이 제작물의 표지는 FSC®인증 용지, 내지는 100% 재생용지로 제작되었으며,
콩기름 잉크로 인쇄되었습니다.

2020 연차보고서

2020

ANNUAL REPORT



GREENPEACE
02-3144-1997
sukr@greenpeace.org
www.greenpeace.org/korea
facebook.com/greenpeacekorea
@greenpeacekorea
@greenpeacekorea

COVER STORY

2013년, 탈원전 캠페인을 위해 부산을 찾은 레인보우워리어호. 올해는 서울사무소가 문을 연 지 10주년을 맞이한 해입니다. 2013년 진행된 탈원전 캠페인은 방사선 비상계획구역 확대에 결정적인 역할을 해냈으며, 많은 시민들에게 그린피스의 존재를 알렸습니다.

표지 사진 © Alex Hofford / Greenpeace

CONTENTS

04 인사말
06 2020 상세 프로젝트
26 서울사무소 10주년
- 후원자님이 말하는 '그린피스'
32 후원금 사용내역 보고

그린피스 동아시아 지부

서울
서울시 용산구 한강대로 257 청룡빌딩 6층(우 04322)
supporter.kr@greenpeace.org
+82 (2) 3144 1997

홍콩
10/F, Stelux House, 698 Prince Edward Road East, San Po Kong, Kowloon, Hong Kong
donor.services.hk@greenpeace.org
+852 2854 8300

베이징
Liangdian Creatie Park Room 201, Dongsishi-tiao 94, Dongcheng District, Beijing, China 100007
greenpeace.cn@greenpeace.org
+86 (0)10 6554 6931

타이페이
No.109, Sec. 1, Chongqing S. Rd., Zhongzheng District, Taipei City 10045, Taiwan

타이중
No.66, Section 1, Meichuan West Road, West District, Taichung City 40357, Taiwan

가오슝
No. 22, Chengde St, Sanmin District, Kaohsi-ung City, Taiwan 807 80756
donor.services.tw@greenpeace.org
+886 (0)2 2361 2351

2020 연차 보고서 통권 7호
발행일 2021년 7월 23일 | 발행처 재단법인 그린피스
전화 02-3144-1997
주소 서울시 용산구 한강대로 257 청룡빌딩 6층
디자인 디자인수다

변화의 시간

2020년은 코로나19로 우리 사회의 취약한 부분을 드러냈지만,
그와 함께 바꾸어야 할 것, 또 바꿀 수 있는 것이 무엇인지 보여주었습니다.
우리는 기후위기를 이겨내기 위해, 팬더믹 상황에서 상상력을 발휘했습니다.
후원자님의 지원이 있어 우리는 어려움 속에서도 더욱 강력하고
창의적인 캠페인을 펼칠 수 있었습니다. 비록 직접 한 공간에서
만날 수는 없었지만, 지구를 위해 후원자님이 전 세계 시민들과 함께
만들어 주신 변화를 소개합니다.





탈석탄 선언

스페인 최대 전력기업인 엔데사는 두 개의 대형 석탄발전소를 닫았으며, 2025년까지 모든 석탄발전소를 중단합니다. 미국의 키스톤 XL파이프라인 건설이 취소되었고, 독일은 2038년까지 탈석탄을 선언했습니다. 덴마크는 신규 석유 및 가스 탐사 허가를 취소했습니다.



핵무기금지조약 발효

UN의 핵무기금지조약이 2021년 1월 22일 발효되었습니다. 그린피스는 정확히 50년 전, 핵무기 실험을 중단시키기 위해 모인 시민들에 의해 탄생했습니다.



국제 해양 동맹 가입 요청

350만 명이 넘는 전 세계 그린피스 지지자 여러분이 해양 보호 캠페인에 동참, 30개 국가가 2030년까지 전 세계 바다의 30%를 보호구역으로 만드는 것을 목표로 하는 국제 해양 동맹(Global Ocean Alliance)에 가입할 것을 요청했습니다.



롯데마트 일회용 플라스틱 감축

한국의 대형 슈퍼마켓 체인인 롯데마트가 2025년까지 일회용 플라스틱 사용을 50%로 감축하겠다고 선언했습니다. 이는 더 많은 기업이 동참할 수 있는 계기가 될 것입니다.



생태계 파괴 상품 개발 반대 서명

120만 명 이상의 시민들이 그린피스와 함께 유럽 의회가 산림 및 생태계를 위협하는 상품을 보다 강력하게 규제하는 법안을 만들 것을 요구하는 서명에 동참했습니다.



세네갈 정부의 해양 보호

대규모 산업 어선들의 파괴적 어업으로 고통받는 세네갈 바다를 지키기 위해 그린피스 아프리카와 지역사회가 지속적인 캠페인을 펼친 결과, 세네갈 정부는 중국과 터키의 대규모 산업 어선 52개의 어업 허가 신청을 거부했습니다.



태양광 패널 크라우드 펀딩 성공

태국의 7개 병원에 태양광 패널을 설치하기 위한 크라우드 펀딩을 진행했습니다. 해결책을 찾아 실행에 옮기려는 시민의 힘이 모여 큰 성공을 거둘 수 있었습니다.



한·중·일 탄소 중립 목표 선언

한·중·일 3국이 탄소 중립을 선언했습니다. 한국과 일본은 2050년까지, 중국은 2060년까지 탄소 중립 목표를 세웠습니다. 전 세계에서 이산화탄소 배출이 가장 많은 국가에 속하는 3국의 이번 선언은 동아시아 전역의 연쇄적인 탄소 중립 선언을 증폭시키는 촉매제가 될 것입니다.



홍콩 쓰레기 수출입 통제 강화

홍콩은 그린피스 동아시아, 동남아시아, 유럽에서 진행한 조사를 바탕으로 플라스틱 쓰레기 수출입 통제를 강화했습니다.



플라스틱 감축 운동 확대

수많은 지역 소매 업체들이 플라스틱 감축과 혁신에 동참하겠다고 서약에 나서면서, 대만의 플라스틱 감축 운동은 눈에 띄게 추진력을 얻었습니다.



산토시 페이
그린피스 동아시아 이사회 의장

변화를 만드는 것은 **사람의 힘입니다**

지난 한 해 우리의 삶을 통째로 뒤흔든 팬더믹 상황에도 지구를 위해, 미래를 위해 그린피스를 후원해 주시는 후원자님께 진심으로 감사 인사를 드립니다.

저와 마찬가지로, 후원자님들도 코로나19로 인한 어려움을 겪고 계시리라 생각합니다. 우리는 이전에도 많은 어려움을 겪었지만, 이번에는 조금 다릅니다. 그린피스 역시 이번 팬더믹에 많은 영향을 받았습니다. 하지만 저는 변화하는 세계에 발빠르게 대응하고 변화해 온 그린피스의 역사를 믿습니다.

우리는 그린피스 구성원들의 안전을 지키는 것은 물론, 비대면 시대에도 더 독창적이고, 새로운 방식으로 지속해서 정부와 기업을 설득하고 환경을 위한 변화를 만들기 위해 노력했습니다.

그린피스 동아시아는 뛰어난 거버넌스, 책임성 및 투명성을 위해 최선을 다하고 있으며, 이는 이사회가 가장 많은 시간과 노력을 쏟는 부분이기도 합니다. 우리는 중요한 우선순위를 검토하고, 경영진에게 전략적 지침을 제공하는 역할을 하고 있습니다.

그린피스는 동아시아에서 가장 크고 강력하게 지역사회와 기업, 정부에 변화를 요구하는 목소리입니다. 우리의 임무는 기후위기라는 거대하고 시급한 문제에 맞서 변화를 앞당기는 것입니다. 그리고 이 임무가 그 어느 때보다 중요한 시점입니다.

우리는 이 어려운 시기에 그린피스의 캠페인이 만든 변화들이 자랑스럽습니다. 각 국가의 탄소 중립 선언과 녹지 복원 계획 등 지구를 위한 선언들은 화석연료에서 벗어나 기후위기에 대응하는데 반드시 필요한 변화입니다.

팬더믹을 겪으며 더욱 빛을 발한 것은 바로 사람들의 독창성입니다. 어려움을 함께 헤쳐나가며 우리의 유대감은 더욱 커졌습니다. 우리는 같은 공간에 있을 수는 없었지만 함께 길을 찾아냈습니다. 어떤 어려움을 마주한다 해도, 우리가 함께 이겨내리라는 것을 확신합니다.



쯔이팽청
그린피스 동아시아 지부 사무총장

더 나은 세상을 **꿈꾸는 용기**

그린피스는 장기적인 시스템의 변화, 시민들이 사고방식을 바꿨을 때 생겨나는 힘, 더 푸른 미래를 위한 해결책을 믿습니다. 이것이 우리 활동의 방식이자 핵심이기도 합니다. 현상 유지에 도전하는 것은 쉬운 일이 아닙니다. 하지만 최근 코로나19의 위기로 인해 변화의 필요성은 더욱 분명해졌습니다.

전 세계를 뒤덮은 전염병으로 우리는 국경을 넘고 국적을 가리지 않는 전 지구적 위험을 경험했습니다. 기후위기 해결을 위한 긴박한 행동을 취하지 않는다면, 코로나19보다 더욱 심각한 전 지구적 재앙을 막을 수 없을 겁니다. 우리의 지구와 모두를 위해 화석연료로 움직이는 경제시스템에서 재생가능에너지 기반의 경제시스템으로 빠르게 전환해야 합니다.

락다운과 자가격리에도 불구하고, 전 세계의 그린피스 직원들은 오히려 전보다 더 열정적이고 활발하게 캠페인을 펼쳐왔습니다. 더 활발한 커뮤니케이션을 위해 온라인으로 업무 방식을 상당수 전환하고, 강력한 환경 캠페인들을 만들었습니다.

작년, 우리는 놀라운 성과와 긍정적인 변화를 경험했습니다. 한국, 중국, 일본 모두 탄소 중립을 약속했으며, 기후변화의 영향에 대한 대중의 인식도 매우 높아졌습니다. 전 세계의 젊은이들이 앞장서서 기후위기에 대응하고 변화를 만들어나가고 있습니다. 그린피스는 지난 20년 동안 과학자 및 전문가들과 협력해 저탄소 개발을 알리고 화석 연료 소비 감축을 위해 노력해 왔습니다.

플라스틱 제로 캠페인 역시 추진력을 얻고 있습니다. 더 많은 소매 업체와 기업들이 플라스틱 문제 해결을 위한 책임을 인정하고 조금씩 변화에 나서고 있습니다.

지구를 위협하는 또 다른 위기, 기후변화의 희생자가 되지 않는 가장 좋은 방법은 지속 가능하고 공정한 미래를 만들기 위한 길을 마련하는 것입니다.

팬더믹에서의 회복이 망가진 기존의 시스템 균열을 단순히 다시 붙이는 것에서 끝나서는 안 됩니다. 대신 우리는 인간과 지구 모두의 안녕을 위해 설계된 견고하고 새로운 시스템을 구상하기 위해 균열을 직시해야만 합니다. 더 나은 세상을 꿈꾸는 것은 순진한 일이 아닙니다. 사실, 우리는 더 나은 세상을 꿈꿔야만 이 어려움을 헤쳐나갈 수 있을 것입니다.

지구를 위한 목소리에는 **한계**가 없습니다

2020년은 모두에게 '당연하다고 생각했던 것들이 당연하지 않게 된' 한 해였습니다. 일상적이었던 일들이 어려워지고 불편해졌습니다. 우리가 당연하게 살아왔던 지구 역시 마찬가지입니다. 항상 이 자리에 있을 것 같았던 지구는 기후위기와 환경파괴로 빠르게 병들어가고 있습니다.
하지만 지구를 생각하는 시민들의 목소리는 담을 넘고 국경을 넘어 더욱 크게 퍼졌습니다. 그린피스 서울사무소 역시 비대면 시대에 맞는 창의적인 방식으로, 더 많은 시민들과 함께 할 수 있는 다양한 캠페인들을 펼쳤습니다. 후원자님과 그린피스가 함께 만든 캠페인들을 소개합니다.



© Christian Aslund / Greenpeace

© François Dvorak / Greenpeace

글 그린피스 동아시아 프로그램 국장 이현숙

공유지의 비극, 기후변화

공유지의 비극 이론은 미국 생물학자 가렛 하딘이 1968년 과학 전문지 '사이언스'에 발표하면서 주목을 받기 시작했습니다. 주인 없는 호수가 마을 한복판에 있다고 가정해 봅시다. 호수에는 생선이 삽니다. 생선을 계속 잡기 위해서는 가구당 일주일에 세 마리만 잡아야 합니다. 더 잡으면 생선의 씨가 말라 더 이상 잡지 못하게 됩니다. 그런데 가족 A가 남몰래 일주일에 네 마리, 그 다음 주에는 여섯 마리를 잡았습니다. 들키지 않자 이 가족은 더 대담해져 일주일에 열 마리씩 잡기 시작했습니다. 반면 다른 가족의 포획량은 지속해서 줄었습니다. 그러자 어느 날, 피해를 보던 가족 B가 호수에 사는 생선을 모두 잡아버렸습니다.
이처럼, 공유지의 비극 이론은 누군가 부정행위를 저지르면 다른 이들이 그저 보고 있거나 당하지 않고 가족 B처럼 생선의 씨를 말리는 극단적 배신행위를 선택하는 것을 말합니다. 서로에 대한 배신이 마을 공유지인 호수를 회복 불가능한 상태로 만들고 최악의 상황을 불러온 것입니다. 이제 마을 사람들 누구도 생선을 먹을 수 없게 되었습니다. 이 호수가 그들의 유일한 식량원이었다면, 그 마을은 사라졌을 것입니다.


© David McNew / Greenpeace


© Sungwoo Lee / Greenpeace


© Kiran Ridley / Greenpeace

전 세계 누구도 기후변화가 어떤 모습으로 우리 삶에 영향을 줄지 알지 못합니다. 우리가 즐겨 먹던 생선 몇 종이 없어지는 형태일지, 우리의 식량원이 통째로 위협받게 될지 정확히 알지 못합니다. 그래서 과학자들은 끊임없이 연구 결과를 발표하고, 국제기구들은 생물 다양성, 지속가능 보고서 등을 통해 각국 정부와 기업들이 더이상 공유지인 지구의 기온을 무책임하게 계속 올리지 못하도록 화석연료 사용 중단을 요청하고 있습니다.

전 세계 55개국에서 활동 중인 그린피스는 2016년부터 기후변화를 우리 삶의 가장 위협적인 요소로 간주하고 이 문제를 해결하기 위해 50% 이상의 예산을 기후변화 관련 캠페인에 사용해 오고 있습니다. 특히 동아시아의 경우, 기후변화의 주역(중국, 일본, 한국)인 동시에 해결의 열쇠(IT 기술, EV 기술, 재생가능에너지 설비생산 기술 등)를 쥐고 있는 국가 및 기업들이 포함되어 있습니다. 그만큼 그린피스 동아시아의 기후변화 관련 캠페인은 동아시아를 넘어 전 세계적으로 그 영향력을 발휘하고 있습니다. 특히, 한국의 IT산업은 전 세계적으로 그 기술을 인정받고 있습니다. 세계 최초로 사용하기 시작한 5G는 재생가능에너지 전력을 효율적으로 생산 및 사용하기 위한 스마트 그리드 기술과 접목될 수 있습니다. 그러나 불행히도 동아시아의 경우 아직 해결의 열쇠가 되기보다는 기후변화에 기여하는 주역이라는 비난을 피하지 못하고 있었습니다.

그린피스는 이런 지역적 맥락 속에서 한국의 기후변화 리더십이 중요하다고 생각합니다. 이에 다양한 기후변화 관련 캠페인을 2020년 진행했고, 2021년에는 2018년 100% 재생가능에너지 사용을 선언한 삼성전자의 진행 상황을 확인하는 재생가능에너지 캠페인이 추가됩니다. 그린피스 동아시아는 기업의 그린워싱이 아닌 진정한 기후변화 해결을 위해 기업들의 선언 이후에도 정기적으로 그 진행 상황을 업데이트하고 있습니다.

이처럼 다양한 캠페인을 든든하게 지원해 주신 후원자님들과 자원활동가님들, 온라인 활동에 참여해주신 모든 분들 덕분에 2020년 한국 정부는 2050년 탄소 중립을 선언했고, 그린뉴딜을 발표했으며, 재생가능에너지 직접 구매가 가능해지는 길을 열었습니다. 아직 완전하지 않지만 이런 제도가 열림에 따라 그린피스도 이번에 재생가능에너지 구매에 참여하여 올해부터는 서울사무소에서도 재생가능에너지 사용을 시작합니다.

이런 그린피스 한국의 캠페인 성과는 전 세계 그린피스 사무소에도 큰 힘이 되어 한국의 탄소 중립 선언과 그린뉴딜에 대한 지지와 기대가 쏟아지고 있습니다. 유례없는 팬더믹으로 힘들고 지친 국제사회에 한국의 이런 성과는 2020년 희망으로 비춰졌습니다. 이 희망은 이 글을 읽고 계신 후원자님 모두가 만들어 낸 것입니다.

한국 정부와 기업은 공유지인 지구를 파괴하는 대신 지속가능한 곳으로 만들기 위해 쉼 없이 노력해야 합니다. 2020년의 선언이 선언으로만 끝나지 않도록, 그린피스 동아시아와 이 글을 읽고 계신 후원자님, 지지자 여러분들이 모두 한뜻으로 지켜볼 것입니다.

그린피스는 여러분들이 살고 계신 우리의 공유지 지구, 한반도가 기후변화라는 재앙에서 벗어나는 그날까지 캠페인을 계속할 것입니다. 항상 저희와 함께 해 주셔서 정말 감사합니다.


© Julia Petrenko / Greenpeace

글 정상훈 캠페이너

기후위기를 막기 위한 정책, 여러분들의 힘으로 해냈습니다.

지금 전 세계는 기후위기가 심화시킨 북극한파와 가뭄, 홍수, 황사현상까지 전례 없는 기후재앙을 경험하고 있습니다. 기후위기의 가장 큰 주범은 인간의 산업활동에서 나오는 이산화탄소입니다. 지금 가장 필요한 것은 정부와 국회 등 정치권을 움직여 기후위기를 막을 수 있는 정책과 법안을 마련하는 것입니다.

