은 거시적·공익적 태도를 끌어올리는데 효과적이라는 것이다. 이 진술의 기저에는 기본적으로 정부가 다 할 수 없기 때문에 시민이 나서서 해야 하므로 시민도 책임이 있다는 논리가 있다.

특히 환경적 관심이 높은 환경동아리나, 그동안 정보를 직접 찾아볼 정도의 관심을 가진 연구참여자는 실천수칙에 훨씬 긍정 평가를 나타내기도 했다. 따라서 이 실험도 유효한 실험타깃이 될 가능성을 보인다.

4_소결

1) 문제진단

이 연구는 미세먼지 위험에 대한 20대, 30대의 인지적 차이를 확인한 후, 이를 기반으로 현재 미세먼지 수칙 메시지와 커뮤니케이션 방식을 평가하고자 한다. 선거캠페인이라면 유권자들의 마음을 알아야 그에 맞는 정책을 통해 표를 받을 수 있고, 상품 광고 캠페인이라면 소비자들의 마음을 알아야 지갑을 열게 할 수 있다. 문제진단은 그러한 시민들의 마음, 특히 청년의 현장 목소리를 충분히 담고자 했는데, 그 결과 이 캠페인 메시지는 전혀 매력적이지 않다는 것을 알 수 있었다. 그 세부 지점에 대해서 3가지로 논의했다.

(1) 저관여 수용자의 특성

FGI와 리빙랩 연구를 통해 확인한 20대, 30대의 미세먼지 인식에서의 특징은 다음과 같다. 먼저 참가자들은 실천수칙이 설정된 근거가 되는 정보를 전혀 모르고 있었다. 즉 미세먼지가 무엇인지, 미세먼지의 배출원이 무엇인지를 정확히 알고 있지 않았다. 또한 언론의 미세먼지 보도가 참가자들이 미세먼지 정보를 수집하는 주요 정보원이었는데, 언론의 보도 프레임에 따라 많은 참여자들도 미세먼지의 배출원은 중국으로 단정짓고 있었다. 미세먼지 국내 배출원을 인지하지 못하고 중국을 원인으로 보는 것은, 미세먼지를 저감할 수 없는 문제로 인식하게 했

다. 따라서 환경문제에 지속적인 관심을 가져온 사람이 아니라면, 미세먼지 문제는 저감보다는 적응의 문제로 보고 있었다. 이는 이전 연구와도 일치하는 부분으로, 중국 귀인 집단은 저감행동보다는 적응행동을 많이 한다.

또한 20대와 30대는 실제로 기관지와 직접 관련이 있는 사람들을 제외하고는 미세먼지의 영향을 직접 체감하지 않고 있었다. 마스크 쓰기와 같은 적응행동도 정말 심한 날에만 쓴다고 볼 수 있는데, 건강 문제를 민감하게 생각하지 않고, 다른 세대에 비해 미세먼지에 대해 더 심리적 거리가 멀다고 느끼고 있다. 이러한 저관여 상태는 미세먼지 저감에 대한 기본적인 정보 또한 회피하게 만든다.

(2) 메시지와 인식의 악순환

현재 미세먼지에 대해 정부와 지자체에서 시행하고 있는 광고는 ‘미세먼지는 재난입니다’로 시작되는 메시지로, 전형적인 공포소구로 수용자에게 공포를 느끼게 해 행동 변화를 요구하는 메시지이다. 이는 당위를 강조하고 시민으로서의 역할을 강조한다. 일부 연구참가자들은 시민으로서의 역할이라는 이유로 실천수칙을 긍정적으로 받아들였지만, 단편적 관심을 가진 연구참여자도 시민들에게 책임을 짚우는 일이라고 비판했다.

여론에서 미세먼지의 원인 논란이 일어날 정도로 불투명한 이슈에 대해 미세먼지를 위험한 것으로 강조하는 것은 적절한 관리를 기피하게 만들 수 있다. 공포소구가 효과적이기 위해서는 적절한 대안을 제시해 위험을 통제 가능하다는 느낌, 즉 효능감이 주어져야 적절히 위험을 관리하는 행동에 동참한다. 현재 메시지는 위험은 높게 지각하게 하고 효능감은 낮게 지각하게 한다는 문제가 있다고 진단할 수 있다.

(3) 정보원 불신과 한정된 매체

20대, 30대는 다른 조사에서도 정부와 서울시 등 지자체에 대한 신뢰가 높지 않은 편이다. 현재 미세먼지에 대한 수칙을 전달하는 정보원인 공공기관에 대한 낮

은 신뢰를 보이고 있는데, 이는 위에서 언급한 정보의 부족, 미세먼지 배출원에 대한 신념 등에 의해서 파생되는 결과일 수 있다.

한편으로는 언론의 무조건적인 비판 기사에 의한 지점들도 있는데, 참가자가 정책을 비판하는 근거는 대부분 언론에서 미세먼지 정책에 관한 비판 논리와 맞닿아 있기 때문이다. 참가자들은 이전에 서울시에서 시행한 고농도 미세먼지 경보 상황에서 대중교통 무료정책에 대해 언론에서 “공중에 날린 예산”이라고 비판했던 지점을 언급하며 미세먼지 정책에 관한 비판을 했다. 또한 정부가 미세먼지에 대해 시행한 시민에게 동참할 것을 촉구한 정책으로는 대부분 “고등어를 굽지 말라”는 것을 떠올렸다. 이에 대해 보통 “황당함”을 표현했다. 이와 같은 불신은 미세먼지 시민실천수칙을 보여주었을 때 유사하게 나타났다.

인터뷰 과정에서 드러난 또 다른 특징 중 하나는 실천수칙과 관련해 “들어본 적 없다”는 사람들이 대부분이었다는 것이다. 간혹 대중교통에서 버스광고나 지하철 광고에서 차량2부제와 대중교통 장려를 하고 있다는 것 정도를 알 뿐, 실천수칙을 정확하게 본 참가자는 없었다. 환경에 가장 높은 관심이 있는 환경동아리 집단면접에서도 마찬가지였다. 따라서 정부와 지자체에서 어떤 매체를 통해 실천수칙을 전달하는 매체 선정에서의 문제가 있는 것으로 보인다.

2) 실천수칙 평가내용의 시사점

앞서 언급한 미세먼지에 대한 인식과 실천수칙 메시지에 대한 태도를 바탕으로 했을 때, 이 메시지를 받은 사람이 실천수칙을 이행할 것이라고 예상하기 힘들다. 미세먼지에 대해서 국내 배출원에 대한 이해도가 매우 낮고, 위험을 통제할 수 있다는 효능감이 매우 낮기 때문이다. 이전 연구에 따르면 미세먼지의 원인을 중국으로 돌리는 중국 귀인 집단은 저감행동보다는 적응행동을 하는 것을 나타냈다. 이 연구에서도 이와 마찬가지로의 결과를 얻을 수 있었다.

20대, 30대의 참가자들은 중국 귀인을 하고, 저감행동에 관심이 없었다. 실천수칙을 보여주었을 때에도, 마스크 사용 정도의 적응행동을 하고 있었다. 자가용이 없기 때문에 이미 대부분 대중교통 이용하고 있었지만, 이를 통해 미세먼지 저감을 인식하거나 대기관리에 동참한다고 인식하는 경우는 없었다.

자가용을 소유한 연구참여자도 미세먼지 등의 환경적 문제로 차량 사용을 줄이는데 인터뷰 상으로는 긍정적인 반응을 보였지만, 이것이 행동을 위한 태도의 변화로 보기에는 어려움이 있었다. 오히려 이들은 건강 등의 이유로 차량 사용을 자제하는 것에 더 큰 관심을 보였다.

이러한 진단을 토대로 실천수칙의 주요 문제 4가지와 이에 따른 개선방향을 모색해볼 수 있었다.

[표 3-1] 실천수칙의 주요 문제 4가지와 이에 따른 개선방향

주요 문제	개선방향의 도출
“수용이 어려운 메시지” 현재 광범위하게 수용되고 있는 부정적 태도와 중국 귀인 상황에 기반하지 않아 오히려 비판적 태도를 끌어내기도 함	국내 미세먼지 유발 요인에 대한 정보제공 및 설득 필요
“타깃이 없는 불분명한 메시지” 나에게 하는 메시지가 아닌 것으로 느껴짐	타깃별 수칙 필요 : 현재는 학생(의 선생님), 고령자를 위한 별도 수칙이 적응을 중심으로 제공되고 있음(환경부)
“정책의 진실성이 부족해 중요하게 느껴지지 않는 메시지” 기존 미세먼지 정책과의 연계, 체감되는 정부나 기업의 노력 등이 없는 상태로는 ‘좋은 말’에 그침	기존 미세먼지 관련 정책 및 도시 정책들과 시민들이 함께 가고 있음을 묶어낼 필요
“실천유도의 어려움” 정보제공 후 이해도와 태도는 긍정적으로 변화할 수 있지만, 행동의지를 이끌어내는 데에는 어려움	정보제공도 중요하지만 실질적 행동이 유도될 수 있도록 사용자 입장의 행동수칙·메시지·인센티브 설계 필요

본 소결에 따라 두 가지 개선방향을 고려할 수 있다. 첫 번째는 미세먼지 인식에 대한 변화를 가져올 수 있는 메시지 전달 전략을 개발하는 것이다. 그리고 행동 조성을 위해서 효과적인 메시지 전달 전략 사용과 더불어 행동조성을 위한 정책이 필요하다.

04

변화의 발견

- 1_정보와 숙의, 그 효과와 논의
- 2_실천수칙의 재구성
- 3_시민참여를 위한 정책의 재구성

04 | 변화의 발견

3장은 현황 파악에 관한 연구질문의 관점에서 수집된 자료를 검토했다면, 4장에서는 실행연구과정에서 발굴된 변화의 가능성을 정리했다. 또한 연구참여자들과 토론과정을 거치면서, 저관여 집단의 숙의를 통한 해결방안이 어디를 향하고 있었는지를 종합한다. 1절에서는 정보의 수용과 숙의, 변화 여부, 2절에서는 메시지 개선의 방향, 3절에서는 관련한 정책 정합성의 방향을 논의한다.

1_정보와 숙의, 그 효과와 논의

앞선 선행연구나 인터뷰들을 통한 진단에서 태도나 행동을 이끌어내는데 가장 중요한 요인은 정보제공일 가능성이 가장 높다. 3장에서 살펴본 바와 같이 리빙랩 참가자의 대부분은 미세먼지의 개념과 정책의 수립 배경을 전혀 인지하지 못하고 있었다. 태도 변화에서 신념이 영향을 주는 것으로 알려져 있다. 따라서 정보를 제공하는 것이 참가자의 신념을 변화시킬 수 있는지를 연구질문으로 제시했다. 또한 이런 태도 변화가 설득 행동으로 이어질 것인지도 확인하고자 한다.

이 연구에서 정보제공은 두 가지 이슈를 가진다. 먼저 정보를 제공했을 때, 어떤 정보가 인지되고 신념의 변화를 가져오는가 하는 것이다. 여러 정보 중에 어떤 내용의 정보가 수용자에게 받아들여지고, 기억되는가를 확인했다. 다음으로 정보 제공이 태도의 변화를 만들 수 있는지 여부이다. 환경행동을 이끌어내기 위해서는 이들에게 필요한 것은 단순히 지식을 전달하는 것보다 태도 변화를 가져와야 한다. 이 연구는 정보를 제공했을 때, 실천수칙에 대한 참가자의 태도 변화가 있는지 확인했고, 더 나아가 행동 의도가 달라지는지 확인했다.

1) 인상깊은 정보

정보가 지각되는 것은 매우 중요하다. 아무리 좋은 내용의 정보라도 수용자의 주의(attention)를 받지 못하고 지각(perception)되지 않으면 정보처리조차 되지 않는다. 따라서 수용자가 어떤 정보에 반응하는지 확인하는 것은 매우 중요하다.

이 연구는 미세먼지에 대한 정보가 참가자의 태도나 행동에서 변화를 가져오는지 확인하는 것에 앞서 미세먼지에 대한 어떤 정보에 20대, 30대가 주목하는지 확인했다. 지각된다는 것을 단순히 감각기관을 통해 수용되는 것을 넘어, 적극적으로 정보처리, 언급, 기억 등을 하는 것으로 보았다. 미세먼지에 대한 개념, 발생원, 정책, 실천수칙에 대한 설명 등 여러 정보를 제공하고, 수용자가 어떤 정보를 기억하는지 확인했다. 이를 통해 20, 30대가 관심을 갖고 주목하는 정보가 무엇인지 알 수 있었다.

정보는 1회차에 제공되었다. 제공 1주일 전에는 참가자가 미세먼지에 대해 질문한 내용이 반영돼 제공되었다. 제공된 정보는 두 가지 내용으로 우선은 미세먼지 전반에 관한 정보를 제공했고, 어떤 정보가 지각되고, 기억되었는지를 확인했다. 그 후 쉬는 시간을 두고, 실천수칙에 대한 해설 정보를 제공하고, 마찬가지로 어떤 정보에 주목했고 기억에 남았는지 확인했다.

(1) 수용된 미세먼지 일반정보

먼저 미세먼지에 대한 전반적인 정보를 제공하고, 어떤 정보에 주목하는지 확인했다. 이는 참가자들이 미리 작성한 미세먼지에 대한 질문을 바탕으로 미세먼지의 개념, 배출원, 정책 등 일반적인 정보를 구성했다.

[표 4-1]을 통해 미세먼지에 대한 일반정보에서 정보수용의 정도 차이를 알 수 있다. 가장 관심을 끈 것은 국내 정책으로 미세먼지 저감 정책을 정부와 지자체에서 시행하고 있다는 사실 자체에 대해 놀라워했다. 보여주기식 정책이 아닌 세분

[표 4-1] 제공한 미세먼지 정보와 수용된 정보(빈도)

순서	분류	주요내용	정보수용
1 개요	미세먼지란?	미세먼지의 정의/ 미세먼지의 크기/ 문제가 되는 이유	●
2 현재 미세먼지 수준	니뽀 감소추세 및 정체	환경성과지수(종합점수/대기질점수)/ OECD 경제적 영향 보고서 WHO 및 한국 대기질 기준/ 지역별 PM10 연평균 농도 변화 (1995-2014)/ 서울시 연평균 농도 변화(2003-2016)	●●●●●● ●●
3 미세먼지 연구 진행상황	발생원인(자연, 1, 2차) 미세먼지 연구방법	자연적 발생과 인위적 발생/ 1차적 발생과 2차적 발생 미세먼지 연구방법 간 차이점	
4 우리나라의 미세먼지	우리나라 미세먼지 발생원인 전국 배출원별 기여 서울 배출원별 기여	중국의 영향(계절별) 배출원별 기여(2013, 전국) 지역별 및 배출원별 기여(2016, 서울)	●● ●●●● ●
5 정책적 노력	국내 정책	국내 정책(2017, 환경부보도자료)	●●●●●●●●
	시민의 정책제안	3000인 토론회 중 미세먼지 해결을 위한 시민 제안(카테고리)	
	해외 정책(중국)	중국의 정책/ 중국의 대기질 변화	●●
	국내외 협력정책	한·중·일 협력내용 (TEM, LTP, EANET)	●●
	해외 정책	해외 정책 - 자동차/사업장/비산먼지(독일, 영국, 중국, 프랑스, 일본)	
	국가 간 협력정책 사례	해외 정책 - CLRTAP (과정, 결과)	●●

화된 정책을 세웠다는 점을 가장 인상적인 부분으로 꼽았다. 정책이라 함은 다소 전문적으로 보일 수 있는 부분임에도 불구하고 연구참여자는 호의적인 반응을 보였다. 다음으로는 국내 미세먼지 수준이 매우 나쁘다는 사실에 충격적이라는 반응을 보였다. 참여자들의 질문은 [표 4-2]와 같다. 정부가 하는 정책의 실효성과 구체적인 데이터에 대한 질문, 미세먼지와 건강에 대한 질문이 있었다.

[표 4-2] 정보제공 후 참가자들이 제시한 질문

질문분류	질문내용
정의에 관한 질문	‘대기오염으로 인한 조기 사망률 측정은 어떻게 하는 것인지(정말 대기오염 때문인지)’ ‘미세먼지가 어떤 식으로 우리 몸에 해를 끼치는지’ ‘민감 계층을 구분하는 기준은 무엇인지’ ‘미세먼지 연구가 최근에 어떤 방식으로 바뀌었는지’ ‘비산먼지가 무엇인지’
정책에 관한 질문	‘국외의 영향이 큰 상황에서 국내 정책의 실질적인 기여도가 있을지’ ‘실내 체육시설 설치가 미세먼지 감소에 어떻게 도움이 되는지’ ‘대기질 기준을 더 강하게 할 수 없는지’ ‘많은 미세먼지 정책들이 있는데 이 정책들의 효과는 어느 정도인지’
데이터 및 과학연구 에 관한 질문	‘화력발전소 많은 충남의 배출량은 구체적으로 어떻게 다른지’ ‘2012년 감소시기에 어떤 노력이나 대처가 있었는지, 아니면 다른 요인이 있는지’ ‘PM10은 감소했는데 왜 요즘 들어 더 큰 문제인지’ ‘결국 국내 배출원별 기여보다는 국외 영향이 더 큰 것 아닌지’ ‘배출원별 기여분석은 2차적 발생까지 고려한 측정인지’

(2) 수용된 실천수칙 정보

실천수칙에 대한 정보에서는 주의의 편차가 컸다. 앞서 제공한 미세먼지에 대한 일반적인 정보제공으로 이해도가 높아진 것의 영향도 있는 것으로 보인다. 그 결과는 [표 4-3]과 같다. 참가자들은 도로 오염원에 관련한 수칙인 1)~6)번 수칙에 주의를 기울였다. 우선 대다수가 자차가 없는 상황에서 가장 이해가 부족했던 자동차에 대한 정보를 얻었다고 언급했다. 정보제공 이전에는 참가자의 대부분이

[표 4-3] 제공한 실천수칙 정보와 수용된 정보(빈도)

순서	주요내용	정보수용
'실천수칙' 개요	'실천수칙' 구성 방식, 자동차에 대한 이해(배출량, 운전조건, 차종)	●
1) 자전거이용	1) - (1) 금전적/저감 효과/교통 차원의 효과 (2) 정책과 정책목표	●●●●●●●●
2) 대중교통	2) - (1) 대중교통 정책 (2) 시민기업행정 동참방법 (3) 효과(오염, 교통량, 온실가스 배출)	●●
3) 급출발, 급제동, 공회전	3) - (1) 서울시 공회전 조례 내용 (2) 기대효과	●●●●
4) 매연차량 120	4) - (1) 서울시 정책 (검사/신고/조치)	●●●
5) 나홀로차량운행 제한	5) - (1) 나홀로차량운행 비율 (2) 카풀권장	
6) 경유차	6) - (1) 경유차의 문제 및 세계 정책, 서울시 정책	●●●●●●●●
7) 공기정화식물	7) - (1) 식물의 효과	
8) 직화구이 삼가	8) - (1) 조리과정에서 미세먼지 발생경로 (2) 대안	
9) 외출자제	9) - (1) 외출자제 행동지침	
10) 마스크	10) - (1) 마스크 관련 정보 (2) 마스크 착용 행동지침	

자동차가 미세먼지의 주요 원인이라는 것을 인지하지 못했다. 그러나 미세먼지에 대한 전반적인 이해도가 높아지고, 수칙에 대한 설명을 듣고서 자동차가 미세먼지의 원인이 된다는 사실과 이 때문에 자동차와 관련된 수칙이 대부분이라는 점을 이해했다. 여기에는 자동차가 미세먼지 발생에 어떤 영향을 주는지에 대한 전반적인 지식을 별도로 서두에 언급한 것의 영향도 있을 것으로 보인다. 구체적으로는 승용차 배출량의 구체적인 수치, 급출발·급제동·공회전의 영향, 경유차의 문제 등 차량의 영향에 대한 정보가 고르게 받아들였다.

또한 차량에 관한 정책 관련 정보도 인상 깊게 받아들였다. 대중교통 이용을 증진하기 위한 승용차 요일제 시행, 경유차 조기폐차 지원, 노후 경유차 120신고과정, 배출 점검, 저감장치 지원 등 다양한 선제적 정책이 있다는 점을 인상 깊은 정보로 꼽았다. 대중교통 사용과 승용차 요일제의 경우, 이를 실천했을 때 미세먼지 저감 효과가 크다는 것에 주목했다. 또한 경유차가 다른 차에 비해 미세먼지를 많이 발생한다는 사실과 경유차 정책의 중요성을 이해했다. 또한 경유차를 단순히 금지하는 것이 아니라, 경유차 폐차 지원과 저감장치를 지원하는 정책이 있다는 점에 놀라워했다. 나아가 추가적으로 강하게 규제하는 것과 다양한 인센티브를 제공하는 것에 대한 의견이 피력하기도 했다.

‘자전거’ 관련 수칙에 대해 연구참여자는 가장 큰 정보수용을 보였다. 차량 대신 자전거를 사용할 때 미세먼지 감소 효과에 주목했고, 자동차 수송분담률, 자동차의 운행속도 증가로 인한 부가적인 효과, 에너지 절약, 차량 대비 자전거 속도 등 종합적인 효과가 있다는 점을 인상 깊은 정보로 꼽았다. 이와 더불어 서울시가 시행하고 있는 따릉이 정책에 대해서도 긍정적인 평가를 보였다. 이 분야는 추가적인 질문과 의견도 많았는데, “도심에서 자전거 타기가 불편하다”, “자전거 도로 확충 등 구체적이고 현실적인 정책이 있는지 궁금하다”, “자전거 이용 매너 개선이 먼저 필요하다”, “헬멧 착용 의무화 같은 정책은 자전거 확산과 배치된다”, “자전거 안전 교육 실행이 필요하다”는 등의 구체적이고 발전적인 제안을 했다. 청년들에게 자전거 정책이 실천수칙 중 가장 와닿는 정책이었다고 할 수 있다.

또한 7)~10)의 적응대책에는 관심이 없었다는 점이 특이하다. 정보를 습득했다는 언급은 없었으며, 질문이나 부정적인 의견들만 몇 가지 있었다. 구체적으로는 “공기정화식물이 과연 얼마나 효과가 있을까?”, “직화구이 구체화되어야 한다”, “직화구이 삼가라는 것은 정책으로 사용하기에는 부적절할 것 같다” 등의 의견이 있었다. 또한 수칙의 효과와 실행가능성에 대한 의문을 제기했다. 지식이 있는 상태에서 적응대책은 오히려 관심 밖의 일이 되는 경향을 보였다.

2) 정보가 태도에 미치는 효과

(1) 같은 정보, 다양한 태도

정보의 효과는 다양하게 나타났다. 또한 정책에 대한 이해가 높아지면서 정부에 대한 신뢰도가 높아지고, 미세먼지에 대한 정보탐색 의지가 높아졌다. 적응행동과 저감행동에 대한 관심이 높아졌다. 그 중에서도 가장 두드러지는 특징은, 참가자들은 모두 미세먼지 실천수칙에 대한 필요성에 동의했다는 점이다. 정보를 습득한 상태에서 최소한 부메랑 효과가 발견되지 않았다는 점은 중요한 결과이다. 미세먼지 개념에 대한 이해와 다양한 배출원에 대한 이해를 바탕으로 저감행동의 필요성을 동의하는 수준이 높아졌다.