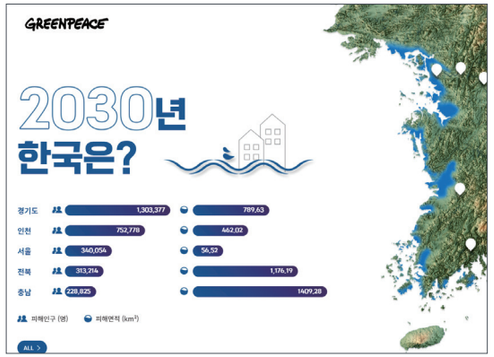
그린피스 서울 사무소는 기후위기 대응을 위해 시민들과 함께 그 어느 때보다도 바쁜 한 해를 보냈습니다. 기후참정권 캠페인을 통해 다양한 방식으로 정부와 국회가 기후위기 대응 정책을 수립하도록 요구했으며, 그 결과 많은 성과를 후원자님과 함께 이뤄냈습니다.

가장 먼저, 해수면 상승 시뮬레이션 홈페이지를 열어 시민들의 기후위기 인식을 높이고 지역의 기후운동을 지원하는 역할을 해냈습니다. 작년 우리나라는 54일간의 기록적인 홍수로 피해를 보았는데요, 이에 2030년 한국의 홍수피해 시뮬레이션을 보여주는 3D 영상과 홈페이지를 제작하고 구체적인 피해 예상 모습과 인구피해 숫자 등을 보여주었습니다. 이 홈페이지는 국내 주요 방송사인 KBS, JTBC를 비롯해 각종 언론에 집중적으로 보도되었습니다. 또한 기업이나 지역의 다른 환경단체들의 기후 운동에도 자료로 활용되고 있습니다.

또한 정치권이 기후위기 대응 정책을 수립하도록 대안을 제시하는 캠페인을 펼쳐 큰 성과를 얻었습니다. 지난해 4월, 우리는 총선기간 동안 주요 정당에 기후위기 대응을 위한 정책제안서를 제출했습니다. 제안서에는 온실가스 감축과 재생에너지 확대, 탄소세 도입 등 기후위기 대응을 위해 한국에 꼭 필요한 목표가 담겼으며 집권 여당은 탄소 중립과 탄소세 도입 등 우리의 핵심 요구를 수용하였습니다. 이후에는 대한민국 정부가 탄소중립 선언과 탄소세 도입 검토 등을 약속하는 발판이 되었습니다.

이에 멈추지 않고, 그린피스는 기후위기 대응과 에너지 전환을 위한 시민 모임인 '그린뉴딜 시민행동'을 출범하고 본격적인 활동을 시작했습니다. 지난 1기에는 백여 명의 시민들이 300명의 국회의원을 대상으로 국회 활동 모니터링을 실시해 10명의 우수 의원을 선정했으며, 1,000건이 넘는 언론 기사를 모니터링하는 등 다양한 활동을 통해 정치권에 더욱 강력한 기후위기 대응을 촉구했습니다.

많은 인원이 모일 수 없는 코로나19 시대에 걸맞은 새로운 홀로그램 액션도 진행했습니다. 지난해 국회 개원시기에 맞춰, 한국







© Jung Taekyong / Greenpeace


© Jongjin Lim / Greenpeace

에서 가장 큰 크기의 홀로그램 스크린을 설치한 뒤 33인의 시민대표가 참여한 영상을 상영하는 홀로그램 집회를 개최한 것입니다. 시민대표는 국회와 한국 정부에 기후비상사태와 탄소 중립 선언을 해달라고 요구했습니다. 이 퍼포먼스는 JTBC와 연합뉴스 TV 등 40여 건 이상 언론에 보도되었습니다.

저희 기후참정권 팀은 앞으로도 정부와 국회의 기후위기 대응을 계속해서 요구해 나갈 것입니다. 우리나라 정부가 UN이 제시한 과학적 기준에 맞게 2030년 탄소배출을 절반으로 줄이고, 2050년 탄소 중립 약속도 지키도록 감시할 것입니다. 또 내년 대선을 앞두고 각 정당의 후보들이 기후위기를 외면하지 않도록 시민들과 함께 더 큰 목소리로 행동을 요구하겠습니다.

항상 저희 그린피스를 성원해주시고 행동에 참여해주셔서 정말 감사합니다. 앞으로도 믿음에 부응할 수 있도록 더욱 많은 긍정적 변화를 만들어 가겠습니다.

글 양연호 캠페이너

멈춰라 해외 석탄발전 투자

기후위기 문제는 지구온난화 때문이라는 사실은 이제 상식이 되었습니다. 석탄 발전에서 배출되는 막대한 이산화탄소는 지구를 뜨겁게 달구는 주범으로 꼽힙니다. 그런데 이런 기후 문제를 심화시키는 세력의 중심에 한국이 있습니다.

전 세계가 심각성을 깨닫고 석탄발전소를 줄여나가는 상황에서 오히려 한국 정부는 국내뿐만 아니라 해외 석탄발전소를 짓는데 돈을 더 쏟아붓고 있습니다. 문제는 이와 같은 석탄발전 산업계에 대한 지원이 오히려 기업 경쟁력을 약화할 뿐만 아니라, 국가 재정도 위태롭게 만들고 있다는 사실입니다.

대표적으로 두산중공업은 전체 수익의 대다수를 해외 석탄발전소 건설에서 충당해 왔습니다. 전 세계적으로 석탄발전소 건설은 급감하는 추세입니다. 그럼에도 불구하고 석탄발전 사업에 몰두한 결과, 두산중공업은 2020년 초 정부로부터 3.6조 원이라는 대규모 공적수혈을 받아야 했습니다. 그린피스는 두산중공업에게 문제의 원인이 된 석탄발전사업을 폐기할 것을, 그리고 정부에는 '밑 빠진 독에 물 붓기'가 되지 않도록 탈석탄 중심의 경영 개선 로드맵을 세우고 엄격히 감독할 것을 요구했습니다.

이 캠페인을 통해 석탄발전 산업은 더 이상 미래가 없다는 사실을 한국 사회에 알리고, 정부의 에너지 산업 지원 정책에 대한 경종을 울렸습니다.

한편, 국책연구원인 한국개발연구원이 마이너스 수익을 경고하는 와중에도 한국전력이 인도네시아와 베트남의 신규 석탄발전에 투자하려는 움직임을 보였습니다. 그린피스는 한국전력의 이사진과 경영진을 대상으로 무모한 투자 사업을 멈추도록 강력하게 촉구하였습니다. 수개월간 시민들과 함께 요구한 결과 반년 넘게 투자 결정을 유예시켰으나, 아쉽게도 한국전력의 투자 결정은 강행되었습니다. 그러나 여기서 포기하지 않고, 그린피스는 여러 국회의원 및 단체들과 연대하여 국정감사 기간 동안 한국이 투자한 해외 석탄발전의 규모와 이산화탄소 배출량을 분석한 보고서 "한국 석탄금융 12년 그 중독의 기록" 및 연구자료를 발표하여 해외 석탄 투자를 국정감사의 주요 문제로 만들었습니다. 이런 노력의 결과로 향후 국내외 석탄발전 투자를 중단하겠다는 한국전력의 선언을 이끌어 낼 수 있었습니다.

그러나 아직까지도 공적 금융기관은 탈석탄 투자 선언을 하지 않고 있어 문제의 불씨는 남아 있는 상황입니다. 그린피스는 후원자님과 함께 정부가 명확하게 투자를 중단하겠다는 선언을 할 때까지 캠페인을 펼쳐나갈 예정입니다. 한국이 더 이상 기후악당이라는 오명을 듣지 않고, 변화에 앞장설 수 있도록 해외 석탄 건설 투자 중단 캠페인을 응원해 주세요.


© Paul Langrock / Greenpeace



© Jung-geun Augustine Park / Greenpeace

글 최은서 캠페이너


© Jung-geun Augustine Park / Greenpeace

도로의 공장 자동차, 이제 고민하'차!'

자동차 기업들은 큰 차를 소유하고 새 차를 사는 것이 곧 성공한 삶인 것처럼 홍보합니다. 하지만 이러한 자동차의 문화적 이미지가 우리의 생활 방식을 넘어 지구에 문제를 일으키고 있습니다.

내연기관 자동차는 교통체증은 물론 소음과 대기오염을 증가시키고, 끊임없이 온실가스를 배출해 기후위기를 가속화합니다. 친환경 자동차 캠페인 팀은 자동차 회사와 정부에 기후위기 정책을 통해 탈내연기관 선언에 나서라고 촉구하기 위해 해외 크리에이티브 에이전시와 협업하여 6개의 애니메이션 시리즈를 제작했습니다. 이 시리즈는 유럽에서 큰 인기를 끌었는데요, 다양한 방식으로 자동차 문화를 비판하며 더 크고 무거운 자동차 판매를 촉구하는 기업의 현실을 고발했습니다. 또한, 석유 대신 전기를 연료로 쓰는 대중교통과 자전거 등 다양한 이동수단의 장점을 알리는 콘텐츠 시리즈를 제작해 꾸준히 SNS를 통해 홍보했습니다.

2020년은 세계적인 팬더믹으로 전통적인 산업군이 휘청였습니다. 하지만 오히려 지금이 내연기관에서 벗어날 수 있는 기회이기도 합니다. 실제로 그린뉴딜, 2050 저탄소 계획에 전기차 확대가 주요 목표로 들어가기도 했습니다. 그린피스는 여러 강연과 기고를 통해 전기차 전환은 환경을 위해서만이 아니라, 우리 산업경제를 위한 선택임을 강조했습니다. 또한, 정부의 전기차 의무판매제에 대한 논의에 참여하였으며, 빠르게 자동차 산업의 전환을 이루고 있는 해외 사례를 소개하며 이러한 기후 친화적 정책이 결코 "규제"가 아님을 알렸습니다.

해외 정부와 도시, 기업들의 전기차 공약과 탈내연기관 선언에 비추어 볼 때 우리 정부와 기업이 올바르고 신속하게 전환에 나서지 않는다면 한국의 자동차 산업은 도태될 수 밖에 없습니다. 이 사실을 알리기 위해, 유명한 유튜버들과 협업해 3개의 동영상을 제작해 약 120만 건에 달하는 조회수를 기록했습니다.

국내 자동차 기업 1위이자 글로벌 기업 현대차는 2019년 10월 2025 전기차 전략을 발표했습니다. 앞으로 기업의 생존을 위해 전기차 생산 확대가 불가피하다는 점을 이해하고, 2025년까지 글로벌 2위 전기차 메이커로 도약하겠다고 선언했습니다. 하지만 현대차의 전략을 자세히 살펴보면 아직도 연구 개발 투자의 대다수는 디젤, 가솔린과 같은 내연기관차에 크게 의존하고 있음을 알 수 있습니다. 친환경 자동차 캠페인 팀은 자동차 산업의 기후 책임을 강화해야 한다는 요구가 담긴 각종 디지털 콘텐츠 시리즈를 제작하고, 현대자동차 본사 앞에서 풍선을 이용해 비폭력 직접 행동을 진행했으며 신문광고를 게재하는 등 자동차가 기후위기에 미치는 영향을 돌아보자는 캠페인을 진행했습니다.

세계는 이제 기후위기를 가속화하고 대기오염에 일조하는 내연기관 자동차 산업에서 벗어나려는 움직임을 보이고 있습니다. 우리의 목표는 태양광, 풍력 등 재생가능에너지 전력 시스템을 기반으로 하는 충전 인프라를 확대하고, 전기 자동차로의 전환은 물론 더 나아가 자가용의 감소가 가능한 깨끗한 미래입니다.



© Sungwoo Lee / Greenpeace

글 장마리 캠페이너

후쿠시마 오염수 방류,
시민의 힘으로 막을 수 있습니다

그린피스 탈원전 캠페인 팀의 시계는 2020년에도 바삐 돌아갔습니다. 그린피스는 국제환경단체로서 후쿠시마 오염수 방류로 인한 해양 오염 피해가 후쿠시마 연안의 주민들과 일본의 시민들은 물론, 한국을 포함해 전 세계 바다를 위협하는 사안이라고 판단했습니다. 코로나 창궐도 10년간 이어진 현지 조사의 전통을 막지는 못했습니다. 그린피스가 지난 4년간 진행해 온 신고리 5, 6호기 원전 건설허가 취소 소송도 마무리까지 최선을 다했습니다.

그린피스는 2019년 후쿠시마 현지 조사를 통해 당시 일본 동북부를 강타한 하기비스와 폭우가 후쿠시마의 70%를 차지하는 산림으로부터 고농도의 방사성 물질을 흘려보내, 제염이 완료된 지역까지 재오염 시킬 수 있다고 분석했습니다. 이는 2020년 10월 진행된 소규모의 현지 조사에서 확인되었습니다.

2019년 11월, 우리는 후쿠시마 원전 사고에서 매우 상징적인 장소인 J 빌리지를 방문했습니다. 이곳은 원전 사고 발생 후에는 다수의 제염 작업 인원이 숙소로 사용했던 곳입니다. 그런 이유로 심도 깊은 제염 작업이 진행됐고, 그 결과 후쿠시마 지역 안에서도 외부 공개 허가가 신속히 이루어진 곳입니다. 그린피스 조사팀이 방문했을 때도 주말 여가를 즐기는 많은 시민들과 유소년 청소년 축구팀들이 J 빌리지를 이용 중이었습니다. 많은 사람들이 오고 가는 주차장과 그 주변에서 그린피스는 시간당 71마이크로시버트의 고준위 방사선 지점(핫스팟)을 다수 발견했고, 이를 일본 정부와 해외 언론에 즉각 알려 제염이 이루어지도록 했습니다. 도쿄전력의 제염 작업 이후에 다시 현장을 방문한 조사팀은 추가적인 핫스팟을 발견했고 이 역시 일본을 비롯한 여러 해외 언론을 통해 알렸습니다. 이는 제염이 완료됐으니 피난민들의 귀환이 가능하다고 주장하는 일본 정부의 왜곡된 주장을 반박하는 단적으로 입증하는 사례였습니다.

2020년 3월에는 후쿠시마 현지 조사 결과를 9주년 보고서로 발표했습니다. 아즈마 경기장 주변에서 발생한 고농도 세슘 먼지, 폭우로 인해 고준위 방사성 오염 물질이 산에서 내려와 제염 완료된 초등학교와 유치원, 나아가 태평양으로 향하는 아보쿠마 강으로 전해지는 이동 경로 역시 알릴 수 있었습니다.

얼마 지나지 않아 일본 정부가 후쿠시마 오염수 해양 방류에 대해 서면 의견 공모를 시작했습니다. 그린피스는 UN인권이사회와 국제해사기구 총회 등 국제 협력이 이루어질 수 있는 채널로 일본 정부를 공개적으로 압박했습니다. 국제해사기구와 런던협약의정서 회의의 과학기술총회, IAEA 총회에서 각국이 반대 의사를 개진했고, UN인권이사회의 특별보고관들이 일본 정부에 두 차례 공개서한으로 해양 방류 계획 철회를 요구하자 일본 정부는 7월까지 서면 의견 공모 종료를 연장하고 해양 방류에 대한 결정도 지연됐습니다.

2020년 7월, 그린피스는 지난 1년 반 동안 수집한 시민 8만 명의 오염수 해양 방류 반대 청원서를 일본 정부와 주한일본대사관에 전달했습니다. 10월 말, 일본 정부의 해양 방류 결정이 임박했다는 정보를 입수하고 준비하고 있던 신규 보고서 <후쿠시마 오염수 위기의 현실>을 발표했습니다. BBC, CNN, ABC, 뉴욕타임스, 가디언 등 해외 주요 언론들이 신속히 보고서의 핵심 우려를 연일 보도하였고, 여러 정부에서 국가적으로 해양 방류 반대 의사를 밝혔습니다. 그 결과 오염수 방류 결정은 일본 정부의 계획대로 순탄히 진행되지 못하고 한 번 더 미뤄졌습니다. 2020년 후쿠시마 오염수 방류 반대 캠페인의 가장 중요한 결과물인 위의 2개 보고서는 모두 후원자님들의 특별일시후원으로 만들어졌습니다. 두 보고서에 특별히 후원으로 참여해주신 후원자님들께 다시 한번 감사드립니다.

이 밖에도 2019년 전국의 559명 시민들과 함께 발족한 560 국민소송단의 노력으로 신고리 5, 6호기 원전 건설허가 취소 소송 2심 재판을 진행했습니다. 아시아 최초로 건설허가의 위법 사항을 발견해 1심에서 사정 판결이란 결과를 얻었습니다. 사정 판결이란 위법한 것은 인정하나 현재까지 투입된 비용을 고려해 건설허가 취소는 받아들일 수 없다는 것입니다.

한국은 전 세계에서 원전 밀집도가 가장 높은 국가입니다. 시민들 모두 근거리에서 발생한 후쿠시마 원전 사고의 참혹한 결과를 어느 때보다 자주 접하고 있습니다. 원전 사고의 재앙은 인간의 기술과 시간으로는 통제하거나 수습할 수 없습니다. 그린피스는 앞으로도 지구 환경과 우리 일상에 용납할 수 없는 위협을 주는 원전의 위험 실태에 대해 과학적인 분석으로 캠페인을 이어가겠습니다. 후쿠시마 오염수 방류 반대 캠페인에 한 해 동안 주신 뜨거운 참여와 관심에 감사드립니다. 후원자님과 함께라면 오염수 해양 방류를 분명히 막아낼 수 있다고 믿습니다.



© Jung-geun Augustine Park / Greenpeace


© Greenpeace



© Masaya Noda / Greenpeace

글 엄정훈 캠페이너



© Jung-geun Augustine Park / Greenpeace

‘용기내’와 ‘플라스틱 리서치’, 시민의 힘으로 만드는 변화

코로나19 이후로 일회용 플라스틱이 더 범람하고 있습니다. 이에 맞서 일회용 플라스틱을 줄이기 위한 변화의 바람이 전 세계에 불고 있습니다. 2020년 플라스틱 캠페인 팀 역시 국내 대형마트 일회용 플라스틱 유통 실태 보고서 발행을 시작으로 바쁜 한 해를 보냈습니다.

코로나19로 인한 마스크 사용과 배달 음식 소비 증가로 2019년 하루 평균 1,757t 수준이던 플라스틱 쓰레기 배출량은 2020년 1,998t으로 13.7% 증가했습니다. 이러한 악재 속에서 그린피스는 대형 마트에 일회용 플라스틱의 감축을 위한 목표 및 로드맵 설정을 촉구하는 캠페인을 진행했습니다. 그린피스가 발행한 국내 대형마트 일회용 플라스틱 유통 실태 보고서 따르면 이마트, 롯데마트, 홈플러스, 농협하나로마트, 메가마트 총 5개의 주요 대형마트 중 이마트(‘C’ 점수)를 제외한 모든 마트가 낙제점(‘F’ 점수)을 받았습니다.

아울러 4월에는 평소 다양한 환경보호 캠페인에 동참해 온 배우 류준열 씨와 #용기내 캠페인을 시작했습니다. 일회용 포장 용기 대신 소비자들이 가져간 다회용기를 사용하는 것이 보편화될 수 있도록 시작한 캠페인입니다. 류준열 씨가 직접 다회용기를 들고, 대형마트에 가서 식품을 구매하는 영상과 소셜미디어 포스트는 커다란 화제가 되었고 많은 시민들이 동참하여 자발적인 시민참여운동으로 성장했습니다.

또한 대형마트에 일회용 플라스틱 포장을 감축하라는 강력한 메시지를 전하기 위해, 5미터짜리 쇼핑 카트를 국내 대형마트 시장점유율 1위 기업인 이마트와 롯데마트에 앞에 설치했습니다. 쇼핑카트에는 ‘소비자는 플라스틱 없는 장보기를 원해요’라는 메시지가 적혔습니다. 그린피스의 퍼포먼스는 시민과 언론의 큰 관심을 모았으며, 이에 힘입어 2020년 6월 8일 롯데마트가 2025년까지 일회용 플라스틱 사용량을 50% 감축하겠다고 선언했습니다. 이는 아시아 대형마트 최초의 플라스틱 감축 선언입니다. 뒤이어 이마트에서도 소비자가 가져온 재사용 용기에 세제를 담아갈 수 있는 세제 리필스테이션을 설치했습니다. 대형마트뿐만 아니라 아모레퍼시픽 등과 같은 기업들도 화장품 리필스테이션을 설치하는 등 플라스틱 줄이기 활동이 더욱 활발해진 한 해였습니다.

이후 그린피스는 시민들과 함께 플라스틱 리서치를 진행했습니다. 기업의 플라스틱 사용 실태가 불투명할 뿐 아니라, 소비 주체인 각 가구에서 플라스틱을 얼마나 배출하는지에 관한 데이터도 미흡한 상황이었기 때문입니다. 그린피스는 국내 최초로 일반 가정을 대상으로 한 플라스틱 배출량 조사를 진행했습니다. 그리고 조사 결과를 정리해 2021년 1월 ‘플라스틱 어디서 왔니: 플라스틱 배출 기업 조사보고서’를 발행했습니다. 이 보고서를 바탕으로, 올해에는 식품 제조사를 상대로 일회용 플라스틱 생산량 공개와 감축 목표를 요구할 것입니다. 아울러 작년에 큰 성공을 거둔 #용기내 캠페인을 올해에는 영화배우 류승룡 씨, 박진희 씨와 함께 진행하고 있습니다. 올해 설날 #용기내 캠페인에 대통령 부부도 동참하는 등 많은 분들이 각자의 용기를 들고 용기내 캠페인에 동참하고 있습니다. 모두에게 힘들었던 작년 한 해 동안 그린피스의 플라스틱 캠페인에 높은 관심을 보내주신 후원자님께 감사드리며, 기업과 정부가 함께 일회용 플라스틱 없는 내일을 위해 움직이는 그 날까지 앞으로도 시민과 함께하는 효과적인 플라스틱 캠페인을 지속해 나가겠습니다.




© Jung Park / Greenpeace


© Jung Park / Greenpeace

기후위기 해결사, 바다를 지켜요

지구 면적의 70%를 차지하는 바다는 기후위기를 완화시키는 해결사 역할을 합니다. 대기의 열과 탄소를 흡수하며 지구의 탄소순환을 돕는 것이죠. 하지만 지금 바다는 무분별한 개발과 오염으로 인해 훼손되고 있습니다. 바다가 다시 회복되어 기후위기를 극복할 수 있도록 그린피스는 전 세계 바다보호를 위한 큰 목표를 세웠습니다.

"2030년까지 전 세계 바다의 30%를 보호구역으로 지정하자." 는 그린피스의 야심 찬 목표는 세계자연보전총회의 결의안으로 채택되었으며, 해양보호구역 확대를 위한 글로벌 보전목표와 그 흐름을 함께 하고 있습니다. 그린피스는 보다 강력한 해양보호구역 지정 및 확대를 위해 다가오는 4차 유엔해양협정회의 전까지 시민참여의 힘을 모아 각국 정부들을 설득하기로 했습니다. 전 세계 그린피스 사무소의 활발한 캠페인 활동을 통해 현재 영국, 독일, 스페인을 비롯한 전 세계 60여 개국이 이 강력한 목표에 공식적으로 지지를 표명했으며, 드디어 올해 5월, 한국 정부가 공해상 30x30 해양보호구역 지정을 공식 지지한다고 밝혔습니다.

지난 1년간 그린피스는 공해상 해양 보호의 필요성을 알리고 각국 정부를 설득하기 위해 다양한 캠페인 활동을 진행했습니다. 해양 보호를 요구하는 전 세계 310만 명의 지지 서명을 서울사무소의 펭귄 캐릭터인 '똑이'와 함께 해수부에 전달했으며, 광화문 한복판에 70개의 얼음 펭귄 조형물을 설치해 기후위기로 피해받는 해양생태계의 현실을 외교부와 해양수산부에 전달했습니다. 아드만 스튜디오와 함께 제작한 '터틀 저니'라는 단편 클레이 애니메이션 영화에는 유명 연예인 김동완 씨가 멋진 내레이션 연기를 펼쳐 대중들의 큰 호응을 얻기도 했습니다. 작년 개최한 '어린이 바다보호 그림 그리기 챌린지'에는 총 2,104명의 어린이들이 참가해, 개성 넘치고 바다를 사랑하는 마음이 빛나는 소중한 그림 작품으로 전 세계 해양 보호를 위해 캠페인 활동에 힘을 더해주었습니다.

글 김연하 캠페이너

그린피스는 해양 보호를 위한 과학적인 조사와 연구 또한 멈추지 않았습니다.

지난해 9월, 그린피스의 환경 감시선이 북극해의 얼음 면적 조사를 위해 북극으로 탐사를 떠났습니다. 현장 조사 결과 해빙의 최소면적이 관측 이래 두 번째로 적은 수준으로 밝혀졌으며, 우리는 기후위기로 인한 북극 파괴의 실태를 전 세계에 알렸습니다.

또한 작년 여름에는 대만 해역에서 대규모의 산호 백화현상을 조사했습니다. 수중 연구 조사를 통해, 이 현상이 지구온난화로 인해 발생하였으며 전체적인 해양생태계가 위기에 처했음을 알리는 중대한 변화라는 것을 캠페인을 통해 전했습니다.

전 세계 바다의 60%를 차지하고 있지만, 국가 관할권 밖의 바다인 '공해'를 보호하기 위한 실효성 있는 법적 규제가 없어 전 세계 바다는 계속해서 훼손되고 있습니다. 위기의 공해를 보호하기 위한 법을 만들 수 있는 곳이 바로 유엔 BBNJ(국가관할권 이원지역의 생물 다양성) 회의입니다. 총 4차 회의 중 마지막 네 번째 회의가 지난해 봄 열릴 예정이었지만, 코로나바이러스의 확산으로 연기되었습니다. 이에 그린피스는 마지막 회의 개최 전까지 한국을 포함해 전 세계 국가에서 강력한 보호구역 지정을 위한 적극적인 의사결정을 할 수 있도록 해양 보호 캠페인 활동에 매진해 나갈 예정입니다. 마지막 4차 회의 이전까지 여름의 열기보다 더 뜨거운 후원자님의 관심과 참여의 힘이 더해진다면 더 큰 변화를 만들 수 있을 것입니다. 앞으로도 많은 응원 부탁드립니다!





끝나지 않은 화재와의 싸움

아마존의 초대형 산불 소식은 지구 전체를 큰 충격과 걱정에 빠트렸습니다. 안타깝게도 그 이후로도 파괴적인 삼림 개간과 기후위기로 지구 곳곳에서 초대형 산불은 끊임없이 이어져 왔습니다. 그린피스는 가장 큰 산불 피해를 당한 아마존은 물론 인도네시아, 호주, 러시아, 아르헨티나 등 전 세계 숲에서 화재 진압을 지원하고, 산림 벌채를 감시하고 정책 개정을 위해 노력하고 있습니다.

아마존 산불로 11만 헥타르가 넘는 숲이 불에 탔고, 6억 2,600만 그루의 나무가 소실되었으며 8억 3,100만 톤 이상의 온실가스가 방출되었습니다. 우림 보호보다 기업의 이익을 최우선 하는 브라질 정부의 정책에 맞서, 그린피스는 아마존 현장에 직접 조사팀을 파견해 항공 사진과 영상, 위성 이미지, 현장 목격자의 증언 등 다양한 방법을 통해 최신 삼림 벌채 데이터를 정기적으로 공개하고 정부와 기업에 삼림 파괴의 책임을 묻고 있습니다.

올해 3월, 그린피스는 맥도날드와 버거킹, 네슬레 등 글로벌 브랜드에 고기를 납품하는 브라질 대형 육류 생산 업체가 산불의 주원인인 불법 목초지에서 생산된 고기를 사용하는 사실을 폭로했습니다. 유럽 지역의 그린피스 사무소들은 힘을 모아 숲을 파괴하고 인권을 침해하며 만들어진 제품 수입을 중단할 것을 유럽연합(EU)에 요구하는 캠페인을 펼쳤으며, 120만 명에 달하는 유럽 시민들이 동참했습니다. EU는 아마존 열대우림 파괴가 감소했다는 명확한 증거가 있어야만 남미공동시장(메르코수르)과 자유무역협정(FTA)을 체결하겠다고 밝혔습니다.

이 밖에도 그린피스는 정부의 억압으로 토지를 빼앗기는 것은 물론 물자 부족으로 코로나 전염병에 대처하지 못하는 아마존 원주민들을 돕기 위해 지역단체와 협력하여 16만 명의 원주민에게 의료품 및 생활필수품을 전달하는 '응급 날개' 프로젝트를 두 차례에 걸쳐 진행했습니다.

작년 한 해 러시아는 타이미르반도의 경유 유출 사고, 캄차카반도의 환경재난을 비롯해 고온 건조한 날씨로 인한 산불로 많은 환경 피해가 발생했습니다. 위성 모니터링 데이터에 따르면 2020년 초 러시아에서 화재로 인해 피해를 본 총면적은 2,200만 헥타르를 넘어섰습니다. 러시아사무소는 수만 명의 시민들과 함께 러시아 정부에 화재 예방 예산을 확대하고 제도를 정비할 것을 요구했습니다. 7월에는 러시아사무소의 산불 진화팀 전문가들이 전문 소방관 및 지역 자원봉사자들과 합류해 우랄산의 보호구역에서 산불진압 지원에 나섰습니다.

화재가 끊이지 않는 인도네시아 열대우림을 지키기 위한 캠페인도 수년간 계속되고 있습니다. 작년에는 풍부한 생물 다양성의 '마지막 요새'인 파푸아에서 과학자와 건축가, 언론인, 지도 제작자 등 전문가들로 이루어진 조사단체 '포렌식 아키텍처' 팀과 함께 새로운 과학수사 기술을 사용해 현지 최대 팜유 생산업체인 코린도가 고의적으로 숲을 불태웠음을 밝혀냈습니다. 이 밖에도 호주사무소는 호주 산불 이후 피해 주민들의 삶을 돌아보는 다큐멘터리 '기후가 변했다'를 제작했으며, 산불과 화석연료 사이의 관계를 희석시키려는 기득권층을 고발하는 보고서 '치명적 에너지'를 발표했습니다.

또한 아르헨티나 사무소는 남미에서 두 번째로 큰 열대 우림인 아르헨티나의 차코숲이 목초지와 콩 농장의 무자비한 확장으로 심각하게 파괴되고 있는 현실을 알리고, 아르헨티나 정부에 습지와 산림 파괴를 규제하는 국가 보호법을 제정할 것을 촉구했습니다. 차코 지방법원은 지난 10월, 삼림 벌채와 토지 개간을 중단하라는 명령을 내렸습니다.

글 현유경 콘텐츠 작가

글 김지우 캠페이너

코로나 속에서도 지구를 위한 선한 영향력은 계속되었습니다

2020년은 코로나19로 인해 대부분의 대면 활동이 제한되면서 그린피스의 활동 역시 큰 영향을 받았습니다. 하지만, 시민참여 캠페인 팀은 오히려 그 어느 때보다도 바쁜 한 해를 보냈습니다. 코로나 시국을 맞아 새롭고 창의적인 프로젝트들을 성공적으로 진행해 더욱더 많은 시민 활동가들이 동참해 주신 덕분입니다.



© Jongjin Lim / Greenpeace


© Chanklang Kanthong / Greenpeace

더 많은 시민들이 환경 캠페인에 동참한 2020년

시민참여 캠페인 팀은 더 많은 시민 여러분이 보다 쉽게 환경 캠페인을 이해하고, 직접 변화의 씨앗이 되어 활동하실 수 있는 캠페인을 조직하고 있습니다. 놀랍게도 2019년과 비교했을 때, 2020년에 그린피스의 시민참여 활동에 직접 참여해주신 시민 여러분의 수가 무려 5.5배나 늘었습니다! 코로나로 인한 어려움과 제약 속에서도 많은 분들이 병들어가는 지구의 건강까지 염려하기 시작했다는 방증이라고 볼 수 있지 않을까요?

홀로하지 않는 홀로그램 액션

서울 사무소는 비대면 시대에 맞는 새로운 형식의 집회를 선보였는데요, 바로 홀로그램 액션입니다. 21대 국회 개원을 맞아 기후위기의 영향을 더 많이 받게 될 미래 세대 청소년, 청년 대표 33인이 동참해, 국회와 정부에 강력한 기후위기 대응을 촉구하는 메시지를 담은 홀로그램 영상을 국회를 배경으로 상영했습니다. 국내에서 처음 시도된 홀로그램 발언 액션은 JTBC SNS 채널을 통해 라이브로 방송되기도 했으며, 다양한 신문 지면을 통해 소개되며 미디어의 주목을 받았습니다.

시민 과학 활동 - 플라스틱 리서치

쓰레기 줍기, 플로깅 등 플라스틱 관련 야외 활동은 있지만, 안전하게 실내에서 진행할 수 있는 프로그램은 많지 않습니다. 그린피스는 지난 10월, 코로나 시국에도 플라스틱 캠페인 참여를 원하는 시민들과 함께 리서치 활동을 진행했습니다. 약 260가구의 시민 과학자가 일주일 동안 가정에서 발생하는 플라스틱의 수량, 종류, 제조사 등을 꼼꼼하게 조사하고 기록했습니다. 그리고 이 결과 데이터는 '우리집 플라스틱 어디서 왔니' 보고서로 발행되었습니다. 플라스틱 문제를 해결하기 위한 책임이 소비자에게만 있는 것이 아니라, 이를 생산하는 제조사가 책임을 져야 한다는 목소리를 데이터를 통해 보여주는 대표적인 시민 과학(citizen science) 활동이었습니다.



어스앤런 버추얼(Earth & Run Virtual)

기후위기에 대한 인식이 높아지면서, 많은 시민 여러분이 기후위기의 심각성을 더 널리 알리기 위해 전국 곳곳을 달리는 기후위기 홍보대사 역할을 자처해주셨습니다.

그린피스가 스마트폰 조깅 애플리케이션 '런데이'를 통해 한 달 동안 진행한 버추얼 달리기 캠페인, '어스앤런 버추얼'에 약 9천여 명의 시민이 참여해 함께 96,819km의 거리를 함께 달려주셨습니다. SNS를 통해 약 2,500개가 넘는 #어스앤런 포스팅이 올라오는 등, 온라인에서도 기후위기의 심각성을 알리는 시민들의 활동이 활발히 이어졌습니다.

그린뉴딜 시민행동 1기

그린뉴딜 추진과 기후위기 대응에 대한 정책 결정권자들의 약속이 지켜지고 있는지 모니터링하기 위한 시민모임, '그린뉴딜 시민행동' 1기 활동이 진행됐습니다. 그린뉴딜 시민행동에 소속된 약 170여 명의 자원활동가들은 21대 국회의원 300명의 의정 활동을 모니터링하여 기후위기 대응에 앞장선 국회의원 10인을 선발해 발표했습니다. 또한, 기후위기와 관련된 기사들을 모니터링하고 왜곡된 기사는 팩트 체크를 통해 바로 잡아 온라인으로 공유하는 활동을 하기도 했습니다. 2021년에도 그린뉴딜 시민행동은 2기로 활동을 지속할 예정이며, 더욱 적극적으로 기후위기에 대응하는 국회를 함께 만들어나갈 것입니다.

온라인 교육 프로그램

그린피스의 색다른 자원봉사 프로그램에 참여하기 위해 매년 많은 후원자님들이 자원봉사 활동가로 등록해주고 계십니다. 자신의 재능을 활용해 다양한 활동을 만들고, 그린피스 캠페인의 메시지를 더 널리 퍼뜨리는 중요한 역할을 하게 될 자원봉사 활동가들을 위한 온라인 교육이 정기적으로 진행됩니다.

또한 2020년에는 기후위기 정책에 대한 온라인 교육인 '그린뉴딜이 알고 싶다'와, 한국의 청소년 기후행동가들의 활동을 소개하며 연대하기 위한 온라인 시민 교육 '청소년이 세상을 변화시키는 방법'을 진행했습니다.

2021년 활동 계획



최신 기술을 동원한 창의적인 방법으로 캠페인 목소리를 전달해온 그린피스는 코로나와 같은 어려운 시기에도 새로운 길을 찾아냈습니다. 하나밖에 없는 우리의 지구는 기후위기를 멈추기 위한 시민들의 목소리를 필요로 하고 있기 때문입니다. 2021년에도 시민참여 캠페인팀은 시민과 함께할 수 있는 다양한 프로그램을 준비해 후원자님을 초대하겠습니다.

주소창에 act.gp/vkr, 또는 인터넷 검색창에서 그린피스 자원봉사를 검색하셔서 그린피스 자원봉사 활동가로 등록하시면 가장 먼저 시민참여 프로그램 소개 메일을 받으실 수 있습니다. 올해도 후원자님의 많은 관심과 참여 부탁드립니다!