그러나 정보가 주어졌음에도 불구하고 효능감은 높아지지 않았으며, 행동의지도 높아지지 않았다. 실천수칙의 필요성을 이해하고 동의하지만, 그 효과는 적을 것이라는 의견이 많았고 여전히 교과서적이고 당위적인 수칙에 반감이 생긴다는 비판이 많았다. 또 금지적인 메시지가 시민에게 책임을 지우는 것 같다는 의견이 있었다.

[표 4-4] 미세먼지 정보제공 후 든 생각(태도)

분류	세부내용
미세먼지 정보 관심도 증가	■ 구체적으로 어떤 식으로 연구가 진행되었는지, 국내외 관련된 협약, 외국의 사례 등을 자세히 알게 되었다. ■ 한 번도 배워보지 못한 미세먼지에 대해 체계적인 정책 변화 등을 새롭게 배울 수 있어 좋았다. ■ 미세먼지에 대해 각 나라에서 규제 같은 것들이 많다는 것이 흥미로웠다(특히 중국). ■ 중국도 미세먼지 저감에 대해 정책이 있다는 사실이 놀랍다.
정보탐색의 요구	■ 구체적 현황을 알고 싶단 생각과 지금은 어떻게 대처되고 있는지 자세히 알고 싶어졌다.
위험인식 증가	■ 미세먼지로 인해 사망률이 높아지고 눈에 보이지도 않아. 보이지 않는 살인마 같다.
정부 신뢰도 증가	■ 미세먼지에 대한 정부의 정책이 생각보다 굉장히 다양하다는 생각이 들었다.
체계적 대응의 중요성	■ 오늘 들은 우리나라의 미세먼지 문제는 심각한데, 구체적 수치나 현 상태에 대해 너무 막연히 "심각하다"라고만 알고 있었던 것 같다. ■ 지역별 대책이 필요하다. 서울과 전국 도시의 배출원이 다르기 때문에 체계적인 계획이 필요하다. ■ 국내 정책(9.26대책)을 세분화해야 한다. 지난 정부의 정책과 비교했을 때 정책의 세분화가 이루어진 거 같고, 그만큼 미세먼지 문제가 중요한 문제인 것 같다. ■ 미세먼지 인식 문제가 쉽게 넘어갈 일이 아닌 것 같다. 또한 체계적인 준비를 하고 계획을 세워야 해결할 가능성이 높아 보인다.
국내 문제 해결의 중요성	■ 중국의 영향만 생각하지 말고 미세먼지를 발생시키는 우리나라의 근본 원인을 해결해야 한다. ■ 미세먼지 원인이 국내에서도 꽤나 많다는 것이 흥미로웠다. ■ 미세먼지를 해결하기 위해서는 중국의 문제만 생각할 것이 아니라 자동차 사용량을 줄이거나 공사장의 먼지를 줄일 수 있는 방법 등을 생각해 보는 것도 중요하다는 것을 느꼈다.
개인적 적응행동에 대한 관심	■ 미세먼지 크기가 저렇게 작운데 마스크의 효과가 과연 있을까 ■ 마스크 안 쓰는 사람이 많은데 꼭 껴야겠다. ■ 이비인후과의 밝은 전망

앞선 실천수칙에서 가장 많은 관심이 보인 분야는 대중교통 이용과 걷기·자전거 증진에 대한 방안이었다. 10가지 중에서 그나마 할 수 있는 수칙이었으며, 건강, 따름이 시스템의 편리성, 교통체증 해소 등 주변적 효과의 근거가 많은 것이 그 이유로 보인다. 한편 카풀과 120 신고는 정보제공 시에도 긍정적인 정보수용이

되지 않았으며, 그 부정적인 효과(안전문제, 신고 자체에 대한 낯섦 등) 때문에 부정적이었다. 직화구이는 비교적 합리적인 실내 미세먼지에 대한 정보에도 불구하고 개인의 조리까지 제한해야 한다는 생각은 부정적으로 평가되었다.

[표 4-5] 실천수칙 정보제공 후 든 생각(태도)

분류	세부내용
부정	■ “제도가 아닌 약속”이 구체적으로 제시되지 않고, 저감효과도 특히 제도가 아닌 약속이다. ■ 환경을 위해 개인의 삶의 편리함과 누릴 수 있는 권리를 막는다는 느낌이 든다. ■ 메시지가 금지적이라 거부감이 든다. ■ 시민들이 미세먼지를 줄이기 위한 최선의 방법이겠지만, 크게 변화될 것 같진 않다. ■ 차가 없는 상태에서 우리가 할 방법은 없는가? ■ 3000인 토론회의 미세먼지 문제해결을 위한 시민제안이 더 현실적인 것 같다. 배출원에만 집중하면서 줄이자는 것은 시민 설득력이 떨어진다.
긍정	■ 10가지 수칙 각각이 나름의 이유와 효과를 생각해서 만들어 낸 정책이라는 생각이 들었다. 꽤나 구체적이다. ■ 일상에서 귀찮더라도 조금만 더 신경을 쓰면 미세먼지 배출을 크게 줄일 수 있을 것 같다. 그에 맞는 정책이 더 구체적으로 나오면 좋겠다. ■ 모든 수칙들이 구체적이다. ■ 처음에는 수칙의 내용이 정확히 무엇을 하라는 건지 알 수 없었는데 자세히 보니 구체적으로 세분화된 점이 많아 인상 깊었고 정부도 많은 노력을 한다는 생각을 했다. ■ 10가지 실천약속에 대한 자세한 통계, 예상 효과를 알 수 있어 유익했다.
발전필요	■ 너무 수송부문만 치중했다. 다른 것도 추가해서 다양하게 보는 게 좋을 것 같다. ■ 다각적인 대응에 대한 구체적인 제시가 필요해보이며, 대응책이 더 강화되면 좋겠다.

각각의 실천수칙에 대한 평가뿐 아니라 종합적인 태도를 조사한 결과는 [표 4-5]와 같다. 긍정적 의견과 부정적 의견이 절반 정도씩 차지한 것은 일견 동의 기반이 여전히 충분하지 않다고 볼 수 있다. 그러나 FGI나 리빙랩 초기에 발견되었던 의견에 비해서는 동의수준이 상당히 높아진 것을 알 수 있다.

(2) 실천수칙에 대한 최종 입장

[표 4-6] 실천수칙의 최종적인 필요성에 대한 근거

분류	세부내용
적지만 효과성 있음	필요하다. 없는 것보다는 효과가 있다. 큰 효과는 없을 수 있지만 조금만 신경을 쓰면 지킬 수 있는 부분이고 이러한 작은 노력이라도 미세먼지나 대기오염에 조금이라도 긍정적인 영향을 줄 수 있기 때문에 필요하다. 미세먼지를 줄이기 위한 대책을 세우는 것은 필수적이다. 실천하는 사람이 많아지면 어느 정도 효과가 있다.
시민실천 가이드라인 역할	필요하다. 심하게는 생명이 걸린 문제다. 10대 수칙을 다 지키진 못하더라도 몇 가지를 골라 실천하는 것도 좋은 방법이다. 캠페인 차원에서라도 10대 수칙은 필요하다. 문제를 인식했다면 시민 차원의 개선과 사회적 개선이 필요하며, 기본적인 방안에 대한 제사라도 되어야 최소 대응이라도 한다. 이렇게라도 하나씩 해결해 나가야 한다고 생각한다.
메시지이기 때문에 찬성	강제성이 없다는 전제에서 찬성한다. 왜냐하면 모두를 위한 것이기 때문이다.
알개움의 효과	강제성이 없다고 하더라도 이러한 10대 수칙은 필요하다고 본다. 이러한 10대 수칙을 사람들에게 홍보함으로써 알고 있는 내용이지만 (혹은 몰랐던 내용을 알게 함으로써) 한 번 더 생각하게 하는 것 같다. 이런 수칙이 없다면 인지하지 못하거나 실천하지 않는 사람도 많겠지만, 수칙이 있다면 경각심을 가지고 실천하는 사람이 어느 정도는 있을 것이다.
실효성 있다는 전제하에 찬성	실효성 있는 10대 수칙이 필요하다. 대기오염 수칙을 낮춰야 하기 때문에 수칙이 필요하지만, 막연한 수칙 말고 구체적으로 효과가 있는 수칙이 필요하다고 생각한다. 필요하기는 하나, 이런 방식은 아니다. 왜냐하면 시민의 무력감이 증대할 수도 있고, 구체적 실효성이 부족해 보이기 때문이다.

실천수칙에 대한 지식이 있는 상태에서 연구참여자는 실천수칙이 가질 한정적인 의미에도 불구하고 그 필요성을 인정했는데, 이 또한 중요한 결과이다. 이는 미세먼지에 대한 정보, 실천수칙에 대한 정보, 다른 사람과의 의견 공유, 실천수칙의 필요성에 관한 논의 이후에 이루어진 최종 평가내용이다. 그 결과 실천수칙은 “없는 것보다는 있는 게 낫다”는 정도의 한정적인 수준에서 다시 기준이 정립되며, 적응정책이 높은 순위를 차지하게 되는 경향을 보였다.

공기정화식물과 같이 “하고 싶은 사람이 하는” 방식은 긍정적인 평가를 얻었다. 마스크나 외출자제에 대해서도 부정적인 평가도 있었지만 결과적으로는 긍정적인 반응을 이끌어냈다. 실천수칙에 대해 “있는 게 나쁘지 않다”는 소극적 의미로 해석된 상황에서, 연구참가자의 주장은 일관성을 가진다.

이를 보았을 때 메시지의 전제와 커뮤니케이션 방식이 ‘해야 한다’라고 이야기하는 것인지 ‘권장한다’는 것인지 등의 메시지의 태도는 메시지 수용 여부를 결정짓는 가장 큰 요인으로 보인다. 즉 메시지 평가는 메시지가 과학적으로 합리적인가의 문제를 떠나 태도에 많이 좌우되고 있음을 알 수 있다.

3) 소결

(1) 메시지 재구성의 필요성

리빙랩에서 미세먼지에 대한 정보를 주고, 실천수칙에 대한 설명을 한 후에 미세먼지 저감행동에 대한 평가를 다시 하도록 했다. 미세먼지의 국내 원인을 파악하고 실천수칙이 어떤 효과가 있는지를 확인한 후, 참가자들은 실천수칙의 필요성과 정책 의도에는 동의했다. 또한 출처원인 정부와 지자체에서 시행하는 정책에 대한 정보가 주어졌을 때, 참가자는 정부와 지자체에 대해서 긍정적으로 반응했다.

그러나 여전히 실천수칙은 “필요하지만, 큰 효과가 없을 것 같다”는 효능감 문제와, “필요성에는 동의하지만 와 닿지 않는다”는 평가가 많았다. 또한 실천수칙 중에 할 수 있는 것을 물었을 때, 마스크 쓰기과 같은 적응행동을 할 수 있다고 했고, 이미 하고 있는 대중교통 타기를 할 수 있다고 했다. 즉 정보가 주어졌지만, 수칙에 대한 행동으로 이어지지 않았다. 미세먼지에 대한 정보가 주어졌지만, 여전히 미세먼지 저감에 대한 효능감이 낮았다. 또 미세먼지 저감 정책에 편의와 자유를 침해받는다라는 인식을 가지고 있었다. 이와 같은 연구 결과를 바탕으로 했을 때, 미세먼지에 대한 정보와 정책에 대한 정보가 주어졌을 때, 정책의 필요성

에 대한 동의를 만들 수는 있지만, 행동으로 이어지지 않을 것이라 예상할 수 있다.