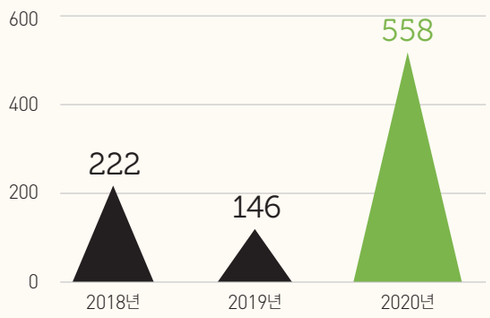
미디어와 온라인 캠페인 활동

그린피스는 환경문제를 가장 효과적으로 더 많은 시민에게 알리기 위해 각종 언론매체를 활용해 활동하고 있습니다. TV와 신문, 온라인 매체는 물론 그린피스 자체 채널을 통해서도 캠페인 정보를 알리고 시민들의 참여를 독려하고 있습니다.

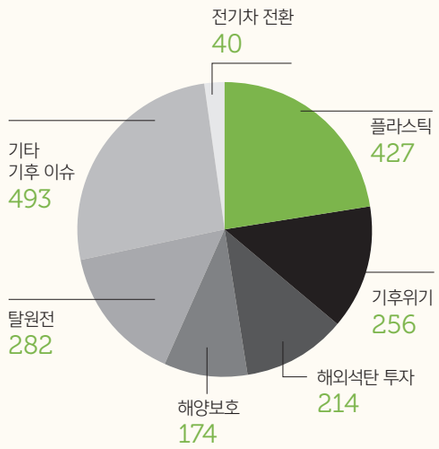
주요 언론에 소개된 그린피스의 캠페인과 환경 이슈

작년 한 해 동안 약 3,550건의 그린피스 관련 보도가 언론 매체에 실렸습니다. 특히 그린피스가 중점적으로 활동한 기후위기 관련 보도는 약 560건으로, 전년 대비 4배가량 늘었습니다.
그린피스의 기후 전문가와 캠페이너가 각종 방송 매체에 출연해 기후위기 관련 정보를 보다 정확하고 효과적으로 전달할 수 있었습니다.
또한 주요 언론을 통한 심층 보도는 전체 기사 중 30%를 차지할만큼 늘었습니다. 그만큼 그린피스의 캠페인 이슈를 심도 있게 다루는 언론이 많아졌음을 알 수 있습니다. 뿐만 아니라 주요 외신을 통한 보도 역시 전년 대비 26% 성장하는 등 국내외 언론에서 그린피스 한국의 캠페인을 보다 폭넓게 알릴 수 있었던 한 해였습니다.
그린피스는 기자들이 더욱 깊이 있는 지식과 정보를 가지고 환경 문제에 접근할 수 있도록, 환경 이슈를 다루는 기자들을 대상으로 '기후위기 스터디 세션'을 진행했습니다. 이 세션에는 다양한 매체의 기자들이 참여하여 성공적으로 진행되었으며, 세션에 참석한 매체를 중심으로 깊이 있고 흥미로운 기후위기 관련 보도가 늘어난 것을 확인할 수 있었습니다.

기후위기 관련 보도



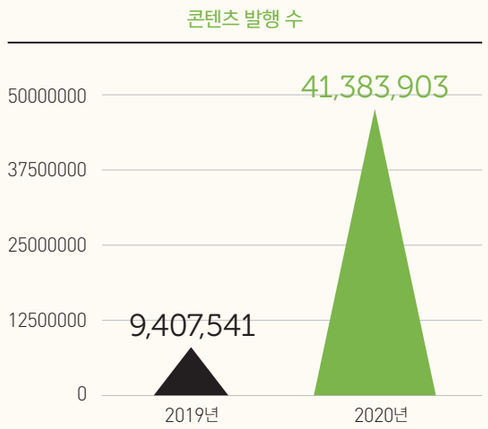
캠페인 별 언론 노출

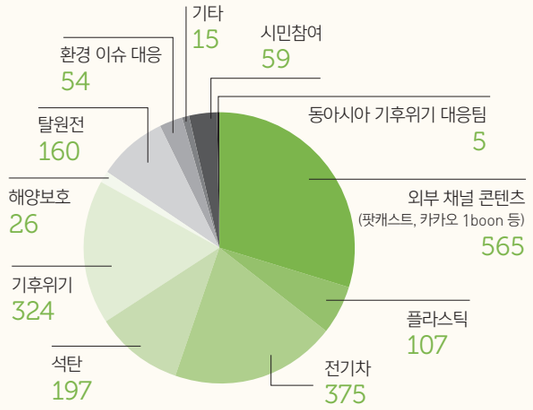


온라인상에서 캠페인을 친근하게 전달하는 디지털 커뮤니케이션팀

서울사무소는 디지털 퍼스트 시대에 발맞춰 온라인상에서 캠페인을 소개하고, 대중들과 소통하기 위해 노력하고 있습니다. 환경 문제를 알기 쉽게 전달하기 위해 유튜브와 팟캐스트를 통해 시민들에게 다가가며, 비폭력 직접 행동을 생생하게 중계했습니다.
2020년에는 서울사무소의 다양한 캠페인을 온라인에서 더 많이 알릴 수 있었습니다. 디지털 콘텐츠를 통한 소통량은 2019년 9,407,541회에서 2020년 41,383,903회로 약 86.6% 증가했습니다. 특히 자동차, 탈원전 등 무거울 수 있는 에너지 캠페인을 친숙한 방식으로 알리기 위해 힘썼습니다.

콘텐츠 발행 수





캠페인을 보기 쉽고 읽기 쉽게 전하는 콘텐츠

환경 문제를 비디오, 인포그래픽, 카드뉴스 등으로 알렸습니다. 가장 많은 분들의 관심을 받은 콘텐츠는 재포장 금지법의 오해와 진실을 알려주는 카드뉴스와, 우리의 세금이 해외 석탄발전 투자에 사용되고 있다는 사실을 알려주는 애니메이션이었습니다. 비폭력 직접 행동 현장을 SNS 생방송으로 생생하게 전하기도 했습니다.

데이터로 말해요



신뢰할 수 있는 데이터를 기반으로, 시민에게 환경 문제를 알리기 위해 다양한 프로젝트를 진행했습니다. 전국 260가구와 함께 일주일 동안 가정 내 플라스틱 배출량을 조사해 "우리집 플라스틱 어디서 왔니" 보고서를 발간하고, 후쿠시마 방사성 오염수가 얼마나 오래 지속될지 또 방사성 물질이 우리 몸에 어떤 영향을 미칠지에 대해서도 소개했습니다.

다양한 유튜브 인플루언서와 협업

그린피스가 평소 구독하던 유튜브 채널에 등장해 깜짝 놀라셨나요? 서울사무소는 뉴 미디어와 1인 미디어를 통해 더 많은 분들께 캠페인을 알리고자 노력했습니다. 김한용의 MOCAR, 대도서관TV, MBC 14F, SBS 스브스뉴스 채널 등에서 그린피스 캠페인을 소개하는 영상을 만나보실 수 있습니다.

점심, 출퇴근 시간에 딱 맞는 환경 콘텐츠



서울사무소는 바쁜 일상 속에서 재미있고 간편하게 환경 콘텐츠를 접하실 수 있도록, 다양한 채널에서 환경 이슈를 알렸습니다. 카카오 1boon 채널을 개설해 1분 안에 읽을 수 있는 다양한 블로그를 제작했습니다. 또한 팟캐스트 그린피스 유니버스를 운영하며 28,000여 개의 방송 중 최고 순위 301등을 기록했습니다. 다음 갤러리와 함께 '바다야, 30x30만큼 사랑해' 사진전도 열었습니다.

시민과 소통하는
온라인 인게이지먼트 활동

인게이지먼트팀은 더 많은 시민들이 그린피스의 캠페인에 관심을 가지고 참여하여 캠페인이 지속 가능하게 성장할 수 있도록 다양한 온라인 인게이지먼트 활동을 진행하고 있습니다. 디지털 마케팅, 홈페이지 개발, 인플루언서 마케팅 전문가 팀원들이 대중에게 보다 쉽게 다가갈 수 있는 캠페인 콘텐츠를 개발하고, 다양한 채널 및 인플루언서들과의 협업을 통해 흥미롭고 친근하게 캠페인 메시지를 전하는 역할을 합니다.

배우 류준열 후원자님과 함께 한 #용기내 캠페인

그린피스 후원자로, 수년간 그린피스의 캠페인 활동에 동참해 주신 배우 류준열 후원자님과 일회용 플라스틱 포장을 줄이기 위한 #용기내 캠페인을 진행해 시민들의 큰 호응을 얻었습니다. '용기내'는 소비자들이 플라스틱 포장재 없이 물건을 구매하고 싶어도 구매할 수 없는 현실을 알리고 대형마트에 불필요한 일회용 플라스틱 포장재를 없앨 것을 요구하는 캠페인입니다. 특히 시민들이 직접 자신의 '용기'를 가지고 매장을 찾아가 '용기내'어 상품을 구매함으로써 플라스틱 사용도 줄이고, 소비자들의 실천을 통해 업계에 '더 이상 소비자들이 일회용 플라스틱을 원치 않는다'라는 메시지를 전할 수 있어 많은 자발적인 참여가 뒤따랐습니다. #용기내 캠페인을 통해 롯데마트가 아시아 대형마트 최초로 플라스틱 감축 계획을 세우고 용기내 반찬 코너 등의 변화가 시작되었습니다. 류준열 후원자님은 이 외에도 호주 산불과 기후위기 문제 해결을 위해 후원에 동참하고 SNS에 알리는 등 다양한 활동에 함께 해 주셨습니다.



그룹 신화 멤버, 배우 김동완 씨와 함께 한 애니메이션 '터틀저니'

4월에 그룹 신화의 멤버이자 배우 김동완 씨가 생애 첫 애니메이션 더빙에 도전했습니다. '터틀 저니'는 세계적인 클레이 애니메이션 제작사인 아드만 스튜디오가 그린피스와 함께 제작한 90초짜리 초 단편 영화로, 무분별하게 파괴되는 바닷 속 생태계와 해양 동물들의 모습을 통해 바다 보호의 시급성을 알리고 있습니다. 김동완 씨는 극 중 나레이션과 주인공인 아빠 거북이 역할을 맡아 더 많은 사람들에게 해양 보호의 필요성을 전했습니다.



채소한끼 최소한끼 캠페인 진행

그린피스는 10월 1일 '세계 채식인의 날'과 11월 1일 '세계 비건의 날'을 맞아 배우 윤승아의 유튜브 채널 '승아로운'과 모델/크리에이터 오원, 벨기에 출신 방송인 줄리안과 함께 일상생활에서 채식을 실천할 수 있는 채식 요리법을 비롯해 쉽고 재미있는 채식 노하우를 다양한 온라인 콘텐츠로 제작해 소개했습니다.

조승연 작가와 유튜브 영상 제작

유명 유튜브 채널 '조승연의 탐구생활'과 협업해 그린피스 캠페인과 환경 문제들을 인문학적 성찰에 근거해 깊이 있고 흥미롭게 소개했습니다. 기후위기와 산불의 인문학, 인문학으로 알아본 기후위기, 환경운동가들이 지구를 지키는 방법 등 총 5개의 유튜브 영상을 진행했으며 2021년 3월 말 현재 128만 건의 조회수를 달성했습니다.



세계 오랑우탄의 날 기념 인스타그램 필터 출시

8월 19일 '세계 오랑우탄의 날'을 맞아 멸종 위기에 처해 있는 인도네시아 오랑우탄 이야기를 담은 '인스타그램 필터 게임'을 출시했습니다. 유명 일러스트레이터 아넬리스가 게임 디자인에 참여하였으며, 걸그룹 위클리(Weeekly), 에이핑크 초롱, 빅톤을 포함한 다양한 인플루언서 및 시민들이 필터 캠페인에 동참했습니다. 오랑우탄 필터는 그린피스 인스타그램 계정에서 만나볼 수 있습니다.

스타들과 함께 한 '세계 일회용 비닐봉지 없는 날'

7월 3일, '세계 일회용 비닐봉지 없는 날(International Plastic Bag Free Day)'을 맞아 류준열, 류승룡, 박진희, 이청아, 걸그룹 위클리(Weekly) 등 많은 연예인들이 그린피스에서 진행하는 '플라스틱 제로' 캠페인에 동참해 SNS를 통해 응원의 메시지를 전하며 시민들의 참여를 독려했습니다. 그동안 환경문제에 각자 다양한 방법으로 참여하고 있던 스타들은 제로웨이스트 상점을 직접 방문하기도 하고 텀블러, 에코백 사용 등 다양한 환경보호 방법을 소개했습니다.

배우 박진희 류승룡 후원자님과 함께 한 기후위기 TV 영상

그린피스의 새로운 TV 광고 캠페인의 내레이터로 배우 류승룡, 박진희 후원자님이 참여했습니다. 두 배우는 특유의 진정성 담긴 목소리로 전 세계가 처한 지구온난화의 실상을 호소력 짙게 전달했습니다. 해당 영상은 우리가 당장 기후위기에 대응하지 않으면 호주 산불로 목숨을 위협받는 코알라, 해수면 상승으로 서식지를 잃은 바다거북과 북극곰에 이어 우리의 아이들까지 피해를 입을지도 모른다는 내용을 담고 있습니다.





함께 만든 그린피스 **서울사무소의 10년**

2021년은 그린피스가 태평양 암치카섬에서 벌어지던 핵실험을 막기 위해 첫 항해를 시작한 지 50주년을 맞는 해입니다. 또한, 서울사무소가 문을 연 지 10주년을 맞는 해이기도 합니다. 2011년 5명의 직원들로 캠페인을 시작한 서울사무소는 현재 71명의 직원들이 근무하는 10년 차 사무소로 성장했습니다. 변함없이 지지해 주시는 후원자님들이 있어 지난 10년간 국내외에서 지구를 위한 크고 작은 변화들을 만들 수 있었습니다. 후원자님들과 그린피스가 함께 만든 뜻깊은 변화 Top5를 소개합니다.





© Alex Hofford / Greenpeace

1 2013년 방사선 비상계획구역 확대

2013년 7월, 그린피스 활동가 4명이 부산 광안대교 제2 주탑 연결 케이블 약 90m 지점에서 3일간 고공농성을 시작했습니다. 당시 8~10km에 불과했던 한국의 방사선 비상계획구역을 30km로 확대할 것을 요구하는 비폭력 직접행동이었습니다. 방사선 비상계획구역은 원전 사고가 발생했을 때 피해를 최소화하기 위해 시민들을 신속히 대피시킬 수 있도록 미리 준비해야 하는 구역입니다. 이후, 부산시의회는 비상계획구역을 20km로 확대하기로 결정했습니다.



© Jean Chung / Greenpeace

2 2015년 네이버 100% 재생가능에너지 사용 약속

그린피스는 2015년 5월, '혁신의 아이콘'인 IT업계에 재생가능에너지 사용을 요구하는 '딴거하자' 캠페인을 시작했습니다. 엄청난 양의 전기를 사용하는 데이터 센터를 운영하는데 화석연료 대신 재생가능에너지로 생산한 전기를 사용하라는 것이었습니다. 그리고 4개월 만에 국내 1위 포털사이트 네이버가 가장 먼저 데이터센터를 100% 재생가능에너지로 운영하겠다고 약속했습니다.



© Jung Park / Greenpeace

3 2016년 마이크로비즈 퇴출

2016년, 서울사무소는 화장품의 원료로 사용되는 미세플라스틱, 마이크로비즈로 인한 해양오염 실태를 알리며 캠페인을 시작했습니다. 치약이나 스크럽제 등에 포함된 마이크로비즈는 바다로 흘러 들어가 바다를 오염시키는 것은 물론, 생선들이 섭취해 우리의 식탁으로까지 돌아올 수 있다는 충격적인 사실을 알려 시민들의 큰 관심을 받았습니다. 캠페인 결과 한국 식약처는 화장품과 씻어내는 제품에서 마이크로비즈의 사용과 판매를 모두 금지했습니다.



© Greenpeace

4 2018년 삼성전자 100% 재생가능에너지 전환 선언

서울사무소의 주도로 전 세계 그린피스 사무소들과 힘을 합쳐 삼성전자에 100% 재생가능에너지로 전환할 것을 요구하는 글로벌 캠페인을 시작했습니다. 서울은 물론 뉴욕과 런던, 타이베이, 베를린에서 활동가들이 삼성에 재생에너지 전환을 요구하는 비폭력 직접 행동을 펼쳤습니다. 적극적인 캠페인 결과, 삼성은 2020년까지 미국·유럽·중국 전 사업장에서 100% 재생가능에너지 사용을 약속했습니다.



© Jung-geun Augustine Park / Greenpeace

5 2020년 롯데마트, 일회용 플라스틱 감축 선언

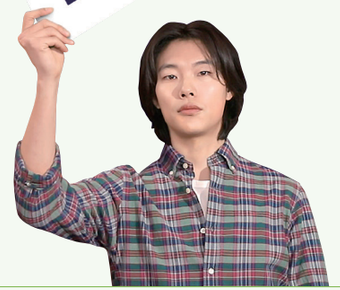
서울사무소는 대형마트들을 상대로 불필요한 일회용 플라스틱 포장을 줄일 것을 요구하는 캠페인을 진행했습니다. 국내 5대 대형마트의 일회용 플라스틱 감축을 위한 노력을 평가해 순위를 매긴 보고서를 발표했으며, 광화문 전광판을 통해 점수를 시민들에게 공개했습니다. 캠페인 결과 롯데마트가 아시아 최초로 2025년까지 일회용 플라스틱 사용량을 50% 감축하겠다고 선언했습니다.

2021~

서울사무소는 현재 기후위기에 대응하기 위해 에너지 전환, 전기차 전환, 삼림 보호, 채식 문화 홍보 등 캠페인을 좀 더 깊이 있게 다각화하여 진행하고 있으며, 기후위기로 인해 파괴되는 생물 다양성을 지키기 위한 새로운 캠페인을 시작합니다. 플라스틱 제로, 해양 보호 캠페인 역시 더 큰 변화를 만들기 위해 전진하고 있습니다. 뿐만 아니라 더 많은 후원자님들과 시민 여러분이 캠페인에 직접 참여할 수 있는 시민참여형 캠페인을 적극적으로 확대하고 있습니다. 앞으로 10년, 이제까지 함께 만들어 주셨던 변화보다 더 큰 변화를 후원자님과 함께 만들 수 있기를 기대합니다. 지구를 위한 목소리가 되어 주셔서 감사합니다!