(2) 정책 재구성의 필요성

행동 조성에 인식과 태도의 변화가 필요할 수도 있지만, 이와 별개로 강화와 처벌, 규범적 영향을 통해 행동 조성을 하기도 한다. 미세먼지에 대한 정보를 제공하여 일단 저감 정책에 대한 동의가 생기고 나서, 저감행동을 조성하기 위해 적절한 보상, 처벌 등의 정책이 캠페인과 더해질 필요가 있다. 실제로 참가자들은 대중교통, 자전거 이용 시 시민에게 더 많은 보상이 이뤄져야 한다는 것을 지적했다. 또한 경유차와 나홀로 운행과 같은 문제에 대해 적절한 보상과 처벌 정책이 있어야 한다고 했다.

“실천수칙을 혼자 지켜도, 다른 사람들이 지키지 않으면 소용이 없다”는 의견들도 있었는데, 이는 규범적 영향을 나타낸다. 행동 조성에서 실천수칙에 대한 태도도 중요하지만, 주변에서 이에 대해서 어떤 태도를 가지는지가 중요하다. 또한 사람들은 다른 사람들의 행동을 비슷하게 하려는 동조(conformity)를 보이기도 한다. 따라서 많은 사람들이 실천수칙을 동의할수록 더 많은 사람들이 행동을 따를 것을 예상할 수 있다. 이를 위해서 대학이나 회사, 커뮤니티 등에서 미세먼지와 저감 정책에 대한 정보를 제공하여 많은 사람들이 동의하고 행동할 수 있도록 해야 한다.

또한 실천수칙을 이행할 수 있도록 충분히 정책적·기술적 지원이 이뤄져야 한다. 참가자는 실천수칙을 이행할 수 있는 기반이 조성되지 않은 점을 지적했다. 특히 자전거 이용 시 자전거 도로 조성이나 자전거 관련 법규 등이 잘 준비되지 않았음을 부각시켰다. 또한 경유차에 대해서도 환경세와 같은 제도를 언급했다.

2_실천수칙의 재구성

1) 재구성을 위한 기준 정립

우선 연구참가자와 함께 실천수칙을 새로 구성하는 목표 하의 기준점을 합의했다. 기본적으로 연구참여자가 제기했던 반영지점을 고려하며, 그 외 단서들에 대해 연구진들과의 논의 결과를 종합한 것이다. 그 결과 4가지의 기준점이 설정되었다.

(1) 거부감이 없는 수칙

메시지 타깃인 시민들, 특히 여기에서는 청년에게 미세먼지 문제해결의 가능성과 행동에 부정적이라는 점이 거듭 확인되었다. 이렇듯 낙인된 부정적 태도를 고려하여, 받아들이기 “쉬운” 수칙이 제정되어야 한다. 따라서 이는 거부감 없는 수칙이라고 요약될 수 있다.

긍정적인 프레이밍을 고민할 때, 예컨대 미세먼지 주제 자체를 부각하는 것보다도 행동 방식의 긍정성을 부각하는 방식을 사용할 수 있다. 또한 정보제공을 통해 새로운 내용을 통해 흥미를 유발해야 한다. 실천수칙이 정보제공의 역할을 하도록 하는 것이다. 수칙에서 정보를 유추할 수 있다거나, 수칙 하단의 정보제공 방식을 사용할 수 있다. 이는 미세먼지 행동 태도의 기반이 되는 신념을 추가하는데 도움이 되어 태도를 바꾸는데 기여하는 것으로 보인다.

(2) 타깃의 생활패턴에 기반한 수칙

행동을 유도하기 위해서는 사람들의 생활동선을 반영해야 한다. 이는 사람들이 손에 닿는다는 느낌을 통해 효능감을 높이는데 기여할 수 있다. 예컨대 절감 행동 논의가 상대적으로 오래된 에너지 절약에 관해서는 생활별·공간별·연령대별 수칙이 비교적 상세하게 축적되어 있다. 여기에서는 보다 체계적인 장소별 행동 실천방안을 개발하는 방향이 효과적일 것으로 생각된다.

(3) 주변 시선을 보여주는 수칙

일반인들은 미세먼지에 대한 정보가 적기 때문에 주변 시선에 민감한 특징이 있다. 주변적 처리의 효과성에 대해서는 연구과정에서 여러 차례 확인된 바 있다. 타인과의 토론 과정을 겪다보면 시민에게 책임전가를 하는 것이라는 생각에서 시민 책임도 있다는 의견을 갖는 등의 변화를 보이기도 했다. 메시지 상으로 주변적 처리를 고려하기 위해서는 타인의 의견을 보여주는 방식이 적용될 수 있다. 이는 나의 의견과 견해를 다른 사람의 견해와 비추어 객관화할 수 있어 속의의 효과를 줄 수 있다.

(4) 사람들과 함께하는 수칙

기존의 실천수칙은 유독 나 개인에게 위기의식을 주는 방식이라고 받아들여지기도 했다. 이에 따라 지식이 부족하거나 필요성을 절감하지 않는 사람들은 이에 대해 책임을 전가하는 느낌을 느꼈다. 따라서 이것이 한 개인에 대한 책임전가가 아니라, 다수의 참여가 이루어지는 해결방안임을 설득할 필요가 있다. 예컨대 참여자들은 함께하며 문화로 자리 잡을 수 있는 수칙과 방식이 필요하다는 점에 대해 다수 언급했다.

여기에서 특히 (3)과 (4)는 미세먼지 메시지가 가지는 특징을 보여준다. 메시지의 가장 큰 장점이자 단점은 사람들에게 강제력이 없다는 점인데, 이러한 경우에 메시지의 효과성을 높일 수 있는 효과적인 전략은 결국 주변 사람들의 시선에 관한 전략을 세우는 것이다. 이러한 기준점에 의거하여 최종 수칙을 제언함에 있어서, 우선 연구참여자가 기존에 가졌던 미세먼지 인식이나 수칙에 관한 평가를 고려했다. 부정의 틀이 아닌 긍정의 틀로 제시하며, 당위 중심이 아닌 주변적 메시지로 구성했다. 최종적으로 이를 프로토타입으로 나타내어 앞선 고려사항을 종합했으며, 저관여자에게 상대적으로 중요한 주변적 처리를 고려하여 이미지화에도 주안점을 두었다.

2) 메시지1 : 가장 강력한 설득 “따릉이”

(1) 자전거타기에 대한 리빙랩 평가

FGI에서 실천수칙에 대한 정책 설명 없이 평가하라고 했을 때, FGI 참가자들은 대부분의 수칙이 미세먼지 저감에 어떤 영향을 미치는지 이해하지 못했다. 자전거 타기와 대중교통 이용과 같은 항목은 실천하기 쉬운 항목이라는 평가가 있었지만, 대기 오염을 줄이기 위해 제시되는 “교과서에서 본 것 같은” 당연한 당위적 항목이라고 평가했다.

실천수칙에 대한 정보가 제공되었을 때, 자전거에 관한 반응이 가장 많았다. 미세먼지 저감행동 중 자전거 타기에 대해 긍정 평가와 부정 평가가 동시에 나타났다. 정보로는 서울시에서 목표로 하고 있는 자전거 이용률 10%와 목표 달성 시 자동차 주행속도가 낮고, 미세먼지 저감 효과가 12%가 발생한다는 정보를 제공되었다. 정보를 받은 이후 대표적인 긍정 평가는 자전거 타기의 미세먼지 저감 효과가 생각보다 크다는 것이었다. 부정 평가는 자전거를 이용하기 어려운 법, 제도, 인프라에 대한 상황에 대한 내용이었다. 이런 변화를 보았을 때, 자전거 타기가 미세먼지 저감에 미치는 효과가 어느 정도인지에 대한 정보를 주는 것이 의미가 있을 것으로 보인다.

(2) 메시지

위의 평가를 바탕으로 미세먼지 저감행동으로 자전거 타기에 대한 홍보 메시지 예시를 10명의 리빙랩 참가자에게 7점 척도로 평가하도록 했다. 속도, 건강, 강화물 등의 긍정적 키워드를 사용했다. “자전거는 당신의 건강을 지키기 위한 선택입니다”, “자전거가 늘어날수록 미세먼지는 줄어들고 교통은 빨라집니다”, “따릉이는 출퇴근 시 타면 더 빠릅니다”, “따릉이를 편리하게 이용하는 3가지 방법을 소개합니다”, “따릉이 정기권을 끊으면 대중교통 환승 마일리지를 드려요”, “자전거 타기 좋은 서울을 만드는 정책 활동 네이버 커뮤니티에 참여해보세요”의 6가지 문장을 제시했을 때, 강화물을 사용한 “따릉이 정기권을 끊으면 대중교통

환승 마일리지를 드려요”가 평균 4.5점으로 가장 긍정적인 평가를 받았다. 다음으로 “자전거가 늘어날수록 미세먼지는 줄어 들고 교통은 빨라집니다”, “따릉이를 편리하게 이용하는 3가지 방법을 소개합니다”가 평균 4.1점으로 긍정적인 평가를 받았다. “자전거는 당신의 건강을 지키기 위한 선택입니다”는 3.9점, “자전거 타기 좋은 서울을 만드는 정책 활동 네이버 커뮤니티에 참여해보세요”가 3.6점, “따릉이는 출퇴근 시 타면 더 빠릅니다”는 2.6점을 받았다.

(3) 홍보물 프로토타입

[그림 4-1]은 연구를 바탕으로 한 홍보물 예시이다. 자전거 이용과 미세먼지에 대한 설명을 “자전거가 늘어날수록 미세먼지는 줄어 들고 교통을 빨라집니다”라는 문구와 “서울시 자전거 이용률이 10%가 되면 자동차 주행속도는 빨라지고 12%의 미세먼지 저감 효과가 발생합니다”라는 문구를 사용했고, 자전거 타기 행동을 촉진하기 위해, “따릉이 정기권을 끊고 대중교통 환승 마일리지를 적립하세요”라는 문구로 환승 마일리지 정보를 추가했다.

자전거가 늘어날수록 미세먼지는 줄어 들고 교통은 빨라집니다.

따릉이 정기권을 끊고 대중교통 환승 마일리지를 적립하세요!

서울시 자전거 이용률이 10%가 되면
미세먼지가 12% 줄어듭니다.

교통카드를 등록한 뒤
따릉이에서 대중교통으로 환승하면,
1회 100원의 환승 마일리지가 적립됩니다.

서울 전역이 있는 따릉이 대여소에서
따릉이를 만나보세요!

더 알아보기
<https://www.bikeseoul.com/>



[그림 4-1] 홍보물1(따릉이) 프로토타입

3) 메시지2 : 건강한 우리집

(1) 실내 미세먼지 수칙에 대한 리빙랩평가

실천수칙에서 실내 미세먼지와 관련된 수칙은 ‘직화구이 삼가’ 항목과, ‘공기정화 식물 키우기’ 항목이다. 이에 대한 대중의 평가는 보통 부정적이었다. FGI에서 미세먼지와 관련된 정책을 아냐는 질문에, 보통 “고등어 굽지 말라”는 기사를 봤다고 언급했고, 이에 대한 반응은 정부가 미세먼지에 대해서 성의 없이 접근하고, 시민에게 책임을 떠넘긴다는 반응이었다. 직화구이를 한다고 해서 미세먼지가 얼마나 발생하겠냐는 반응이 많았다.

제공된 정보로는 실내 미세먼지에 대한 정보와 ‘직화구이 삼가’와 ‘공기정화식물 키우기’ 항목이 특히 미세먼지 취약계층(조리노동자, 주부 등)에 대한 보호를 위한 것이라는 정보를 제공했을 때, 좀 더 긍정적인 평가가 있었다. 그럼에도 직화구이를 아예 삼가는 것은 현실적으로 어렵다는 의견이 존재했다.

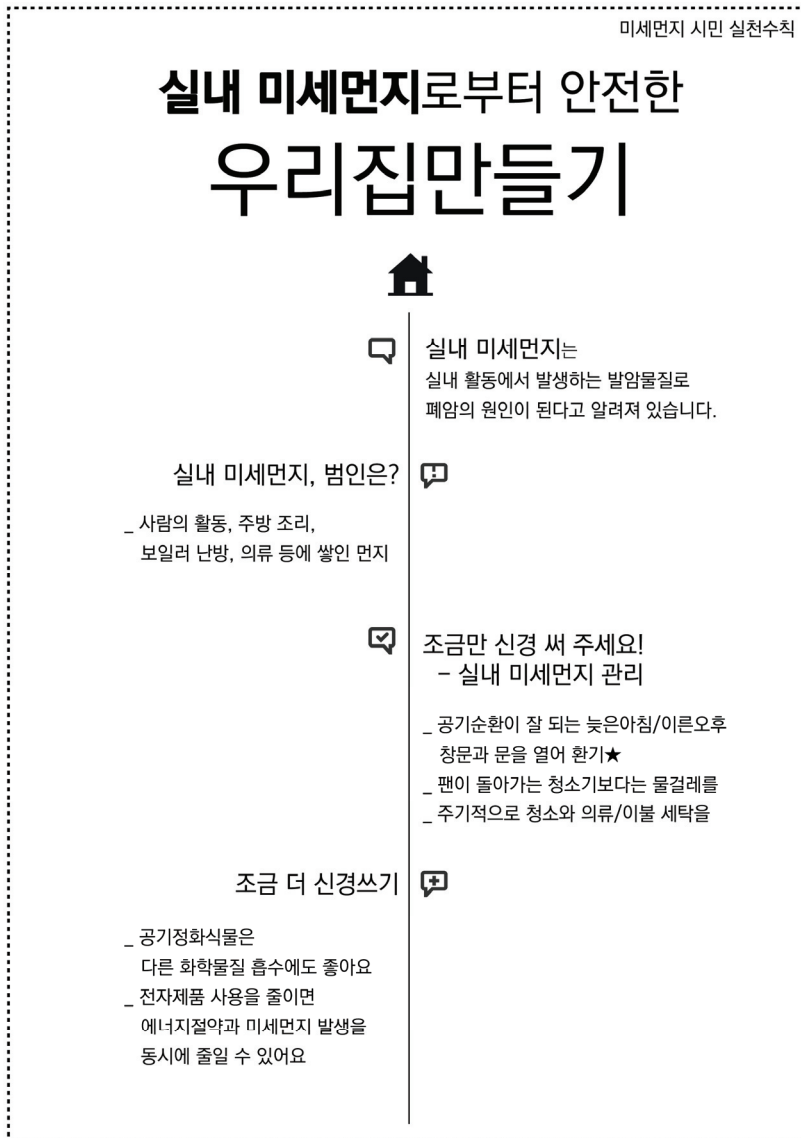
(2) 메시지

위의 평가를 바탕으로 실내 미세먼지에 대한 홍보 메시지 예시를 리빙랩 참가자들에게 제공했다. 새로운 메시지에서는 실내 미세먼지에 대한 설명, 대응 방법 등을 제시했다. 최종 평가를 위해 “실내 미세먼지는 보일러, 컴퓨터, 음식조리 등에서 나옵니다”, “실내 미세먼지 관리를 위한 청소방법을 알려드려요”, “효과는 적더라도 실내식물을 기르거나 에너지 절약 실천을 할 수 있습니다”로 3가지 문장을 제공했다. 각 메시지는 평균 4.1점, 4.4점, 4.1점으로 전반적으로 긍정적 평가를 받았다.

(3) 홍보물 프로토타입

[그림 4-2]는 실내 미세먼지 홍보물 예시이다. 참가자들은 실내 미세먼지에 대한 개념이 부족하므로 미세먼지와 실내 미세먼지를 구분해서 사용하는 것이 인지에 더 도움이 된다고 판단하여 ‘실내 미세먼지’라는 표현을 사용했다. 또한 평가한

3개의 메시지가 모두 4점 이상의 점수를 받아서, 정보 전달 위주로 홍보물을 구성했다. 기존의 실천수칙에서 '직화구이 삼가', '공기정화식물 키우기'보다 좀 더 다양하고 구체적인 정보를 전달했다.



[그림 4-2] 홍보물2(실내 미세먼지) 프로토타입

4) 메시지3 : 안전한 생활공간 만들기 (캠퍼스/회사)

(1) 주관적 규범에 대한 반응

기존의 실천수칙에는 생활공간과 관련된 수칙은 없다. 그러나 김영욱(2016a)의 연구에서 주관적 규범, 즉 주변 사람의 태도와 행동이 미세먼지 저감행동, 적응행동에 영향을 미친다는 결과를 보고했다. 이 연구에서도 FGI와 리빙랩 연구에서 참가자는 다른 사람들의 의견에 영향을 받는 것을 볼 수 있었다. 이 연구에서 생활공간을 회사와 캠퍼스와 같은 커뮤니티에서 미세먼지 저감을 위한 행동과, 주변 사람과의 상호작용 차원으로 나누어서 접근했다.

(2) 메시지

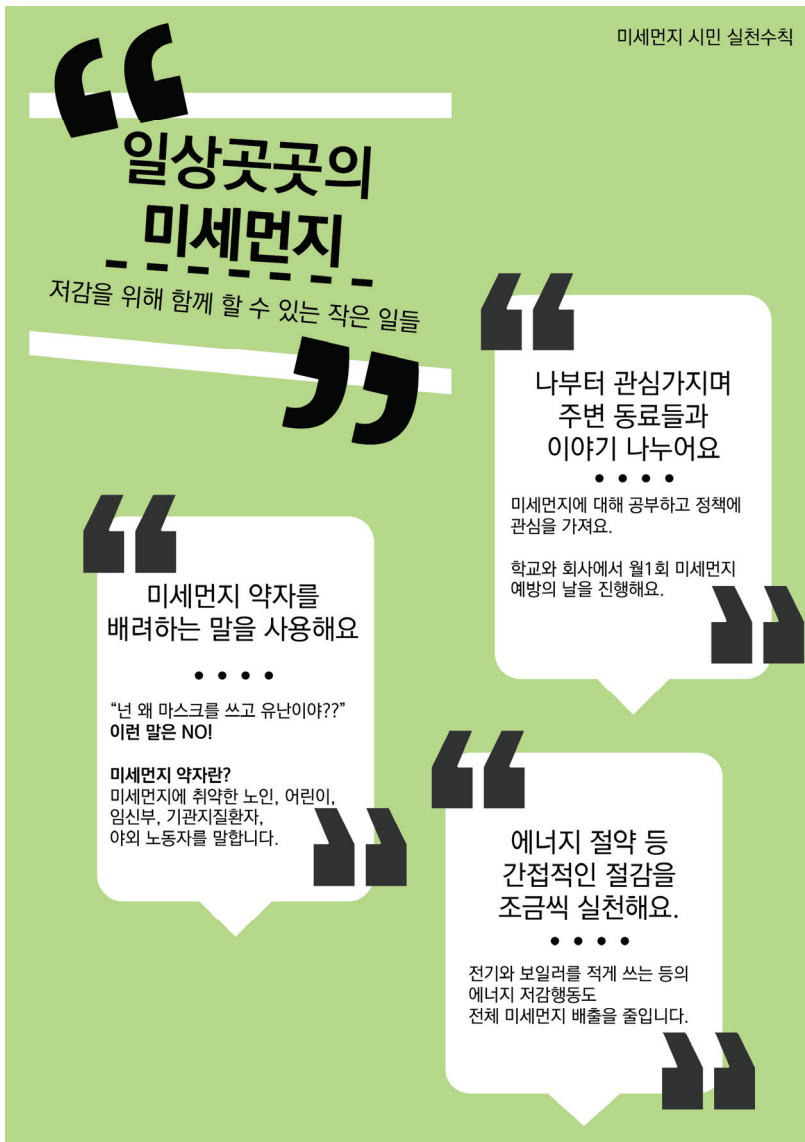
회사와 캠퍼스에서 할 수 있는 활동으로는 카풀의 운영이나 지원 요구, 미세먼지 관련 수업 등의 교육 개설, 건물 입구와 작업장 등 발생구역 관리 요구, 공기청정기와 식물 구매 요구, 구내식당 이용 장려 등의 방안이 있었다. 이러한 방안에 대해서는 추후 정책적 차원과 연계하여 접근할 수 있다.

홍보물과 광고물로 행동을 변화시킬 수 있는 부분은 미세먼지와 관련하여 주변 사람과의 상호작용에 대한 내용이었다. 미세먼지 취약 계층에 대한 배려, 미세먼지에 대한 논의와 실천에 대한 메시지를 참가자에게 평가하도록 했다. “호흡기가 약한 사람이나 임산부 등 미세먼지 약자를 배려하는 말을 사용해요”, “미세먼지를 나부터 관심을 갖고 주변 동료들과 이야기를 나눠요”, “에너지 절약 행동 등 간접적인 방식을 조금씩 실천해요”와 같은 문구를 평가하게 했을 때, 각각 평균 4점, 4.4점, 4.4점의 점수를 주었다.

(3) 홍보물 프로토타입

연구 결과를 바탕으로 [그림 4-3]과 같은 생활공간과 관련한 홍보물을 만들었다. 3개의 문구 모두 4점 이상의 점수를 받았기 때문에 모두 사용했다. 미세먼지 취약 계층을 배려하자는 내용에 미세먼지 취약계층에 대한 설명과 예시를 제공했

다. 또한 미세먼지에 관심을 갖자는 내용에서는 주변 사람들과의 대화, 정책에 대한 관심을 촉구했고, 마지막으로 에너지 저감행동 촉구와 그 효과에 대한 설명을 간단하게 추가했다.



[그림 4-3] 홍보물3(생활) 프로토타입

3_시민참여를 위한 정책의 재구성

1) 재구성을 위한 기준 정립

메시지 개발의 중요성에도 불구하고, 실제로 유의미한 변화가 있기 위해서는 정책적 변화가 필요하다는 것은 연구참여자의 한결같은 이야기였다. 이들은 분명히 정책에 대해 아주 높은 이해도를 가졌다고는 볼 수 없지만, 이후 미세먼지 정책에 있어 중요한 점들을 시사하고 있다.

앞선 연구참여자의 의견을 바탕으로 추측해본다면, 잘 기획되지 않은 미세먼지 실천 권장 메시지의 역효과인 부메랑 효과가 클 것이라는 점을 암시한다. 특히 많은 연구참여자들은 현재 정책을 잘 모르기 때문에 부정적인 태도를 가지고 있었다. 부메랑 효과에 상응하는 반응 중 가장 부정적인 것은 “시민에게 책임을 전가한다”는 신념으로 보인다. 이를 해소하기 위해서라도 메시지뿐만 아니라 정책이 함께 적극적으로 바뀌어야 할 것으로 보인다.

국가가 정책을 집행하고 이행하는 과정에서 본인의 의지를 보여주면서, 시민이 정부, 지자체, 기업이 노력하고 있다는 걸, 좀 더 책임 있는 기관이 책임을 지고 있다는 걸 보여주면, 일반 시민도 자신도 뭔가 할 수 있는 게 없을까 생각할 거 같아요. 원래 책임이 민주주의의 원칙이잖아요. 누가 배출하느냐 누가 책임을 지느냐 하는 답변을 해야 하는 주체는 결국 정부이고 기업이라고 생각해요. (FGI2-2)

연구참여자가 제시했던 메시지와 관련된 의견 외에 정책 내용과 관련한 의견을 상향식으로 구조화하여 3가지의 기준을 선정할 수 있다.