지구를 위해 '더 나은 선택'을 하세요!



벌써 5년 넘게 그린피스를 후원하며 많은 캠페인에 참여해 꼭 필요한 목소리를 내주신 배우 류준열 후원자님. 이제는 '믿고 보는 배우'만큼 '환경 운동가' 라는 타이틀이 어색하지 않은 그린피스의 류준열 후원자를 만나 후원 5주년의 감회와 환경에 대한 생각들을 물어봤습니다.

류준열 후원자님

Q 요즘 환경을 위해 실천하고 있는 행동이 있다고 들었어요.

류준열 최근에 전기차를 구매했어요. 가장 좋은 점은 차에서 대기하는 시간에 공회전을 줄일 수 있다는 점이에요. 그동안 내연기관 차를 공회전시켜놓은 채로 에어컨이나 히터를 틀어놓으며 대기할 때는 사실 좀 마음이 힘들기도 했거든요.

최근에는 영화 촬영 현장에서 도시락통을 가지고 다니시는 스태프분들이 계셔서, 저도 동참하기 시작했어요. 처음에는 한두 분으로 시작했지만, 이제는 정말 많은 분들이 함께해 주고 계세요. 촬영 기간이 1년 정도 되었는데, 덕분에 그동안 플라스틱 배식판을 몇십 박스는 줄였을 거예요.

Q 환경 보호를 한다고 하면 주변의 시선이 신경 쓰일 수도 있을 것 같아요.

류준열 맞아요. 비슷한 일로 이런 일도 있었어요. 텀블러에 가져온 물을 다 마셔서 어쩔 수 없이 생수병으로 물을 마시게 되었는데, 주변에서 '어떻게 그럴 수 있냐'라고 놀리시더라고요. (하하)

그런 순간에 무엇을 쓰고 안 쓰는지 얽매이기보다는 스스로 환경 문제를 대하는 태도를 고민하는 게 더 중요하다고 생각해요. 사실 저는 죄책감을 가지고 스트레스를 받으면서 환경 보호를 하고 싶지 않거든요. 어쩔 수 없이 플라스틱병에 든 물을 마셔야 하는 상황에서 죄책감을 느끼게 되면 너무 스트레스가 되잖아요. "너 왜 오늘 텀블러 안 가지고 왔어?" 하는 물음에는 "잊었어, 내일 꼭 가지고 와야지." 하면 돼요. 일상에서 이런 대화들이 자연스럽게 이루어지고, 누군가의 행동으로 변화가 일어난다면 그 자체로도 충분히 가치가 있잖아요.

Q 그린피스와 5년 동안 함께 해주고 계신데요. 그동안 달라진 생각들이 있다면 무엇일까요?

류준열 저는 그린피스의 정체성과 활동을 지지해요. 그래서 후원을 시작했고, 지금까지 이어져 오고 있는 거죠. 환경 보호를 위해 최전선에서 필요한 메시지를 던지고, 대중들이 쉽게 이해하고 참여할 수 있는 캠페인을 진행하고 계시잖아요. 그 기간 동안 소중한 순간들을 함께하기도 했고요.

무엇보다도 저는 잊지 못하는 순간이 있어요. 따뜻한 햇살을 받으며 성수대교를 건널 때였는데, 용기내 캠페인의 결과로 롯데마트가 플라스틱 감축 선언을 했다는 기사를 접했던 날. 아직도 그 기분을 잊을 수가 없어요. 내가 생각해왔던 것들이 변화하고 있구나. 그 가능성을 볼 수 있어서 행복했고, 앞으로 더 많은 기업들이 함께해 준다면 더 큰 변화가 있을 거라는 기대감도 생겼어요.

Q 그린피스 활동을 지지하고 후원해주시는 분들께 응원의 한 말씀 부탁드려요.

류준열 요즘 다들 힘든 시기라고 하잖아요. 이런 상황에서도 후원을 중단하지 않는 분들이 계시고, 또 새롭게 그린피스 활동에 참여해 주시는 분들도 계시는 걸로 알아요. 환경을 생각하는 마음에 정말 감사드립니다. 캠페인을 하면서 느낀 가장 큰 행복은 많은 분들이 동참해 주시는 것이에요. 가까운 음식점이나 대형마트에서 자신의 용기를 들고 용기내 캠페인을 실천하는 분들을 보며, 기쁘고 감사하다는 생각을 늘 하고 있습니다. 여러분, 끝까지 함께해 주시고 즐겨주세요. 모두 행복하셨으면 좋겠습니다.

박상희 후원자님

바다 쓰레기 "줍는 사람"이 되고 싶은 아이

장래 희망을 물어보면 큰아이는 "바다 쓰레기를 줍는 사람이 될 거예요."라고 대답한다. 누군가는 잠수는 위험하다거나 그걸로 먹고 살 수 있겠냐며 걱정 섞인 농담을 쏟아 놓기도 하지만, 아이는 진지하다. 아닌 게 아니라 이미 장래 희망을 이룰 준비를 하고 있다. 한 번은 온갖 장난감을 집안 곳곳에 뿌리고 다니길래 잔소리를 했다. 그랬더니 아이가 하는 말.

"엄마, 저 바다 쓰레기 줍기 놀이를 하려는 거예요. 먼저 이렇게 쓰레기가 뿌려져 있어야 놀이를 시작할 수 있거든요."

바다와 바다생물을 유난히 좋아하는 큰아이는 사람들이 버린 쓰레기 때문에 바다가 오염되고 바다생물이 위협받는다는 사실을 알고 있다(실전에서는 일부러 쓰레기를 뿌릴 필요가 없다는 것을 안다는 뜻이다). 세상의 밝은 면만 보여주고 싶지만, 절대 외면해서는 안 되는 것들이 있다. 사실, 외면할 수도 없다. 더 이상 가려지지 않으니까. 분리수거 날에 아파트 단지 내에 탑처럼 쌓여있는 쓰레기를 보고 "이게 다 어디로 가냐"는 아이의 물음에 할 말을 잃어본 경험 혹시 있으신지. 사실 아이들 입장에서는 지금부터 이 상황을 잘 알아둬야 본인들의 미래를 잘 꾸려갈 수 있을 거다. 살아남으려면, 그래야 한다.

큰아이는 지난 연말 그린피스 코리아에서 진행한 '어린이 바다 보호 그림 그리기 챌린지'에 참가했다. 그린피스 인스타그램에서 행사 안내를 보고 관심이 생겼는데 마침 아이가 그려둔 바다 그림이 있어 제출했다. 내 눈엔 대상감인데, 수상은 하지 못했다. 처음엔 우리 집 꼬마 예술가의 낙방을 받아들이기 어려웠으나, 수상작을 쭉 살펴보고 나니 금방 납득이 갔다. 우리나라에 훌륭한 꼬마 예술가들이 이렇게나 많을 줄이야! 대한민국의 미래가 밝다.

내겐 개인적인 욕심이 살짝 섞인 그림 그리기 챌린지였지만, 아이에게는 어떤 터닝 포인트가 된 것 같다. 그 이후로 "바다 쓰레기 줍는 사람"이 미래의 꿈이 된 것을 보면. 아이가 이 꿈을 언제까지 이어갈지 알 수 없지만 나는 이런 생각을 하는 아이가 기특하고 자랑스럽다. 동시에 미안한 마음도 든다. 내가 여태껏 버려온 쓰레기의 뒤처리를 아이에게 맡겨버리는 것 같아서. 이렇게 오염된 세상에 태어나게 해서.

미안한 마음이 든다면, 응당 그에 맞는 행동을 해야 한다. 그래서 나는 미래의 환경운동가의 일을 조금이라도 덜어주기로 한다. 궁극적으로는 환경을 보다 쾌적하게 만드는 데 일조하고, 아이들에게 숨이라도 편히 쉴 수 있는 환경을 되돌려주고 싶다. 말은 이리 거창해도 실천은 매우 소소하다. 소소해도, 아무것도 하지 않는 것보다는 낫다. 나중에 아이들이 엄마를 추억할 때 오염된 세상에 무심했던 사람은 아니었다는 것만 기억해준다면 부끄럽지 않을 것 같다.

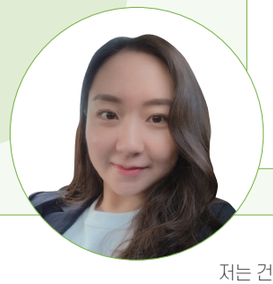


임소담 후원자님

그린피스와 함께 걷는 '피스너(peacener)'



"하하 배가 너무 작아, 이 배로 뭘 한다는 거야? 고래한테 잡아먹히겠다."
같은 반 친구들의 조롱 섞인 말과 웃음소리. 어떤 설명도 없이 "한 번 읽어 봐"라며 수백 페이지의 교과서 속 한 페이지로 치부하신 선생님.
시험 범위 맞추기 급급했던 중학생 시절, 교과서에 실린 한 장의 사진으로 그린피스를 처음 만났습니다. 자세한 설명도 없이 '불법 포획 금지를 외치는 국제 환경보호단체 그린피스'라고만 적혀있던 교과서 하단의 작은 사진은 모두의 이목을 끌지는 못했지만 제 마음만큼은 뜨겁게 만들어 줬습니다.
그날 저녁 집에 돌아가 번역기를 돌려가며 떠듬떠듬 찾아봤던 그린피스의 활동 사진들은 제가 성장하는 동안 행동하고 생각하는 데 많은 영향을 주었고, 13년이 지난 지금까지도 올바르게 행동할 수 있도록 도와줬습니다.
환경 보호만을 위해 자발적으로 움직이는 그린피스는 무분별하게 개발에만 집중하는 우리에게 가야 할 방향을 알려줍니다. 기업의 후원은 일체 받지 않는 고집 있고 청렴한 정신은 따끔한 교훈을 주기도 합니다.
서울사무소와 함께 만든 10년간의 변화를 축하하며, 앞으로 그린피스에서 또 어떤 길을 안내해 줄지 무척이나 기대되고 설렙니다.
그린피스가 앞장서는 모든 길이 꽃밭은 아니겠지만, 그 길을 동행하는 많은 피스너(peacener)가 있기에 힘들지만은 않을 것입니다. 그린피스의 사진 한 장에 감동받았던 어린 시절의 저를 떠올리며 그 길의 끝까지 같이 걸어가고 싶습니다. 그린피스 서울사무소 10주년을 진심으로 축하합니다.



나 대신 목소리를 내주는 그린피스, 고마워요!

조윤지 후원자님

저는 건물주를 대신해 건설사업을 관리하는 일을 하고 있습니다. 어렸을 적 인간과 환경에 많은 영향을 주는 건축에 가슴이 설레었고, 그렇게 친환경 건축을 실현하는 사람이 되고자 건축을 공부했습니다.
그런데 막상 업계에 일원이 되어보니, '친환경'이라는 키워드는 누구도 신경 쓰지 않는 것 같았습니다. 입사한 이후 현재까지 진행한 4개의 프로젝트 중 무려 3개가 산을 깎아 건물을 짓는 것이었습니다. 그리고 2개 프로젝트가 친환경 건축 인증을 받았죠. 괴로웠습니다. 산을 깎아 건물을 짓고 친환경 건축물이라는 타이틀을 쟁취하는데 내가 일조하고 있다니.
어렵게 취업한 이곳을, 당장에 포기할 수는 없으니 내가 할 수 있는 최선의 노력을 하자. 내가 할 수 있는 최고의 행동을 취하자. 그래서 그린피스 후원을 시작했습니다!
저 대신 목소리를 내주시는 그린피스 덕분에 마음속에 짐을 조금은 덜어낸 것 같아요. 하지만 안주할 수 없죠. 얼마 전에는 자원활동가 체인지 메이커에 등록했습니다!
앞으로도 생활 속에서 지구를 위한 움직임을 계속해서 실천해나가고, 또 어엿한 기술인이 되어서 일로써도 지구에 이바지하는 사람이 되고 싶어요. 감사합니다.

"변화는 실천하는 사람만이 경험한다."

김보영 후원자님



2014년 12월 22일, 첫 후원을 시작한 밤을 기억한다. 결혼한 언니가 집들이를 한 날이었다. 모두가 잠이 들었지만 나는 컴컴한 거실 바닥에서 뒤척였다. 언니와 오빠에게 많이 의지하며 자란 나는 앞서 자라는 두 사람을 볼 때면 불안하고 상실감이 들었다. 그 밤 다시 한번 언니와 나의 보폭의 차이를 느꼈다. 언니는 성큼 어른이 되었고, 나는 제자리걸음이었다.
불안함을 덜기 위해 나는 손바닥만 한 네모 안에서 뭔가를 찾아 헤맸다. 셀카, 패션, 맛집, 여행, 화장품 같은 게시물은 아니었다. 그러다 화면 가장자리에 있는 북극곰 배너 광고가 눈에 띄었다. 오래전에 시청한 다큐멘터리 <북극의 눈물>때문이었을 수도 있다. 한 홈페이지가 열렸다. 재밌는 건 여러 카테고리를 드나들면서 나 자신을 조금 알 것 같은 느낌을 받았다는 점이다. 내가 자연과 동물을 사랑한다는 것, 또 이따금씩 내가 인간이라서 부끄러워한다는 것도.
유년기부터 자연에 자연은 내 생활의 일부였다. 인적이 드문 시골에서 자랐기에 흙과 돌멩이, 시냇물, 나뭇잎은 놀잇감이었다. 감수성이 풍부한 청소년기에는 바람이 갈대밭을 지나는 소리나 맑은 달에 눈가가 젖기도 했다. 자연과 조우하는 일은 언제나 신비롭고 안식을 줬다.
이제까지 자연의 관점에서 말하는 사람을 만나본 적이 없다. 그런데 그린피스 사람들은 자연변화에 기민하게 반응한다. 그들은 지적이고 확고하다. 그들이 전하는 소식지를 보며 충격과 죄책감, 그리고 동질감을 느낀다. 무엇보다 정치적, 재정적 독립성을 유지하기 위해 정부와 기업의 후원을 받지 않는다는 점을 신뢰한다.
가족들에게는 언제나 세상물정 모르는 막내였던 내게 필요한 것은 자주적인 생각과 행동이었다. 스스로를 책임질 권리를 찾고, 지향하는 삶을 탐구할 의무를 가져야 했다. 이것이 첫 후원으로 배운 참된 교훈이었다.
지금의 나는 내 소비가 다른 면에서 어떤 영향을 불러오는지 우려한다. '값어치'가 아니라 '가치'에 대해 고민한다. 사회적 이슈의 배후를 의심해본다. 그리고 사람을 만날 때, 책을 읽을 때, 그림을 그리거나 글을 쓸 때 의식하려고 애쓴다. 내가 어떤 사람이 되고 싶은지를 말이다.
나는 애매모호하고 자존감이 낮은 사람이었다. 주변을 너무 의식해서 환경단체에 후원한다는 것은 비밀이었다. 그러나 지금은 나를 드러낸다. 옳은 방향으로 향하기에 부끄럽지 않다. 상식을 벗어난 풍요 속에서도 부족함만 찾던 지난날이 부끄러울 뿐이다. 여전히 의식과 행동이 일치하지 않는 일이 허다하다. 완전히 달라질 수 없다는 것도 안다. 그래도 어른이 될 수밖에 없다면 세상을 올바르게 보고 긍정적인 영향을 주는 사람, 혹은 무해한 어른이고 싶다.
나를 평가하는 눈들을 바꾸고 싶다면 나부터 달라져야 한다. 이런 주관을 갖기까지 여러 경험과 맞물려 그린피스가 있었다. 확신한다. 변화는 실천하는 사람만이 경험할 수 있다.



크리스티나 산 비센테
동아시아 지부 부사무총장

그린피스에 보내주신 여러분의 신뢰에 감사드립니다

어려운 시기에도 변함없이 그린피스를 믿어주신 후원자님께 감사드립니다.
코로나19는 우리 삶의 근본부터 변화시켰습니다. 가족, 친구들과 만나지 못하는 날들이 이어졌습니다. 어느 방법이 안전하다는, 어떨 때는 서로 모순되는 수많은 정보가 흘러넘쳤죠. 더 이상 어떤 것을 믿어야 할지 혼란스럽기도 했습니다. 그래서 저는 더욱, 이 불확실성의 시기에도 우리 지구의 긴급한 환경 문제 해결을 위해 그린피스에 믿음을 보내 주신 후원자님께 깊은 감명을 받았습니다.
그린피스의 핵심 가치는 독립성과 과학 연구와 증거에 기반을 둔 캠페인입니다. 우리는 문제점을 밝혀내고 해결책을 찾을 때 사실을 기반으로 합니다. 후원자님의 소중한 지원과 신뢰는 이와 같은 진정한 가치를 바탕으로 한, 지구의 미래를 지키기 위한 투자입니다.
지난 한 해, 우리는 모든 것이 어떻게 상호 연결되어있는지 확연하게 알게 되었습니다. 지구의 자원을 고갈시키고, 자연을 존중하지 않는 인류의 방식이 결국 우리에게 더 큰 위기로 되돌아올 것이라는 사실이 이제 더욱 분명해졌습니다.
하지만 우리는 위기를 기회로 바꿀 수 있습니다. 각국 정부는 이제 재생가능에너지로 전환하고, 숲을 보호하고, 해양보호구역을 확대하고, 무분별한 플라스틱 소비에 제재를 가할 수 있는 정책을 시행해야만 합니다. 이 위기로부터의 회복은 우리의 환경을 파괴하고 있는 망가지고 불평등한 시스템으로부터의 회복이어야 합니다. 우리가 코비드 위기를 해결해나가고 있듯이, 환경 위기 역시 해결해야만 합니다.
힘들고 불안한 한해를 함께 이겨내고 변함없는 지지를 보내주신 후원자님께 다시 한번 감사드립니다. 후원자님의 소중한 후원금은 지구를 지키기 위해 광범위하고 강력한 영향을 발휘하고 있음을 확신합니다. 이 보고서를 통해 후원자님이 만들어 주신 놀라운 변화를 확인하시고, 캠페인 활동에 대한 그린피스의 헌신적인 노력과 평화롭고 건강한 푸른 미래를 위한 우리 모두의 비전을 확인하실 수 있기를 바랍니다.
감사합니다.