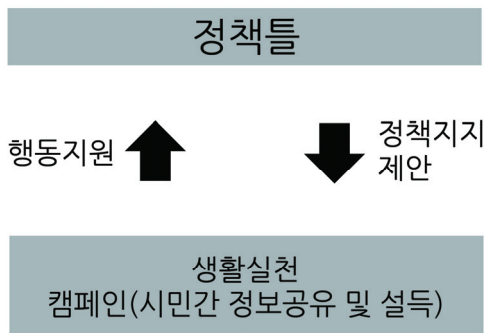
첫째, 실질적 행동을 지원하는 정책이 필요하다. 참가자가 모두 동의하는 것이자

그동안 환경 정책에서 주요 이슈였던 인센티브와 제재 방식이다. 더군다나 미세먼지 특별법이 시행되는 과정에서 시민의 친환경 행동을 지원할 더욱 적극적인 정책이 필요하다. 이는 메시지를 넘어서 가장 효과적인 행동의 변화를 이끌 것이다.

둘째, 유기적 정책이 필요하다. 연구참여자에게 미세먼지는 현재 환경 분야라는 영역의 정책으로 인식되어 개인의 생활과는 거리감을 느꼈고 그래서 대부분의 정책을 알지 못했다. 생활에 더욱 밀접하게 다가왔으면 좋겠다는 이야기가 많았다.

셋째, 시민참여가 가능한 정책이 필요하다. 이는 적극적 방식인 정책참여 활동과 일회성 방식을 포함한 캠페인 두 가지로 나눌 수 있다. 정책참여 활동은 정책이 지지받고 활력 있게 집행되기 위해서라도 필요한 부분이다. 이 의제에 관심을 갖고 활동할 만한 고관여 집단을 대상으로 한 창구가 필요하며, 이들이 스스로 시민들을 설득할 수 있도록 해야 한다. 캠페인은 저관여 집단을 대상으로 메시지를 전달하고 설득할 다른 방식을 활발히 개발하는 것이다.

이상의 기준을 [그림 4-4]와 같이 요약할 수 있다.



[그림 4-4] 시민 입장에서 본 정책 재구성 기준

2) 시민 입장의 미세먼지 정책 제안

(1) 실질적 행동지원 정책

연구참여자는 미세먼지 저감행동을 문화적인 방식의 로고송이나 캠페인 등을 언급하기도 했지만, 무엇보다도 행동을 지원하는 실질적 정책이 필요하다는 의견이었다. 행동지원 정책으로는 인센티브와 제재의 방법이 있다. 연구참여자의 의견은 제재보다는 인센티브를 주는 것이 적합하다는 것으로 수렴되었다.

현재도 친환경 행동에 대한 인센티브가 이루어지고 있다. 에코마일리지 사업 등도 시행되고 있지만, 청년으로 이루어진 연구참여자가 가장 익숙하게 느낀 인센티브는 텀블러 사용에 대한 인센티브였다. 환경부와 카페들이 협약을 맺어, 텀블러 이용 시 할인 등의 혜택을 제공하고 있다. 이러한 금전적 방식의 인센티브가 가장 효과적일 것으로 보인다.

금전적 방식뿐 아니라 보상에서 태양광 보조배터리나 화분 등을 지원함으로써 지원의 취지를 분명하게 하는 방식이 언급되었다. 또한 행동과 금전적 지원을 다른 방식으로 연결하자는 의견도 있었다. 예를 들어 미세먼지 로고송을 부르면 식권을 제공하거나, 미세먼지 나쁜 날에 회사 구내식당을 무료로 하는 등의 의견들이 제출되었다.

(2) 유기적 정책을 위한 정책틀

정책틀(policy framework)은 대상자를 중심으로 상향식으로 구성되는 것이 바람직하며, 정책 간 유기적으로 운영되어야 한다. 예컨대 건강도시를 만드는 데에서 “Health in all Policy”라는 방향이 사용되는데, 말 그대로 모든 정책에 건강 관련 요소를 담는 것이다. 이와 같이 이들에게 적합한 정책틀에 적용하여 생활에 가깝게 느껴지도록 해야 한다. 또한 현재 부정적 태도에서 가장 극복이 필요한 부분으로 보이는 정책적 불신을 해소하기 위해서는 결국 유기적 정책이 필요하다.

이에 따라 연구참여자와 논의한 끝에 결합했을 때 가장 효과적일 다른 정책틀을

선정할 수 있었다. 여기서 연구참여의 대상이 청년인 점을 고려하여 다음과 같은 제언이 언급되었다.

① 청년(1인 가구) 정책

- 청년 정책 : 청년의 기본 생활 지원(주거, 취업, 문화생활 등), 청년 문화(청년 공간, 청년 창업 등) 지원 등을 하고 있음.
- 문제 제기: 1인 가구(대학생 및 사회 초년생 자취생)에게 접근한다고 생각하고 이들이 미세먼지 정책과 맞닿아 있을 방법이 있을까?
- 구체 의견: 환경전공 대학생·졸업생 대상 인턴 기회 또는 캠페인 서포터즈 활동 개최, 청년문화 공간 비용과 시민실천 인센티브 연계, 1인 가구 미세먼지 진단 서비스로 경각심 및 대처법 홍보

② 교통 정책

- 교통 정책 : 대중교통을 편리하게(속도, 질), 차를 편리하게(주차장, 도로), 자전거를 편리하게(도로, 안전), 보행자를 편리하게(인도, 안전, 노약자)
- 문제 제기: (보행자 및 자전거 중심) 교통 정책으로 가는 과정에 미세먼지 정책이 부합해야 하지 않을까?
- 구체 의견: 자전거 도로 확충, 자전거 헬멧 착용 의무와 같은 반대 방향 정책 폐지, 경유차·전기차 등 예비 자동차 구매자를 위한 환경정보 제공, 보행자·자전거를 위협하는 행위 제재

③ 캠퍼스·회사 정책

- 기관 정책: 에너지 다소비 시설이나 사람들이 모여서 무엇을 하는 공간은 주요 관리정책의 대상으로 적합
- 문제 제기: 일상의 공간인 캠퍼스나 회사를 중심으로 접근하는 미세먼지 관리정책은 어떻게 가능한가?

- 구체 의견: 대학·회사 내 미세먼지 강의에 대한 인센티브, 기관별 미세먼지 예방 홍보대사 임명과 활동비 지급, 한 달에 한 번 미세먼지 예방의 날 지정, 미세먼지 발생 시설에 대한 관리감독 의무화, 자동차 사용 축소를 위한 카풀·셔틀 운영 확대, 편의성이 증진된 작업자용 마스크 개발

(3) 정책참여 활동 및 캠페인

연구참여자는 미세먼지 문제에 있어서 대부분 저관여 집단이었으며, 이 이슈 외에도 특별한 정책참여 경험이 없었다. 그러나 미세먼지 문제해결을 위한 시민의 역할을 고민하는 소수의 참여자는 정책참여 활동과 워킹그룹의 필요성을 강조했다.

활발하게 시민참여가 이루어지는 거버넌스의 영역을 구상한다면 워킹그룹이 구성되어 직접 적극적인 활동을 할 수 있는 장이 필요하다. 정책 지지, 제안, 정보제공 등의 역할을 할 수 있다. 이와 관련된 언급으로는 생활환경감시단으로서 정보를 수집하는 활동, 틈새 신고 활동, 정책 감시활동 등이 있다.

연구과정에서 고관여 집단의 의견 표출의 장이 특별히 없다는 사실이 발견되었다. 물론 일부 커뮤니티가 정책참여를 하고 있지만, 이 연구의 참가자인 청년층에게 특별한 참여 유인이 없는 상황이었다. 따라서 미세먼지를 위한 시민 커뮤니티를 지역이나 세대, 혹은 세부 관심사별로 구축하는 것도 커뮤니티를 강화하는 중요한 방법이 될 것이다.

*성당 내 커뮤니티에 관심 있는 사람이 있어서 세제 효소를 쓰기도 하고
성당에서 텀블러를 만들어 주기도 하는 등 커뮤니티에서 노력을 하는 것
같아요. 이런 커뮤니티가 많아지면 사회 전체적으로 좋아지지 않을까 생
각해요. (FG11-2)*

특히 커뮤니티는 여론을 정제하고 궁극적으로는 시민이 시민을 설득하는 본래의 문제로 돌아가게 하는 기능이 있다. 여기에서 시의 역할은 오히려 플랫폼으로 기능한다. 또한 이러한 커뮤니티는 시민들 사이에 밀착해 있기 때문에 태도를 긍정

적인 방향으로 나아가게 하는데 도움이 된다.

커뮤니티 구축은 캠페인을 지속가능하게 하는 방법이기도 하다. 캠페인은 아주 적극적인 활동을 할 수는 없지만 낮은 관심사를 가진 사람들에게 한 번씩 관심을 상기시킬 수 있는 매개가 된다. 캠페인 또한 커뮤니티를 통해 투명하게 이루어진다면 가끔 관심을 갖는 사람들에게 효과적일 수 있다.

특히 연구과정에서 의도하지 않았지만, 인터뷰와 토론만으로도 관심도나 해결의지가 상승하는 경향을 보였다. 무기력하지만 “그래도 줄었으면 좋겠다(FGI4-1)”고 생각하거나, “아무도 물어보지 않는 걸 물어봐서 좋았다(FGI5-2)”고 이야기하는 연구참여자가 많았다. “사람들은 다 알고 있는”, 그러나 아무도 이야기하지 않는 문제를 이야기하는 것이 중요하다. 캠페인 메시지를 시민의 입으로, 어떤 문화적 접근을 통해 전달할 것인가는 앞으로도 더 고민해야 할 부분이다.

시민, 학생이 이렇게 의견도 나누고 연구자가 실제로 노력하는 것을 알려주면 좋을 것 같아요. 실은 잘 모르거든요. 연구를 어떻게 하는지도 잘 모르구요. 이렇게 고민하고 있다는 것을 알면 생각이 달라질 것 같아요. (FGI1-1)

저는 관심이 많이 없었는데 이런 기회를 갖게 되어 관심이 좀 생긴 것 같아요. 원래는 기업이나 정부의 대처에 대해서 막연한 반감을 가진 것 같아요. (...) 저도 이런 환경문제 같은 것에서 개인의 실천을 작게 여겼어요. 요즘 들어 실천하는 사람들이 주변에 보이면서 이런 걸 하면 개인의 변화가 있을 것 같다는 생각이 들어요. (FGI1-3)

05

실천수칙의 과제

- 1_연구결과 요약
- 2_새로운 실천수칙을 위한 정책제언
- 3_나가며

05 | 실천수칙의 과제

1_연구결과 요약

연구질문 1인 청년의 미세먼지 인식과 실천현황은 “관심이 없어져”가며, “정보를 잘 찾아보지 않고”, “원인은 중국”이라고 생각하여 ‘체념’ 상태에 이른 것으로 요약할 수 있다. 미세먼지에 대응하는 행동은 “소용이 없을 것”이라고 생각하거나 적응행동에 관련된 다양한 경험을 가지는 것으로 나타났다. 이는 개인별로 차이가 있지만, 미세먼지에 관한 체계적 지식이나 대응방안이 확립되지 않은 상황은 동일했다. 특히 미세먼지를 국내 원인에 의한 것으로 생각하기보다는 어쩔 수 없는 것으로 인지하고 있어 저감행동의 실천을 생각해볼 여지조차 없는 것으로 드러났다.

연구질문 2인 인식과 실천의 변화에 정보가 끼치는 영향에서는 한정적이나 긍정적인 효과를 보였다. 미세먼지 관련 정보를 제공했을 때 현재 미세먼지 수준의 진단과 국내 정책에 대한 정보가 가장 수용이 많이 되는 것으로 드러났다. 최근에 미세먼지가 감소한 적도 있었지만 다른 나라 평균과 비교하면 심각한 수준이라는 정보가 저관여 집단의 미세먼지에 대한 관심을 상기시켰다고 설명할 수 있다. 또한 미세먼지는 어쩔 수 없다고 생각하며 정부 등에서도 별다른 대책이 없을 것이라고 생각하기 때문에, 국내의 정책적 노력에 가장 많은 관심이 집중되었다.

실천수칙 자체의 배경과 효과를 설명하는 정보를 제공했을 때는, 도로 오염원 대책에 참가자의 관심이 집중되었다는 점이 특징적이다. 이는 한편으로는 자동차에 대한 새로운 정보를 얻었기 때문이며, 다른 한편으로는 ‘자전거’라는 주제의 효과를 새로이 알게 된 것에 기인한다. 따라서 정보수용은 시민의 미세먼지 관련 인식을 긍정적으로 전환할 가능성을 보여준다.

한편 태도나 신념이 변화하는 문제는 정확한 정보인지 여부와 다소 별개인 것으로 나타났다. 우선 미세먼지 정보를 전달한 후에는 정보 관련 신뢰도 증가, 정보

탐색의 요구, 체계적 대응의 중요성, 국내 문제해결의 중요성, 개인적 적응행동에 대한 관심이라는 신념의 변화가 나타났다. 여기서 주목할 점은 저감정책과 관련하여 개인의 생각이 전환되는 것으로 귀결되지 않는다는 것이다. 이러한 ‘한정적인 긍정적 변화’는 실천수칙에 대한 정보를 제공한 이후의 신념 변화를 조사하는 데에서도 드러났다.

실천수칙에 대한 부정적인 반응을 최소화하는 것은 이 연구의 목적이라고 할 수 있을 만큼 중요하다. 리빙랩 참가자들은 정보가 제공되기 이전보다 정보가 제공된 이후의 수칙에 대해서 긍정적 태도를 보였다. 한편 충분한 정보제공과 토론 이후에도 부정적인 의견과 긍정적인 의견이 절반씩 차지했다는 것은 주목할 만한 현상이다. 최종적으로 ‘실천수칙이 과연 필요한가’는 연구참여자 모두 긍정적이라고 결론지었다. 이 결과는 적지만 효과가 있을 것이며, 시민실천 가이드라인이 필요한 것은 맞고, 강제성이 없으며, 일깨울 수 있기에, 실효성이 있다는 전제 아래 찬성한다는 의미의 긍정임에 유의해야 한다.

연구질문 3인 실천수칙 개선방안을 위해 두 가지 개선방향인 메시지 재구성과 시민참여형 정책의 재구성에 대한 결론을 제시했다. 첫째, 메시지 재구성에는 이를 위한 기준을 4가지, 즉 (1) 거부감이 없는 수칙 (2) 타깃의 생활패턴에 기반을 둔 수칙 (3) 주변의 시선을 보여주는 수칙 (4) 사람들과 함께하는 수칙으로 수립했다. 연구참여자의 의견을 바탕으로 3가지 영역과 몇 차례에 걸쳐 핵심 메시지를 선정하는 과정을 거쳤다. 또한 이를 쉽게 드러낼 수 있는 프로토타입을 제작했다.

둘째, 정책 재구성에서는 이를 위한 기준을 3가지, 즉 (1) 실질적 행동지원 정책 (2) 유기적 정책 (3) 시민참여가 가능한 정책으로 수립했다. 이들 각각의 필요성과 구체적으로 언급되었던 사례나 의견을 덧붙여, 정책이 왜 어떻게 재구성되어야 하는가를 논의했다.

2_ 새로운 실천수칙을 위한 정책제언

앞선 연구결과 요약을 바탕으로 한 최종 정책제언은 체계적인 메시지 개발 프로세스 수립, 시민참여 정책의 개발과정 제도화, 시민참여를 위한 정책으로의 장기적 변모라는 3가지이다.

1) 체계적인 메시지 개발 프로세스 수립

(1) 미세먼지 커뮤니케이션 정책실험의 즉각적 시행

이 연구에서 제시된 프로토타입은 바로 정책실험의 대상이 될 수 있다. 프로토타입은 일종의 샘플이라고 볼 수도 있지만 메시지가 어떻게 닿고, 어떠한 효과를 가질지를 앞에서 충분히 논의한 결과라고도 볼 수 있다. 따라서 프로토타입이 부족한 점도 있지만, 한편으로는 지금 상태에서 시도해보아도 좋다.

O'Keefe(2012)와 같은 메시지 연구자는 심리학적 설명과 메시지 연구를 분리할 것을 주장한다. 심리학은 '메시지가 어떻게 사람에게서 반응하는가'를 설명할 수 있지만, 그 메시지를 어떻게 개발할 것인가는 또 다른 문제이기 때문이다. 이러한 어려움에서 그가 주장하는 것은 결국 메시지의 효과를 측정하는 단독 연구가 더욱 많이 필요하다는 것이다. 그리고 이는 정책 영역에서는 '정책실험'이라는 말로 표현할 수 있을 것이다. 즉 시민참여를 유도하는 메시지를 개발하기 위해서는 더욱 많은 메시지 정책실험이 필요하다.

미세먼지에서의 메시지 실험은 환경 커뮤니케이션이라는 맥락에서도 중요한 정책 실험이 될 것이다. 단기적으로는 메시지의 효과를 측정하는 것이지만, 결국 장기적으로는 시민, 특히 여기에서는 청년의 참여를 유도할 수 있는 방안을 모색할 수 있기 때문이다. 청년층이 스스로 호응할 수 있는 행동 솔루션을 개발하고, 가장 효과적인 방식으로 청년 관련 교육이나 홍보 대책을 수립해 나갈 수 있다.

또한 이는 다른 타깃으로 확대될 수 있다. 특히 청년층을 대상으로 한 미세먼지 실천수칙 개발이라는 주제로 한정되었지만, 또 다른 정책 타깃의 분류도 가능하다. 미세먼지라는 주제로 한정되었을 때 관여의 정도에 따른 분류가 가능하며, 상당히 많은 비율을 차지할 것으로 예상되는 저관여 집단에 대한 설득 방안을 개발하는 것이 중요하다.

(2) 전문적인 메시지 개발 프로세스 수립

서울은 세계적인 수준의 거대한 도시 가운데 하나이다. 그럼에도 불구하고 전문적인 메시지 개발에 있어서는 취약한 모습을 보인다. 메시지 연구에서는 공익광고를 만들었다가 역효과를 낸 사례가 있었다.

메시지는 시민들과 소통할 수 있는 중요한 매개가 된다. 서울시는 공동체를 중심으로 한 커뮤니케이션에는 강점이 있지만, 대중 전체를 대상으로 하는 타깃별·채널별 메시지 개발에서는 상대적으로 취약한 것으로 보인다. 따라서 메시지 개발과 소통을 전략적으로 주관할 수 있는 팀이 필요하다. 그리고 메시지 개발에 대한 일관된 프로세스를 수립해야 한다.

이 팀에서는 앞선 메시지 개발과 테스트, 보완을 반복하는 순환적 정책실험을 할 수 있다. 또한 이 과정에서 필요한 부분은 전략적으로 시민 공모전을 하는 것이 더 유리하다. 현재는 이러한 작은연구나 실천수칙 등 시민 공모전이 대체로 폭넓은 주제로 진행되고 있다. 그러나 시민참여에만 의의를 두는 것이 아니라, 참여를 통한 더욱 의미 있는 결과를 두기 위해서는 이러한 공모 방식에서부터 개선을 진행할 수 있다. 예컨대 미세먼지 실천수칙을 광범위하게 기획하지 않고, 미세먼지로 피해를 입은 약자를 배려하기 위한 우리의 언어생활 수칙처럼 주변의 처리를 고려한 주제를 제시하는 식이다.

(3) 시민들의 질적 평가 아카이빙

Fishbein과 같은 메시지 연구자는 메시지를 개발하기 전, 대상자가 가진 신념을

측정하는 것을 무엇보다 중요하게 생각한다. 이는 FGI와 같은 인터뷰 형태로 이루어질 수 있지만, 한편으로는 빅데이터의 차원으로도 접근이 가능하다. 이를 아카이빙하면 이후 시민과의 소통에 기초자료로 사용될 수 있으며, 미시사적으로도 의미 있는 자료가 될 수 있다.

2) 시민참여 정책의 개발과정 제도화

(1) 정책 리빙랩의 활성화

캠페인 메시지가말로 리빙랩에서 만들어지고 검증되고 확산될 필요가 있다. 좁게는 소통이라는 측면에서, 넓게는 정책 자체를 실험할 수 있는 실험장이라는 측면에서, 리빙랩의 필요성은 점점 높아지고 있다.

최근 들어 많은 기업도 자신의 서비스에 베타, 연구실, 실험실 등의 이름으로 열린 공간에서 사용자들에게 테스트를 받고 또 그들을 좀 더 나은 대안 개발에 참여시키는 것이 큰 흐름이 되고 있다. 혁신 정책이 만들어지고 또 그것이 사회에 원활히 적용되기 위해서는 리빙랩 플랫폼을 정책적 방향으로 적용할 방안이 필요하다.

특히 리빙랩은 과학기술을 생활에 활용하거나 산업의 제품개발을 위해 사용되는 것이라는 인식이 있지만, 정책 디자인 영역으로 확대되어야 한다. 정책 리빙랩이 야말로 리빙랩의 본질적인 의미인 혁신과 가깝다는 것이 연구진의 견해이다. 또한 한 연구보조원은 리빙랩을 통해 일반인들의 정책 참여 과정에 대한 통찰력을 얻었다고 평가했다. 구체적으로는 “미세먼지가 단지 문제라고만 생각하던 사람들이 이런 과정을 통해서 좀 더 적극적으로 참여할 수 있고, 평범한 사람도 정책에 참여할 수 있는 방식”이라고 평가했다. 나온 결과가 높은 수준이 아닐 수는 있지만, 낮은 수준이라면 현재의 상황에 맞는 이 지점에서 시작한다는 의미를 줄 수 있기 때문이다.

(2) 리방랩 관련 전문 연구인력의 육성

사실 이 연구를 심리학과 메시지 연구에 대입하면 굉장히 많은 연구로 나뉘어야 높은 타당성을 지닌다고 할 수 있다. 예컨대 신념의 측정 방식과 대규모 조사, 정보냐 태도냐, 어떤 변인이 태도 차이를 만드는가, 효과적인 메시지는 무엇인가, 메시지와 정책 정합성은 어떤 관계인가 등 밝혀내야 할 부분이 너무나 많다.

따라서 이 연구의 장점과 단점은 분명해 보인다. 장점은 그런 세세한 점들을 고려한 상태로 최대한 많은 근거들(대체로 참가자들의 구체화 된 ‘신념’)을 수집하되, 빠르게 연구를 진행한다는 것이다. 단점은 결과론적 해석, 즉 결과에 따라 심리학 이론을 차용하는 방식으로 해석되기 때문에 외적타당성을 해칠 위험이 있다는 것이다. 그럼에도 불구하고 이런 모험적인 연구가 계속 필요하기 때문에, 이러한 전문 연구를 담당할 인력풀이 필요하다. 연구세계가 현실세계와 동떨어지지 않도록, 많은 현실상황과 속의연구를 경험해본 연구자들이 필요하다. 일반인들과 함께하는 모험적인 연구를 하는 것은 많은 연구자들에게는 익숙지 않은 방법이기 때문이다.