© Daniella Zalcman / Greenpeace

3만 원의 후원금은 이렇게 사용됩니다

기후위기 대응
29.7%(8,908원)

해양 보호
7.1%(2,116원)

산림 보호
3.3%(978원)

독성물질 제거
10.4%(3,123원)

글로벌 캠페인 지원
20.6%(6,178원)

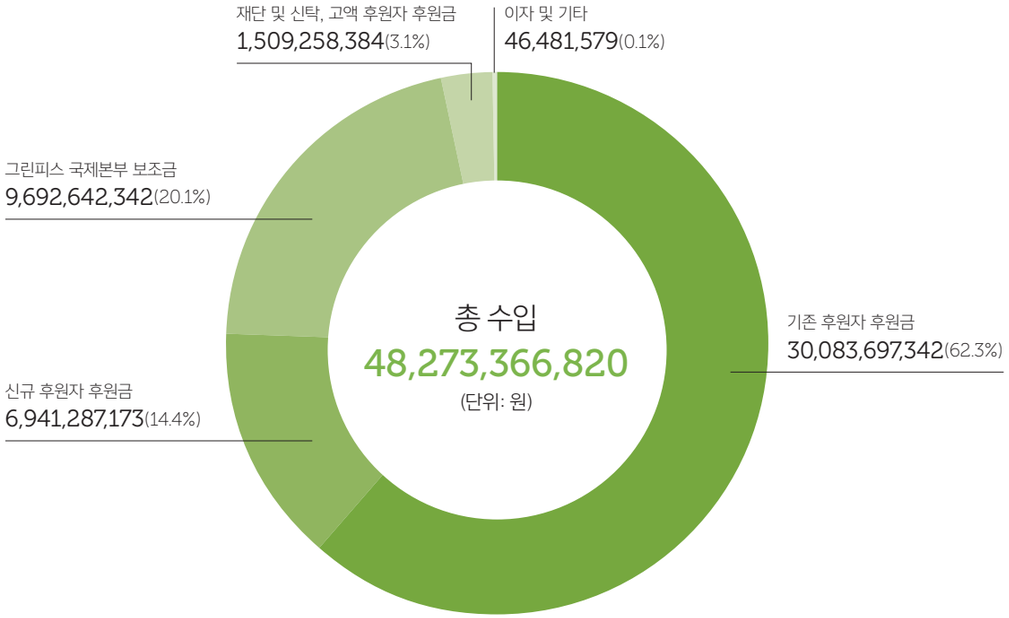
캠페인 미디어 및 대중 노출
16.8%(5,036원)

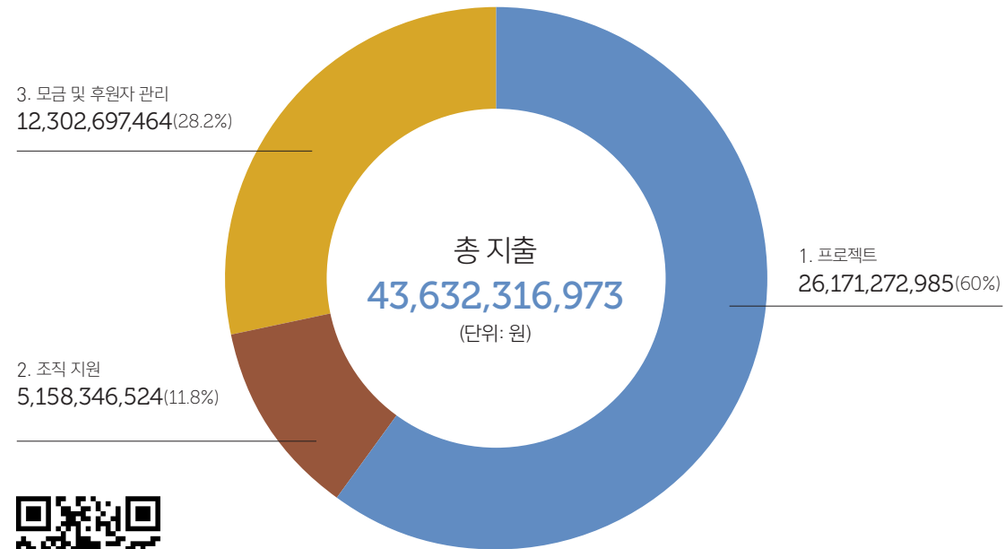
비폭력 직접 행동 및 자원활동가
4.2%(1,270원)

과학 조사 및 연구
6.5%(1,942원)

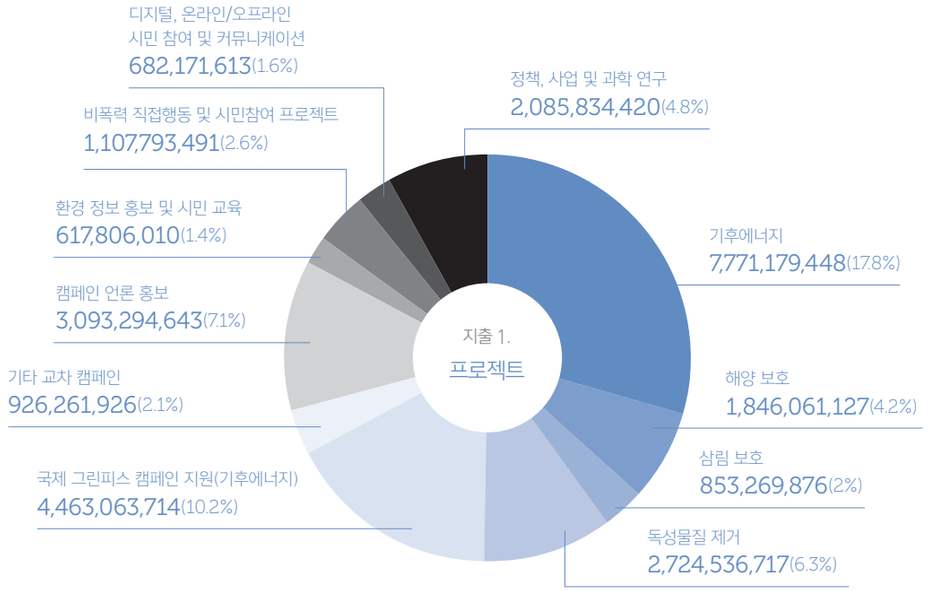
친환경 정책
1.5%(449원)

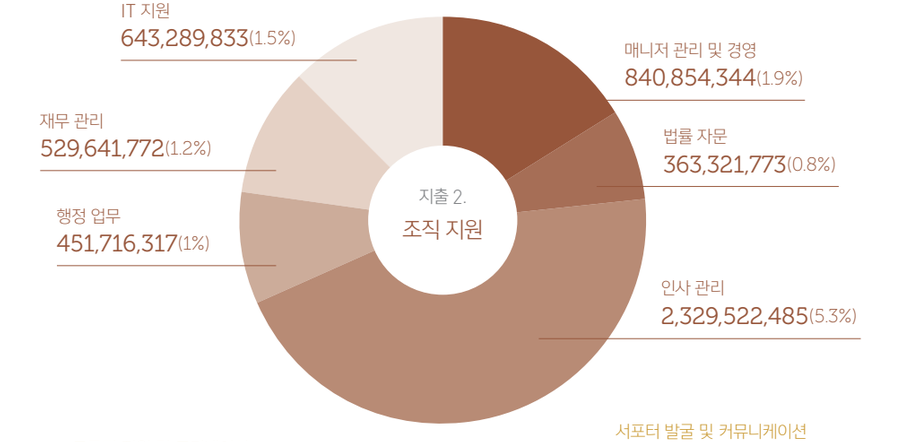
1 2020 동아시아 지부 수입 및 지출 내역

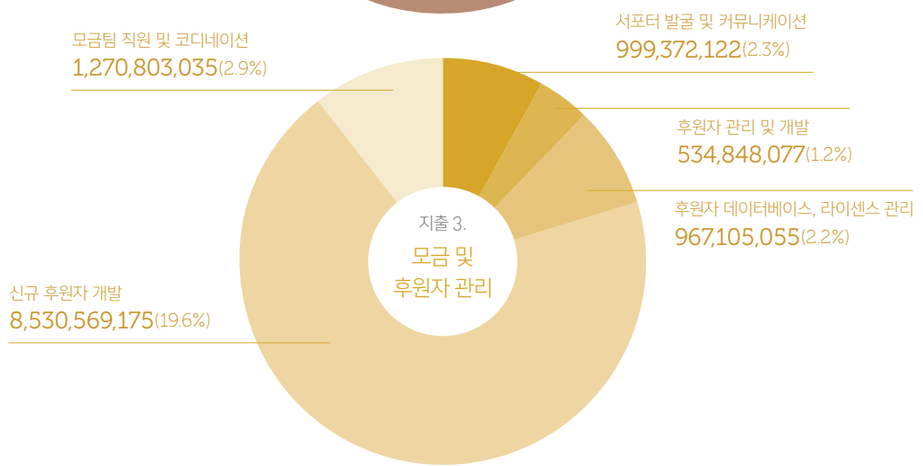




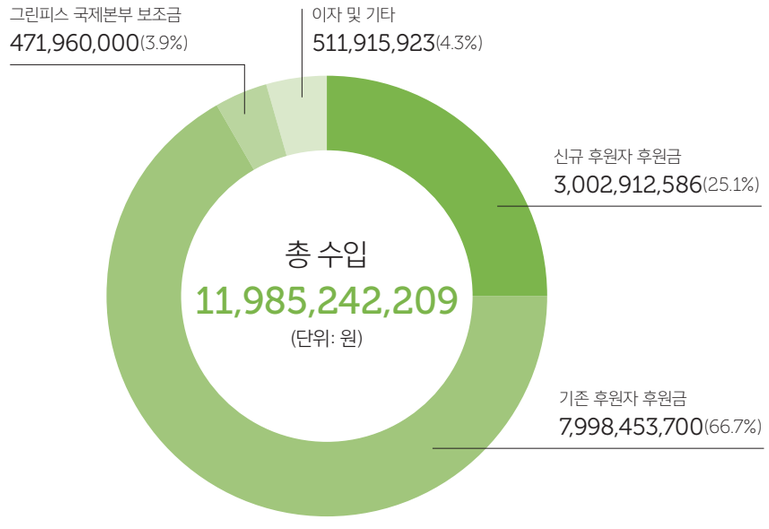
온라인 보고서와 자세한 회계감사 보고서를 그린피스 홈페이지에서 확인하세요.

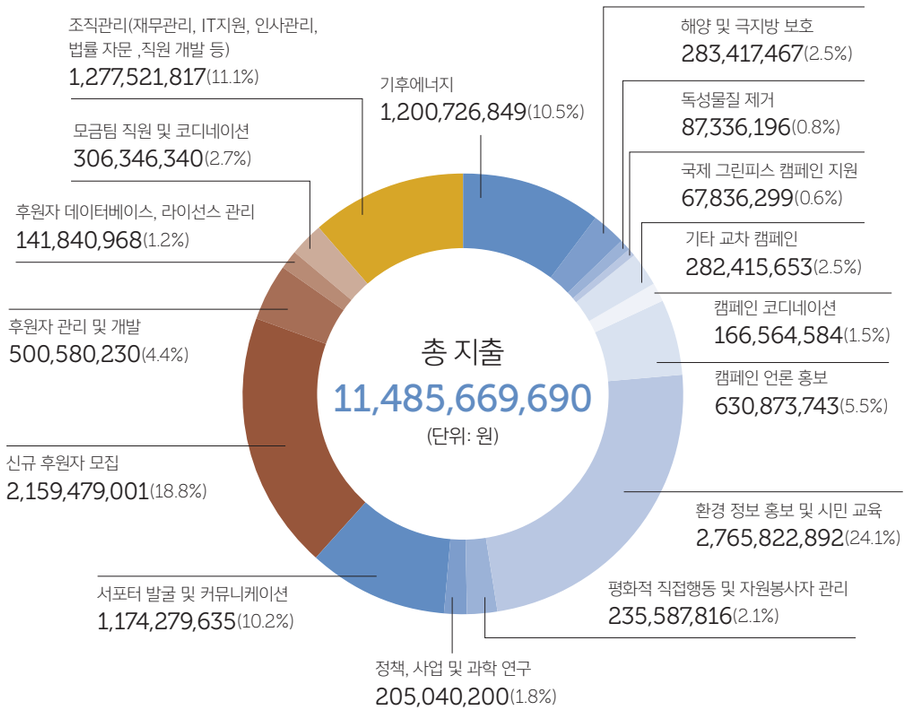






2 2020 서울 사무소 수입 및 지출 내역





3 후원금 상세 지출 비용

기후에너지

총액 7,771,179,448원

에너지 솔루션_서울사무소

1,230,262,954원

재생가능에너지 전환 및 기후위기 대응 프로젝트:

- 기후변화로 인한 2030년 해수면 상승 모습을 보여주는 3D 시뮬레이터 비디오와 보고서를 발표했습니다. 이 비디오는 KBS, JTBC를 비롯해 다양한 언론매체에 50건 가까이 소개되었습니다.
- 2020년 21대 국회의원 총선을 맞아 정치권을 상대로 기후위기 정책의 도입과 실행을 요구하는 '기후참정권' 캠페인을 진행했습니다. 더불어민주당, 미래통합당(국민의힘당), 정의당 등 지지율 5% 이상 3대 정당에 한국형 그린뉴딜을 담은 기후비상사태 대응 정책 제안서를 제출했으며, 세 정당을 대상으로 기후위기 감수성과 정책을 묻는 설문조사도 실시했습니다. 또한, 유권자 1,000명을 대상으로 실시한 기후위기 인식조사에서 응답자의 77.4%가 총선에서 기후위기에 대응하는 공약을 제시하는 후보자나 정당에 투표할 의향이 있다고 답했습니다.
- 60명의 자원활동가 모임 '그린뉴딜 시민행동' 팀원들과 함께 300명의 국회의원들의 기후위기 대응 현황을 모니터링했습니다. 국정감사를 비롯한 각종 활동에서 국회의원들이 기후위기 대응 및 그린뉴딜을 위한 유의미한 활동을 하는지 모니터링했으며, 그 결과 긍정적 활동을 펼친 10명을 선정해 감사패를 전달했습니다. 또한 간담회를 통해 국회의원들에게 기후위기 대응을 요구하는 시민들의 강력한 목소리를 전했습니다.
- 2020년 6월 15일, 서울 여의도 한강공원에서 국회의사당을 배경으로 시민 대표 33인이 정치권에게 기후위기 즉각 대응을 촉구하는 홀로그램 액션을 펼쳤습니다. 이 비폭력 직접 행동은 JTBC, 연합뉴스를 비롯해 40건이 넘게 언론에 보도되었습니다.
- 일본 정부의 후쿠시마 오염수 방류를 막기 위한 캠페인을 진행했습니다. 작년 7월 30일 8만 명의 서명과 오염수 방류 철회 촉구 서한을 주한 일본대사 측에 전달했으며, 올해 4월 12일 일본 경제산업성에 18만 명의 서명을 전달하며 오염수 방류 계획 철회를 촉구했습니다. 서울사무소는 한국 정부에 국제해양법재판소에 잠정조치를 청구할 것을 요구하는 캠페인을 벌여, 올해 4월 14일 한국 정부가 "후쿠시마 오염수 해양 방류 결정과 관련해 국제 해양법재판소에 잠정 조치와 함께 제소하는 방안을 적극 검토하라"고 지시했습니다.
- 후쿠시마와 관련된 총 4건의 보고서를 2019년과 2020년에 걸쳐 발표하고, 후쿠시마에 주민들이 돌아가도 안전하다는 일본 정부의 주장을 반박했습니다. 또한 KBS 다큐멘터리 팀과 함께 후쿠시마 현장을 직접 방문해 조사 과정을 담은 환경 다큐멘터리를 제작해 현장 조사 결과를 더 많은 시민들에게 알렸습니다.
- 후쿠시마 오염수 문제에 대해 전 세계 더 많은 시민들에게 알리기 위해, 얼터너티브 팝 밴드 '이날치', 현대무용 그룹 '앰비규어스댄스컴퍼니'와 협업해 <후쿠시마 오염수 (feat. 그린피스)>뮤직비디오를 제작했습니다. 이 뮤직비디오는 130 만 조회수를 기록했으며 2,500명 이상이 서명에 동참했습니다.

해외 석탄 투자 프로젝트

303,216,328원

- 양이원영 의원과 한국 지속가능성 투자 포럼과 협력해, 한국의 공공 및 민간 금융기관이 해외 석탄화력발전에 투자하는 자금 규모를 분석한 보고서를 발간했습니다.
- 국민의 세금이 해외 석탄 사업에 사용되고 있으며 이는 기후위기를 악화시키고 있다는 사실을 널리 알리기 위해 정부가 탄소 중립 공약을 선언한 당일 애니메이션 영상을 공개했습니다. 이 비디오는 50만 건 이상 조회수를 기록했습니다.
- 한전 건물 밖에서 이사회 구성원들의 얼굴을 빔 프로젝션으로 투사하는 비폭력 직접 행동을 진행하였습니다. 이를 통해 이사회 구성원들이 한국 전력이 인도네시아 자와 9, 10 석탄발전소에 투자하는 것을 막도록 압력을 가했습니다.

전기차 프로젝트
656,696,416원

- 내연기관차 산업이 기후위기의 주범이라는 점을 지적하고 사회 담론을 적극적으로 형성했으며, 특히 심각한 이상기후 현상이 생산성과 경제에 미치는 영향에 대해 밝혔습니다.
- 탄소배출 제로로의 전환을 가속하기 위해, 내연기관차 배출 규제 도입 및 전기차 산업 지원을 포함하여 전기차를 장려하고 내연기관차에 대한 인센티브를 없애는 정책을 만들기 위한 캠페인을 펼쳤습니다.
- 보다 많은 대중과 소통하기 위해 유명한 유튜버 및 에이전시와 협력해 내연기관 자동차가 얼마나 기후에 악영향을 미치는지 알리는 영상을 제작했습니다.

에너지 전환
543,236,659원

- '기후변화의 경고: 폭염과 건강피해' 보고서를 발표했습니다. 작년 여름의 기록적인 폭우 현상에 대응해 기후위기의 피해를 알리는 드론 영상, 해수면 상승 3D 비디오 등 디지털 콘텐츠를 제작했으며, 이는 여러 대형 언론매체에서 소개되었습니다.
- 폭염으로 인해 광화문, 남산타워, 이순신 동상 등 랜드마크들이 녹아내리는 모형을 국회의사당 앞에 세우고 정부에 기후위기에 대응할 것을 요구하는 비폭력 직접 행동을 펼쳤습니다.
- GIS(지리정보시스템) 기술을 활용해 해수면 상승이 동아시아 지역에 미치는 경제적 영향을 알아보는 과학 조사를 시작했습니다. 이를 활용해 동아시아 3개국에 탄소 중립 정책을 요구하고, 국가 지도자들에게 더 강력한 기후 리더십을 보여줄 것을 촉구했습니다.
- 한국 최대 조깅 앱 런데이와 협업해, 최초의 버츄얼 달리기 이벤트 '어스앤런'을 개최했습니다. 일정 거리 이상을 달릴 때 마다 기후위기와 관련된 핵심 정보를 앱을 통해 소개했으며, 참가자들은 이를 소셜미디어에 공유했습니다. 약 9천여 명에 달하는 시민들이 참가했으며, 관련 소셜미디어 게시글은 2,500건이 넘었습니다.
- 기후 위기 대응을 위한 전 세계 청소년들의 등교 거부 시위를 지지하며 'Challenge4chage'(변화를 위한 도전) 캠페인을 시작했습니다. 이는 시민들이 일상생활 속에서 탄소 배출을 줄이기 위해 자발적으로 참여하는 챌린지로, 소셜미디어에서 40만 명 이상의 시민들이 공유했습니다.

도시 기후 및 에너지 솔루션
192,030,527원

- 홍콩사무소는 지역의 젊은 기후활동가들과 협업해 기후변화의 영향에 대해 대중에 알렸습니다. 기후위기로 인해 일어날 수 있는 최악의 상황을 담은 비디오를 제작해 20만 건의 조회수를 기록하며 큰 화제가 되었습니다.
- 홍콩 천문대의 데이터를 기반으로 기후위기의 심각성을 보여주는 폭풍해일 관련 조사를 진행했습니다. 우리는 지방자치구 차원의 기후위기 대응에 관한 평가를 진행하고, 정부가 시급히 기후비상사태에 대비해 지역사회 탄소 배출 감소를 촉진할 것을 요구했습니다.

석탄, 수질 오염 및 대기 오염
856,104,662원

- **글로벌 대기 오염 캠페인:** 2020년 1월부터 2월까지 전 세계 20개 그린피스 사무소들과 함께 다양한 온라인, 오프라인 프로젝트를 진행했습니다. 8개 국가에서 정보 분석 보고서와 온라인 콘텐츠, 25건의 오프라인 이벤트를 개최했습니다. 이 캠페인 활동은 20개국 언론 매체에서 300건 이상 보도되며 전 세계적으로 대기 오염에 대한 사회적 담론을 활성화하고 대중의 인식을 높이는 데 도움이 되었습니다.
- **글로벌 대기 오염 비용 계산기:** 28곳의 주요 도시에서 대기오염으로 인한 조기 사망자 수와 경제적 비용을 실시간으로 계산해 보여주는 온라인 툴을 개발했습니다. 이는 각국의 정책 입안자들과 대중에게 눈에 보이지 않는 대기 오염의 영향을 눈에 보이는 수치로 보여주었으며, 9개국 언론 매체에서 50건 이상 보도되었습니다.
- **아이큐에어 2020 글로벌 대기 질 리포트:** 2020년 3월, 대기 질 기술 전문 기업 아이큐에어와 협업해 대기 질 데이터 분석을 진행하고, 각국의 그린피스 사무소들과 현지 단체들의 실정에 맞는 대기 질 리포트를 발표했습니다. 이 보고서는 한국, 인도, 인도네시아, 태국, 말레이시아, 베트남, 필리핀에서 발표되었으며 100건 이상 언론에 보도되었습니다.
- **코비드19에 악영향을 미치는 대기 오염 연구:** 대기오염과 코비드19 사이의 과학적 상관관계를 빠르게 이해하기 위해 각국 사무소를 지원하고 웨비나를 통해 캠페인 브리핑을 진행했습니다.

**재생가능에너지-
베이징 사무소**
1,535,406,529원

- 베이징사무소는 중국의 석탄발전 확대에 관한 3개 보고서를 발표하고 전기 수요를 만족시키기 위해 반드시 석탄발전이 필요하지 않음을 강조했으며, 석탄발전이 중국의 경제 악화와 수질 오염에 미치는 영향에 관해 설명했습니다. 우리의 연구는 재생에너지를 해결책으로 제시하였으며, 과학적 접근을 통해 정책 입안자들과 주요 인플루언서들에게 성공적으로 메시지를 전달했습니다.

- 중국이 2060년까지 탄소 중립을 선언한 후, 더 많은 기업들이 탄소 배출에 대해 논의를 시작했습니다. 우리는 기업과의 더 많은 교류를 통해 탄소 배출 절감에 필요한 정보와 해결책을 제공했습니다.
- 폭염, 홍수 및 산불 등 이상기후 현상을 통해 기후위기가 우리 일상에 미치는 심각한 영향을 대중에게 알리는 콘텐츠를 제작해 6만 건이 넘는 조회수를 기록했습니다.

**재생가능에너지-
타이베이 사무소**
1,787,233,970원

- 타이베이 사무소는 기후위기로 인한 해수면 상승과 폭풍해일이 대만의 도시들에 미치는 영향을 조사해 지도로 제작했습니다. 연구에 따르면 해수면 상승으로 인해 1,400㎢에 달하는 지역과 120만 명의 대만 시민들이 잠재적 영향권에 속하는 것으로 드러났습니다. 이 연구를 시각화한 지도는 각종 언론의 첫 번째 페이지를 장식했으며, 성공적으로 대중과 정책입안자들의 관심을 사로잡았습니다.
- 그린피스는 대만 전 도시가 세계 기후 행동에 동참할 것을 요구하고 있습니다. 2021년 1월부터 신 타이베이시, 타이중 시 및 타이둥시는 기후 비상 선언에 서명하고 2030년까지 탄소 배출량을 30% 줄이고 재생가능에너지에 투자를 늘릴 것을 약속했습니다.
- 그린피스는 대만의 중소기업들과 지속적인 논의를 진행해, 14개 기업이 2025년까지 재생에너지 10% 달성을 약속했으며, 이들 중 5곳이 100% 재생에너지 전환을 약속했습니다.
- 대만 온실가스 배출량 상위 30대 기업 중 10개 전통 산업, 24개 공장의 옥상 태양광 발전 잠재력을 조사하고, 기업들이 유휴 공간을 활용해 재생가능에너지 발전 설비를 설치할 수 있도록 실용적인 솔루션을 제안했습니다. 이 조사 결과는 정부 관련 부서에 제출되어, 정부가 기업에 실질적으로 조치를 권하는 기준이 되었습니다.
- 타이베이 사무소는 대만 전국 도시에서 1,035명의 고등학교 교사를 대상으로 "기후변화 및 환경 교육"에 대한 온라인 설문조사를 실시하고, 44명의 교사와 심층 인터뷰를 통해 환경 교육 현황 및 인식을 조사했습니다. 설문 결과를 토대로 정부에 환경교육, 특히 기후변화에 대한 교육을 강화할 것을 논의하는 긴급회의 소집을 요구했습니다.
- 타이베이 사무소는 미래 세대를 대상으로 하는 환경 이슈 및 기후행동 교육을 위한 "푸른 미래" 프로젝트를 시작했습니다. 푸른 미래 아카데미에서는 학생과 교육자들을 위한 쉽게 읽을 수 있는 교육 자료를 개발해 제공했습니다.

녹색 에너지 투자
204,531,285원

- 베이징 사무소가 중국의 주요 테크 기업들의 재생가능에너지 전환 약속과 성과를 평가한 순위 보고서를 발표하여 언론에 널리 보도되었습니다. 업계 선두 주자인 기업들과 협력해, 재생가능에너지 조달 전략 및 탄소 중립을 위한 로드맵에 대한 인식을 높였습니다. 포럼에 참여해 테크 기업에 에너지전환의 중요성을 알리고 100% 재생가능에너지를 수용할 것을 요구했습니다. 이와 같은 지속적인 캠페인의 결과로 중국의 대표 데이터센터를 운영하는 친데이터그룹이 2030년까지 100% 재생가능에너지를 사용할 것을 약속했습니다.
- '중국의 ICT산업 로드맵'이라는 보고서를 발표하고 2030년까지 탄소 중립으로 전환할 것을 촉구하며 중국의 기후공약에 큰 영향을 주었습니다. 중국의 거대 IT기업 텐센트(Tencent)는 보고서 발표 직후 탄소 중립을 선언했습니다.
- 기후위기 정책 관련 세미나를 지원하고, 중국의 기후 정책 입안자와 IT대기업, 중국과 미국 산업 이해 관계자 사이의 소통 채널을 구축해 시장 정보 및 에너지 전환 모델의 교환을 촉진했습니다.

지속 가능한 금융
437,178,155원

- 기술 전력 부문 시나리오 모델을 사용해, 동남아시아 8개 국가의 전력 부문 현황을 분석하여 순위를 매겨 문제점을 강조하고 재생가능에너지 투자를 대비할 것을 권장했습니다. 필리핀의 대통령실은 우리의 캠페인에 직접 응답해 한 달 후 새로운 석탄발전소 금지안을 발표했습니다.
- 각 국가가 재생가능에너지에 투자하기 위해 어떤 종류의 자금을 사용하는지, 격차가 있는 지점은 어디인지를 조사하고 재생에너지 투자 확대를 위한 권장 사항을 담은 최초의 에너지 금융 보고서를 발표했습니다.
- 세계 최초의 공적개발은행 정상 회의(world's first meeting of public development banks)에서 동아시아 지역의 은행들에게 공개서한을 보내 석탄 산업 투자를 중단하고 재생가능에너지로 전환할 것을 요구했습니다.

방사성 오염
25,281,963원

- 후쿠시마 방사성 오염수의 해양 방류를 막기 위한 캠페인을 지속적으로 펼쳤습니다. 인근국가의 그린피스 사무소들과 힘을 합해 대중에 문제의 심각성을 알리고, 정부에 방사성 오염수 방류에 강력히 반대할 것을 요구했습니다.
- 그린피스 연구팀의 연구조사는 오염수 방출 의사 결정 과정에서 인권이 보호되지 않았다는 UN 특별 보고관의 공동성명 발표에 큰 영향을 주었습니다.

- 후쿠시마 관련 두 건의 보고서를 발표하며 지난 10년간 후쿠시마 현지 방사성 오염 실태를 짚어보고 일본 정부의 원전 폐로 계획의 비현실성을 분석했습니다. <2011-2021 후쿠시마 방사성 오염의 현실>은 주요 오염지인 이타테와 나미에 마을을 중심으로 그린피스가 지난 10년간 총 32회 진행한 방사성 오염 조사 결과를 분석했습니다. <후쿠시마 제1 원전 폐로 기술 분석 보고서>는 그린피스의 의뢰로 지난 18년간 GE(제너럴 일렉트릭) 원자력 사업부에서 원전 기술 책임으로 일했으며 후쿠시마 제1 원전의 GE 현장 대표를 지냈던 컨설팅 엔지니어 사토시 사토가 작성했습니다.

해양 보호

총액 1,846,061,127원

해양 보호
723,085,391원

- 해양보호구역 확대를 위한 글로벌 캠페인을 강력하게 펼치고 있습니다. 동아시아지부는 온라인 서명을 진행하고, 시민들에게 바다가 처한 위험을 알리는 비디오와 콘텐츠들을 제작했으며 비폭력 직접 행동을 통해 바다와 바다에 의존해 살아가는 지역 주민들을 보호하자는 목소리를 높였습니다.
- 동아시아지역의 인플루언서들과 연예인들이 그린피스 해양 홍보대사로 참여해 기후위기가 바다에 미치는 영향을 알리고 2030년까지 전 세계 바다의 30%를 해양보호구역으로 지정하는데 동의할 것을 각국 정부에 요청했습니다.
- 광화문 광장에 70개의 얼음 펭귄 조각상을 설치하여 기후위기가 바다에 미치는 심각한 위협을 대중에게 알리고, '똑이TV' 등 다양한 디지털 콘텐츠를 제작해 대규모 크릴 오일 조업이 해양 먹이사슬과 생태계에 미치는 위협을 알리는 캠페인을 진행했습니다. 가수 겸 배우 김동완 씨가 성우로 참여한 애니메이션 '터틀저니'는 47만 건이 넘는 조회수를 기록하며 많은 관심을 받았습니다.
- 아이들에게 해양 보호의 중요성에 대해 알리고, 창의적이고 즐겁게 아이들이 해양 보호 캠페인에 동참할 수 있도록 '어린이 바다보호 그림 그리기 챌린지'를 개최했습니다. 한 달 동안 총 2,104명의 어린이들이 참여해 멋진 그림을 보내주셨습니다.
- 4월 22일 지구의 날을 맞아 해수부의 문성혁 장관, 외교부 강경화 장관에 해양 보호구역 확대를 촉구하는 전 세계 시민 310만 명의 서명을 전달했습니다.

불법어업 및 남획- 타이베이 사무소
1,099,422,007원

- 타이베이 사무소는 어선의 운영을 엄격히 규제하고 불법, 미신고 및 규제되지 않은 어업 활동을 방지하고 관련 사업에 대한 거래를 거부 할 것을 수산부와 수산업계에 지속적으로 촉구합니다.
- 미국, 인도네시아 사무소와 다국적 팀을 장기적으로 구성하여 외국인 어부와 중개인, 선주 및 양식업 운영자, 소비자 시장 등을 조사하고 추적하여 불법 연루 협의가 있는 대만 어선 2척을 폭로했습니다. 편의치적 선박(세금을 줄이고 값 싼 외국인 선원을 승선시키기 위해 선주가 선박을 자기 나라에 등록하지 않고 제3국에 등록한 선박)에서 벌어지는 인권 침해 실태를 폭로하는 보고서를 발표했습니다. 이 보고서는 42개 언론 매체에 소개되었습니다. 이에 미국 노동부는 처음으로 대만의 수산 제품을 인권 침해와 잠재적으로 관련 된 제품 목록에 포함시켰으며, 대만 정부는 문제 해결을 위해 법안 논의를 시작했습니다.
- 전 세계 34개 국제 NGO와 공동 성명을 발표하고 행정원, 노동부, 농업 협의회 수산부에 공식 서한을 보내 대만 정부에 강제 노동 관련 문제 개선 조치를 촉구했습니다.
- 7개 지역 NGO와 협력해 이주 어민 인권 연합을 설립하고, 내무부에서 주최한 인신 매매 퇴치 국제 워크숍에 참여해 정부에 자원 투자 및 대응을 요청했습니다.
- 타이베이와 가오슝에서 어업 관련 전시회를 개최해 약 1만 명의 시민들이 참여했습니다. 600여 명의 시민들이 현장에서 수산업 기업인 FCF에 지속가능한 정책을 만들것을 요청하는 엽서를 썼습니다. 대중의 압박이 더해지자 FCF는 2020년 말 새로운 지속가능한 비전을 발표했습니다.

불법어업 및 남획- 베이징 사무소
23,553,729원

- 베이징 사무소는 중국 정부에 원양어업 업계 관리 개선 및 지속가능한 방향으로의 전환을 지속해서 요구하고 있습니다. 공해에서 진행한 조사 결과를 바탕으로, 그린피스는 정책 입안자들에게 정책 권고안을 제출하고 지속가능한 원양어업을 지원하고 촉진하기 위한 정책 변화를 가속화했습니다.

산림보호

총액 853,269,876원

글로벌 산림 보호
8,054,928원

- 브라질, 인도네시아, 호주, 시베리아, 캘리포니아 및 아마존을 포함한 전 세계의 대규모 산불에 대응하기 위해 전 세계 사무소와 온라인으로 협업하고 소중한 삼림을 보호하기 위해 관련 최신 이슈를 대중에게 지속적으로 소개합니다.
- 브라질, 인도네시아, 호주, 시베리아, 캘리포니아 및 아마존을 포함한 전 세계의 대규모 산불에 대응하기 위해 전 세계 사무소와 온라인으로 협업하고 소중한 삼림을 보호하기 위해 관련 최신 이슈를 대중에게 지속적으로 소개합니다.
- 전 세계적으로 삼림파괴와 연관된 기업들에 '삼림파괴 제로' 제도를 도입하고 보급망을 철저히 관리할 것을 요구하고 있습니다. 전 세계 120만 명의 시민들이 EU 국가에 삼림 벌채 및 인권 침해와 연결된 제품을 수입하는 것을 거부하며 행동에 나섰습니다. 홍콩에서는 아마존을 파괴하면서 생산된 소고기 제품을 판매하는 수퍼마켓을 찾아 삼림파괴의 현실을 알렸고, 지역 뉴스에 중요하게 소개되었습니다. 그 결과 파크앤샵은 삼림파괴와 관련된 공급업체와의 거래를 중단하겠다고 밝혔습니다.
- 영국 사무소에서 제작한 애니메이션 "부엌에 괴물이 찾아온 이유는?"이 전 세계적으로 큰 호응을 얻었습니다. 아마존 열대 우림 파괴와 관련한 진실을 흥미롭게 설명한 이 영상은 한국에서만 67만 건의 조회수를 기록했습니다.
- 화석연료와 호주 화재의 관계를 지적하고 에너지 전환을 촉구하는 "더러운 전기" 보고서를 발행했습니다.
- 수년간 인도네시아 열대 우림 화재를 막기 위해 산림 벌채 중단을 요구하는 캠페인을 진행하고 있습니다. 2020년 9월 연구 보고서 "불타는 숲(Burning up)"을 발표하고, 열대 우림 화재로 인해 생성된 스모그가 인도네시아 어린이의 사망률에 영향을 미쳤음을 밝혔습니다.
- 2020년 9월에 개최된 유엔 생물 다양성 협약(CBD)과 관련해 주요 사무국, 공동의장, NGO 및 언론 등 주요 당사자들과 소통하고 관계를 구축했습니다. 베이징 팀은 CBD 사무국과 두 차례 공식 회의를 열고 NGO들과 중국 정부가 생물 다양성 보호에 대해 논할 수 있는 기회를 마련했습니다. 중국 정부는 협약에 참가한 주요 국가들과 함께 생물다양성 보존을 약속하는 공식 성명서를 발표했습니다.