(3) 넛지 방식의 정책 발굴

넛지란 ‘인센티브를 훼손하지 않으면서 의사결정에 영향을 미치는 기법’으로, 작은 변화를 통해서 참여시키는 방향이다. 여기에서 이야기한 실천수칙은 미세먼지 정책을 통틀어 아주 작은 정책이라고 할 수 있다. 그러나 엄밀하지는 않지만 실천적 방식인 리방랩을 통해서 발굴할 수 있는 정책은 넛지의 형식일 가능성이 가장 높다.

한 연구참여자의 말을 빌리자면, “미세먼지를 발생할 수밖에 없는 사회”에서 정말 미세먼지를 줄이기 위해 기대를 걸 수 있는 부분은 결국 시민들의 생각에 달려 있고, 이는 어쩌면 생각보다 쉽게 해결될 수도 있다. 이미 미세먼지 인식 관련 연구들(한혁 외, 2017)이 있지만 반영되지 못하고 있는 점은 아쉽다. 이들을 충분히 검토한다면, 새롭고 참신하면서 사람들에게 영향을 줄 수 있는 정책이 발굴될 수 있을 것이다.

3) 시민참여를 위한 정책으로의 장기적 변모

정보의 제공은 논의가 가능한 최소한의 지점이지만, 이것이 모든 문제를 해결할 수는 없었다. 참여자들은 인터뷰 혹은 토론이 끝난 후 보다 속의적 의견을 내놓게 되었는데, 이는 적절한 정보가 제공된 바탕으로 주변인과 토론을 하고 쟁점을 확인한 것의 효과라 할 수 있다. 따라서 앞선 본문에서의 정책제안 결론에서 가장 중요한 점은 공론화장의 형성이다.

무엇보다도 고관여 집단의 공론화장이 없었다는 점이 아쉬운 일이다. 그들은 타인에 비해 많은 지식과 고민을 했음에도 불구하고, 이들이 모여 논의를 하거나 대책을 고민해보는 좀 더 적극적인 활동에 참여할 수 없었다. 미세먼지를 실천으로서 행동한다는, 꽤 높은 메시지 목표를 갖고 있다면, 이를 이미 인지한 고관여 집단이 목소리를 낼 수 있는 창구는 그 정책목표를 실현하는데 큰 도움이 될 것이다. 저관여 집단은 누가 말하는지에 따라서도 큰 영향을 받기 때문이다.

이를 위해서는 활동그룹과의 거버넌스를 어떤 방식으로 할 것인가 하는 문제가 제기된다. 서울시 입장에서 특히 시민사회단체 그룹은 정책제언을 할 수 있는 파트너로 위치한다. 거버넌스에서 이들이 정책제안자를 넘어서 시민 가까이에서 소통을 매개할 수 있는 위치에 자리 잡는 것이 필요해 보인다. 즉 시민들과 소통을 원활히 할 수 있도록 하는 소통 역할차원에서의 파트너이다.

또한 기존의 시민사회단체와 연계를 맺는 방식뿐 아니라 직접적으로 서포터즈의 형태로 활동그룹도 가능하다. 리빙랩에 참가했던 연구참여자도 이러한 공공정책에 참여하는 것에 대해서 의미 있게 생각하고 있었다. 오히려 이들은 자신의 주변에 훨씬 많은 저관여 주변인들의 이야기를 대변할 책임자가 될 수도 있다.

이를 바탕으로 장기적으로는 정책들이 일관성을 가질 수 있게 되는 효과가 있다. 연구참여자는 결국 '왜 기업 등은 실천하지 않는데 시민에게 책임을 떠넘기는가' 하는 아주 정당한 의문을 가지고 있었다. 최소한 정보가 교류되고, 거버넌스 참여자들이 동등한 의무와 권리를 가질 수 있도록 노력한다면, 이러한 오해와 정책의

불협화음을 줄일 수 있다. 이로 인하여 정치적 문제를 먼저 고려하기보다는 시민들의 속의와 시민 서로 간의 꾸준한 설득이 우선할 수 있다.

3_나가며

미세먼지 실천수칙이라는 메시지를 잡고 연구를 진행하면서 효과를 최대화할 수 있는 방안을 모색했다. 이 연구의 성과는 크게 두 가지이다.

첫째, 시민참여에 대한 시각을 개선하는 데 기여했다. 현재는 미세먼지의 원인이 무엇인가를 규명하는 데에만 시민들의 관심사가 있으며, 정작 자신의 실천에 대해서는 무관심하거나, 회의적인 상황이다. 이러한 상황에서 서울시는 시민참여 방식으로 메시지를 디자인하기는 했지만 그 방식은 상당히 피상적이었다. 이 연구는 보다 체계적·적극적인 시민참여 방식을 모색함으로써 시민참여가 상징적 의미만 획득하는 것이 아니라 더 효과적인 정책개발을 위해 디자인될 수 있음을 보였다.

둘째, 효과적인 환경 커뮤니케이션 전략 수립을 제언했다. 환경 커뮤니케이션, 특히 캠페인은 기존에 위험 소구나 공적 의의에 호소하는 방식으로 주로 진행되었다. 그러나 사람에 따라 정보·참여·보상·공적 지향 등 중요하게 생각하는 요소가 다르다는 점을 인정하면서, 인자·태도·행동에 대한 긍정적인 프레임워크를 설계한 이 연구를 통해 환경 관련 커뮤니케이션이 나아가야 할 방안을 어느 정도는 제시했다. 이러한 연구를 기반으로 이후 타깃 대중별 커뮤니케이션 전략 수립의 기초자료로 활용할 수 있으며, 앞으로도 환경적 행동을 시민 스스로 받아들이 수 있도록 커뮤니케이션 전략 개발이 필요하다.

한편 이 연구는 질적 방법론을 사용하여 대상의 깊이 있는 조사와 탐색적 연구가 가능했지만, 대표성과 체계성 측면에서 연구의 한계를 지닌다. 우선 임의로 모집된 참여자들을 대상으로 했기 때문에 참여자들의 대표성 확보가 부족하다. 또한 유연하게 진행되었기 때문에 의견에 대한 구체적이고 체계적인 의견 측정도구를

사용하지 않았다. 후속연구에서는 이 연구결과의 한계를 고려하여 보다 정량화된 방식으로 연구주제에 대하여 검증할 필요성이 있다.

6개월 정도의 시간동안 실천수칙 연구 과정에서 많은 사람을 만날 기회가 있었다. 상당히 많은 사람들이 실천수칙과 같은 메시지가 당연히 효과가 없는 것이라고 생각한다는 점은 흥미로운 지점이었다. 이는 얼마나 그동안 공공메시지가 전략 없는 상태로 개발되었는가를 반증하는 하나의 반응이라고 생각한다.

또한 연구참여자는 미세먼지에 대한 태도와는 별개로, 시민참여 연구에 참여하고 있다는 점 자체를 긍정적으로 평가했다. 사람들은 자신의 목소리에 귀 기울이는 정책에 대해 매우 긍정적인 자세로 임할 준비가 되어 있다는 희망을 발견했다. 이 연구의 부족함과 별개로 향후 메시지와 설득, 시민참여에 대한 방향성 아래 현장성을 가진 실행연구는 계속 진행될 필요성이 있다.

참고문헌

- 김영옥 · 이현승 · 장유진 · 이혜진, 2016a, “미세먼지 위험을 둘러싼 공중 군집 분석 공중 세분화에 따른 위험 인식 및 관련 행동에 대한 차이점 도출”, 『홍보학 연구』, 20(3), pp.201~235.
- 김영옥 · 이현승 · 이혜진 · 장유진, 2016b, “미세먼지 위험에 대한 전문가와 일반인의 인식차이와 커뮤니케이션 단서 탐색”, 『커뮤니케이션 이론』, 12(1), pp.53~117.
- 김영옥 · 이현승 · 이혜진 · 김혜인, 2017, “미세먼지 위험에 대한 공중들의 정보탐색과 처리에 대한 연구: 인지된 정보 수집 능력, 언론 정보원 신뢰, 책임 귀인과 경험 정도의 조절 효과 분석”, 『커뮤니케이션학 연구』, 25(2), 5.
- 김현숙, 2015, “공공캠페인 메시지 수용에 영향을 미치는 개인의 반항심과 메시지 프레이밍에 대한 연구: 심리적 저항 이론과 예상이론 중심으로”, 『홍보학 연구』, 19(1), pp.85~121.
- 박선아, 2018, “과학자날리즘으로 바라본 미세먼지 보도: 연구인용보도에서의 문제점을 중심으로”, 『한국공간환경학회 춘계학술대회 자료집』.
- 서울연구원, 2016, 「PM2.5 배출원 인벤토리 상세모니터링」.
- 서울환경포럼, 2016, 「춘계학술포럼 자료집」.
- 서울환경포럼, 2018, 「춘계학술포럼 자료집: 변화하는 미세먼지 오염-그 원인과 대책」.
- 서울특별시, 2015, 「서울시 우수환경정책 자료집-쾌적하고 건강한 환경 일류도시 서울」.
- 서울특별시, 2017, 「서울시 미세먼지 3000인 토론회 자료집」.
- 송위진 · 성지은 · 김종선 · 장영배 · 정서화 · 박인용, 2015, 「사회·기술시스템 전환 전략 연구사업 (1차년도)」, 과학기술정책연구원.
- 이병관 · 윤태웅, 2012, “공익광고의 프레이밍 효과에 관한 연구 메타 분석”, 『한국광고홍보학보』, 14(2), pp.33~60.
- 장영기, 2016, “미세먼지 오염의 현황과 문제점”, 『환경논총』, 58, pp.4~13.
- 정병걸, 2017, “사회혁신의 장으로서 리빙랩과 패러독스”, 『과학기술학연구』, 17(1), pp.41~69.
- 한국공간환경학회, 2018, 「춘계학술대회: 공간환경의 새로운 도전 - 미세먼지 관련 정책, 담론

및 대응」.

한국과학기술원 사회기술혁신연구소, 2016, 「디지털 사회혁신과 리빙랩: 시민 가이드」.

한혁 · 김영옥 · 금현섭, 2017, “공중상황이론을 바탕으로 한 PR전략 연구: 미세먼지 이슈를 중심으로”, 『한국언론학보』, 61(3), pp.222~254.

Fishbein, M. & Ajzen, I., 2010, Predicting and changing behavior: The reasoned action approach, New York: Psychology Press.

O'Keefe, D. J., 2012, “From psychological theory to message design: Lessons from the story of gain-framed and loss-framed persuasive appeals”, In H. Cho (Ed.), Health communication message design: Theory and practice (pp.3~20), Thousand Oaks, CA: Sage.

O'Keefe, D. J., 2016, Persuasion: Theory and research (3rd ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.

Petty, R. E. & Cacioppo, J. T., 1986. “The Elaboration Likelihood Model of Persuasion”, Advances in Experimental Social Psychology, 19, pp.123~205.

Schaffers, H., Guzman, J. G. and Merz, C., 2010, “Living Labs for Enhancing Innovation and Rural Development: Methodology and Implementation”, Living Lab for Rural Development: Results from C@R Integrated Project, TRAGSA and FAO, pp.25~51.

<https://www.seoulsolution.kr/ko/content/3514> (서울정책아카이브)

<http://www.me.go.kr/home/web/index.do?menuId=286> (환경부 보도자료)

<https://www.byedust.net/> (미세먼지 안녕)

작은연구 좋은서울 18-01

'미세먼지 시민실천 10가지 약속' 청년참여 개선방안

발행인 _ 서왕진

발행일 _ 2018년 10월 26일

발행처 _ 서울연구원

비매품

06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

본 출판물의 판권은 서울연구원에 속합니다.