아시아 코끼리 보호
340,387,823원

- 베이징 사무소는 증가하고 있는 인간-코끼리 갈등을 완화하기 위해 윈난성 시솽반나 지역의 아시아 코끼리 서식지 복원을 위한 현장 작업을 지속적으로 지원하고 있습니다. 생물다양성 및 서식지 복원에 대한 대중의 이해를 높이고 외래종 제거, 황폐화 된 토지 관리 및 고유식생 생태복원을 위해 지역사회와 협력했습니다. 지금까지 각각 47헥타르, 27헥타르의 황폐화 된 부지 두 곳이 고유 식생으로 복원되었습니다. 지역의 보호구역과 협력해 지역 야생 동물 모니터링 시스템을 개선하고, 관리 및 과학 연구를 지원하기 위해 국립 자연보호구역에 두 세트의 야생동물 모니터링 장비를 설치했습니다.
- 멸종위기종에 대한 대중의 관심을 높이고 교육하기 위해 3편으로 이루어진 단편 다큐멘터리 시리즈를 제작했습니다. 인기 만화가와 협력해 열대우림에서 아시아 코끼리가 맡고 있는 독특한 생태적 역할을 설명하는 만화를 제작했습니다. 다큐멘터리와 만화 모두 온라인에서 큰 호응을 얻었습니다.

생명다양성 기록
504,827,125원

- 인간과 자연의 관계의 중요성을 강조하고, 코비드 기간 동안 생물 다양성과 자연생태계가 지구의 생명과 공중 보건을 어떻게 지원하고 영향을 미치는지에 대한 담론을 형성했습니다. 주요 인플루언서들과 협력해 생물다양성의 중요성을 알리는 영상 콘텐츠 시리즈를 제작해 1백만 건 이상 조회수를 기록했습니다.

독성물질 제거

총액 2,724,536,717원

플라스틱 프리_서울사무소
520,060,889원

- 지속적인 플라스틱 제로 캠페인 결과, 롯데마트가 플라스틱 사용 감축을 아시아 최초로 선언했습니다. 롯데마트는 한국에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인 중 하나로, 일회용 플라스틱 사용을 2025년까지 50% 감축하겠다고 약속했습니다. 뒤이어 이마트 역시 에코 리필 스테이션을 설치하고 세제와 섬유유연제 등을 고객들이 가져온 통에 직접 담아 갈 수 있는 서비스를 시작했습니다.
- 일회용 플라스틱 사용 감축을 위해 시민들이 자발적으로 참여할 수 있는 '용기내' 프로젝트를 시작해 큰 호응을 얻었습니다. 시민들이 직접 가져간 용기에 음식이나 식료품을 포장해 오는 방식으로 인기 배우 류준열 씨, 류승룡 씨, 박진희 씨가 동참해 더 큰 관심을 얻었습니다. '#용기내' 해시태그를 사용한 시민들의 소셜미디어 게시글은 18,000건이 넘는 등 많은 참여가 이어졌습니다.

플라스틱 프리_홍콩사무소
217,991,836원

- 홍콩 사무소는 개발도상국에 불법 수출되었다가 돌아온 플라스틱 쓰레기 컨테이너 문제를 지속적으로 조사하여 환경부에 홍콩의 플라스틱 수출입 규율을 강화할 것을 요구했습니다. 그 결과, 제대로 분류되지 않았거나 오염된 플라스틱은 수출입이 금지됩니다.
- 글로벌 폐기물 거래 이니셔티브에 수집된 데이터를 분석하는 전문 기술을 지원했습니다. 이는 2018년 중국의 폐기물 수입 금지 이후 플라스틱 폐기물의 글로벌 수출입 변화를 이해하고, 플라스틱 폐기물 증가와 관련된 오염 및 환경 피해를 폭로하는 글로벌 프로젝트의 중요한 초석이 되었습니다.
- 지속적인 지역 플라스틱 캠페인을 통해 슈퍼마켓에서 일회용 플라스틱 사용을 줄여나가고 있습니다. 2020년 5월에는 "계산대의 플라스틱:홍콩 슈퍼마켓 플라스틱 랭킹" 보고서를 발표하고 플라스틱을 사용하지 않기 위한 슈퍼마켓 체인들의 노력과 성과를 평가했습니다. 보고서가 발표된 이후 홍콩의 주요 슈퍼마켓 체인인 웰컴(Wellcome)은 플라스틱 사용을 줄이기 위한 새로운 계획을 발표했으며, 파크앤샵(ParknShop)은 2030년 달성을 목표로 더 많은 리필 스테이션을 설치, 플라스틱 포장 감소 및 재사용 조치를 위한 로드맵을 포함한 새로운 플라스틱 프리 방안을 발표했습니다.

플라스틱 프리_
타이베이 사무소
1,119,244,770원

- 타이베이 사무소는 소매업체의 일회용 플라스틱 사용 감축을 위해 시민들과 함께 다양한 브랜드들을 대상으로 강력한 캠페인을 펼쳤습니다. 그 결과 대형 편의점 체인인 세븐일레븐이 캠페인에 동참해 플라스틱 감소 계획을 밝혔습니다. 이들은 플라스틱 포장재 사용량을 공개하고 더 투명하게 플라스틱 사용량을 밝힐 것을 약속했습니다. 또한 지속적인 캠페인 끝에 세븐일레븐은 대만 내 매장에서 컵 대여 옵션을 새롭게 시범 운영하기로 했습니다. 대만 내에서 두 번째로 큰 편의점 체인인 패밀리마트 역시 도시락 박스 재사용 프로그램을 시작했습니다.
- 기업의 플라스틱 사용과 감소 정책, 실행 계획에 대한 세부 사항을 알아보기 위해 대만의 9개 주요 소매 업체를 대상으로 기업 설문조사를 실시했습니다. 또한 기업 대표, 정부 관계자 및 대체재 제작 업체 등 해당 분야 주요 참가자 177명이 참석한 다중이해관계자 포럼을 개최하여 플라스틱 대체재 공급자와 소매업체 간의 성공적인 소통의 장을 마련했습니다.
- 날이 갈수록 일회용 플라스틱 사용량이 늘어나면서, 대만 정부가 약속했던 일회용 플라스틱 잠재적 사용 중단 계획이 실패했음을 폭로했습니다. 이 캠페인은 정부의 정책 실패에 의문을 제기하며 환경보호국에 보다 야심 찬 계획을 촉구한 국회의원 및 대중의 관심을 끌었습니다. 그린피스는 추후 환경보호국과 직접 소통했으며, 환경보호국은 플라스틱 사용에 대한 전면적인 조사 진행, 그에 따른 감축 계획 검토, 22개 레스토랑의 배달 서비스에서 순환 모델 시범운영을 약속했습니다.

플라스틱 프리_
베이징 사무소
774,935,304원

- 중국의 온라인 쇼핑 배달로 인해 발생하는 연간 폐기물량과 탄소발자국을 계산한 보고서를 발표했습니다. 8개 주당국은 이 보고서를 바탕으로 재사용 가능한 배송 포장 시스템을 장려하기 위한 조치를 구체화하고 2025년 말까지 최소 1천만 개의 재사용 가능한 배송 상자를 시장에 유통할 것을 명시한 정책 문서를 발표했습니다.
- 중국 대중에 플라스틱 문제에 대해 알리기 위해, 상하이의 음악 페스티벌과 협업하여 관객들에게 음료수 컵/텀블러 등을 직접 가져올 것을 적극 권유하는 이벤트를 진행했습니다.

Rethink IT
70,531,748원

- 향후 폐기된 전기차 배터리가 급격히 증가해 환경에 큰 부담을 줄 것을 고려해, 전기차 리튬 이온 배터리의 용도 변경의 중요성을 강조하는 보고서를 발표했습니다. 전기차 판매 증가로 리튬과 코발트의 광물 공급 역시 불안정해질 수 있습니다.
- 우리는 세 명의 전기차 및 에너지 저장 업계의 관계자들을 초대해 2시간 동안 온라인 세미나를 개최했으며, 6,600여 명의 시민들이 세미나를 시청했습니다.

수자원 오염
21,772,170원

- 베이징 사무소는 중국의 오염 책임 보험 시스템에 대한 보고서를 발표했습니다. 이 제도는 배출 규정 위반 시 수질 오염 주체가 비용을 지불하도록 보장하는 재정적 장치입니다. 보험 시스템의 효과와 한계를 검토하고 해결책을 제시한 보고서는 주요 언론을 포함 18개의 언론에서 광범위하게 다루어졌습니다.

교차 캠페인

총액 926,261,926원

도시 개발
639,403,985원

- 홍콩 사무소는 경제학자와 협력하여 '란타우 투모로우' 프로젝트가 홍콩의 공공 재정에 미치는 영향을 연구했으며, 이 프로젝트가 11년 안에 재정 비축액을 고갈시킬 수 있음을 밝혀냈습니다. '란타우 투모로우'는 대규모 매립을 통해 인공섬을 만드는 프로젝트로 해양생태계에 심각한 악영향을 미칠 것으로 예상됩니다.
- 홍콩 정부의 매립 프로젝트 중단을 요청하며 15만 명 이상이 서명에 동참했습니다.
- 여러 활동가 및 시민들과 함께 비폭력 직접 행동을 펼쳤습니다. 8곳의 다른 환경 NGO와 협업해, 중앙정부청사 앞에서 신규 토지 개발 대신 재개발용 토지를 사용할 것을 요구하는 배너 액션을 펼쳤습니다. 또한 두 명의 파일럿과 함께 '란타우를 지켜주세요'라는 메시지가 적힌 패러글라이드를 타는 퍼포먼스를 진행했습니다. 이 비폭력 직접 행동은 란타우섬 보호를 위한 대중의 관심을 불러일으켰습니다.

대만 신규 프로젝트
286,857,941원

- 타이베이 사무소는 "초록빛 목소리"라는 비디오 시리즈를 제작해, 기후변화에 대한 정확한 정보를 흥미롭게 전달하였습니다. 이 시리즈는 총 50만 건의 조회수를 기록하며 큰 호응을 얻었습니다. 이 시리즈를 통해 인권, 해양 보호, 기술, 동물 보호, 농업 등 다양한 관점에서 기후위기가 미치는 영향에 대해 이야기했습니다.
- 2020년 여름, 대만 바다의 산호초 백화현상을 기록해 대중에 알렸습니다. 이 소식은 신문 1면을 장식하며 다이버 커뮤니티는 물론 학계와 정부가 관련 논의를 시작하는 데 큰 영향을 주었습니다.

국제 그린피스 활동 지원

총액 4,463,063,714원

동남아시아
지역 환경 캠페인 지원
4,391,269,108원

- 2020년 그린피스 동남아시아의 환경 보호 프로젝트를 지원했습니다. 기후 프로젝트 3개, 삼림보호 프로젝트 2개, 플라스틱 프로젝트 2개, 지속가능한 도시개발 프로젝트 1개, 해양보호 프로젝트 1개, 긴급대응 및 지역사회 참여, 홍보 캠페인을 지원했습니다. 자세한 캠페인 성과는 아래와 같습니다.
- **탈 화석 연료**
  - 지속 가능한 에너지 정책 개선, 해외 석탄 투자 중단, 동남아시아 국가 내 에너지 전환 실현을 위해 그린피스 동아시아 및 인터내셔널이 협업해 캠페인을 진행했습니다.
  - 그린피스가 2020년 9월 동남아시아 전력 부문 성적표를 발표한 지 불과 3주 만에 필리핀 정부가 신규 석탄 발전소 건설에 대해 모라토리엄을 발표했습니다.
  - 수개월에 걸쳐 기업들을 대상으로 석탄화력발전소 투자 중단을 요청하는 캠페인을 펼친 끝에, 말레이시아 CIMB(동남아 최대 금융그룹)가 2040년까지 단계적으로 석탄화력발전 투자를 중단하겠다고 발표했습니다.

- **대기 오염**
- 글로벌 대기오염 팀의 일원으로 동아시아 지부 프로젝트팀은 전 세계 대기질 및 화석 연료 사용 동향 추적 연구에 참여했습니다. 대기질 기술 전문 기업 아이큐에어와 협업해 관련 보고서 및 온라인 툴을 제작해 발표하는 등 대중의 인식을 높이기 위한 프로젝트를 진행했습니다.
- 보고서 "유독한 공기:화석 연료의 대가"를 발표하고 화석 연료로 인한 대기 오염의 심각성과 그로 인한 비용을 밝히고, 우리의 건강과 지역사회를 지킬 수 있는 해결책을 제시했습니다.
- 지역사회와 함께 "도로 공유" 이니셔티브를 조직하여 더 많은 사람들이 자전거 타기에 동참하도록 장려하는 한편 안전한 자전거 도로를 확대할 수 있도록 지속 가능한 도시계획을 촉구했습니다.
- **삼림 보호**
- 다방면 전문가들로 이루어진 리서치 그룹으로 인권과 환경 문제 등을 과학 수사기법으로 재구성하여 진실이 드러나도록 돕는 활동을 하는 "포렌식 아키텍처"와 협업해 인도네시아의 플랜테이션/ 에너지 대기업인 코린도가 인도네시아 파푸아 우림 개간을 위한 고의적 화재와 삼림파괴에 관련되어 있음을 밝혀냈습니다. 조사팀은 비디오, 사진, 항공사진 등 다양한 형식으로 조사 결과를 발표하였으며 전 세계 주요 언론의 큰 관심을 받았습니다.
- 인도네시아 사무소는 여행금지 조치가 효과적인 불법 벌목 모니터링을 방해하고 있으며, 위반 사항을 해결할 수 있는 법적 조치가 미흡한 현실을 폭로했습니다. 팜유 업계 개혁 및 더욱 엄격한 통제가 이루어질 수 있도록 전 세계 그린피스 사무소들과 힘을 합쳐 지속적인 로비를 펼쳤습니다.
- **지속 가능한 어업**
- 그린피스 미국 사무소, 동아시아 지부와 함께 장기적인 협동팀을 구성해 동아시아 및 동남아시아의 어업 이해관계자들의 역할을 다양한 측면에서 조사하고 정부에 지속 가능한 어업을 위해 노력하도록 압력을 가하는 활동을 진행했습니다.
- 대만 원양 어업의 강제 노동 및 불법 어업 실태를 밝히는 보고서 "일렁이는 바다"를 발표하고, 산업 어업으로 인한 해양 생태계 파괴를 폭로하는 콘텐츠 시리즈를 제작했습니다. 또한 지역의 노동 단체와 협업해 인권 침해 실태를 기록했습니다.
- 지방 정부를 지원해 해상 순찰 및 불법 어업으로 의심되는 선박을 식별하는 활동을 진행했습니다. 불법 어업에 대한 직접 조사하고 기록한 정보들을 공개해 언론에 소개하고 대중의 인지도를 높였습니다.

글로벌 조사 및 캠페인
71,794,606원

- 끊임없이 변화하는 외부 환경에 대응해 전 세계 그린피스 사무소를 지원하는 글로벌 팀 활동에 동참했습니다. 2020년에는 특히 코비드의 영향 아래 어려운 시기에 역량을 강화하고 더 많은 사람들과 협력하여 캠페인 설계 및 전략을 조정하기 위한 글로벌 네트워크를 지원합니다.
- 환경 저하와 불평등 및 갈등이 지속되는 근본 원인과 시스템적인 해결을 위한 내부 모니터링 및 프로젝트 평가를 위한 도구를 개발했습니다.

캠페인 지원

총액 7,586,900,176원

1. 미디어 및 온오프라인 캠페인 커뮤니케이션

총액 4,393,272,265원

캠페인 언론 홍보, 브랜드 구축 및 대중 인식 조사
1,721,164,737원

- 동아시아 지부 캠페인 프로젝트를 28명의 스태프가 진행합니다.
- 환경문제에 대한 대중의 인식을 높이고 캠페인을 알려 영향력을 극대화하기 위해 미디어를 활용해 캠페인 메시지와 정보를 알립니다. 기자회견을 진행하거나, 인터뷰 진행, 국내외 미디어 출연 및 보도자료 전달 등 활동을 진행합니다.
- 외부 커뮤니케이션 전략을 동아시아 지역 환경에 맞게 조정하여 모든 환경 보호 프로젝트와 그린피스에 대한 대중의 인식이 조직의 이미지 및 가치와 일치하도록 브랜드를 구축합니다.
- 지부 내 4개국의 국내외 캠페인 활동 및 환경 관련 기사를 매일 모니터링하고, 외부 커뮤니케이션 전략을 개선하기 위한 키워드, 기사 및 환경 뉴스의 데이터를 수집합니다.

- 더 큰 캠페인 영향력을 이끌기 위해 분석 및 커뮤니케이션 분야의 혁신 및 향상을 위해 지원합니다.
- 그린피스의 환경 캠페인 경험을 공유하고, 지역 파트너 단체나 개인이 환경 문제를 모니터링하고 제보할 수 있도록 지원합니다.
- 최신 경향을 분석해 그린피스의 활동과 캠페인 메시지, 핵심 가치를 전하는 비디오, 브로슈어, 책자 등을 제작합니다.
- 학교, 대학교 및 인플루언서들과 협력해 친환경적인 생활 방식을 알립니다.
- 지역사회 단체들과 협업해 환경 캠페인을 진행하여 더 많은 시민들의 목소리를 전하고 다양한 방법으로 변화를 만듭니다.

디지털, 온라인/오프라인 시민 참여 및 커뮤니케이션 리서치
682,171,612원

- 미디어 정보 분석, 프로젝트 커뮤니케이션, 멀티미디어 작업 및 소셜 미디어 플랫폼 관리를 개선하고 혁신하기 위해 노력합니다. 더 많은 시민들이 환경 캠페인에 동참하여 더 큰 변화와 성과를 거둘 수 있도록 디지털을 통한 다양한 시민참여 프로젝트를 진행했습니다.
- 각 지역에서 진행하는 환경 보호 프로젝트 외에도 기후에너지, 북극 보호, 해양 보호, 삼림 보호 등 전 세계 그린피스 사무소가 진행하는 글로벌 캠페인을 지원하고 참여했습니다. 국경 없는 환경 문제 해결을 위해, 전 지구 환경에 큰 영향을 미치는 캠페인에 동아시아 지역 시민들이 동참함으로써 정부 및 주요 의사결정권자들을 압박할 수 있습니다.
- 환경 문제에 대한 시민들의 인식을 더 잘 이해하기 위해 시장 및 대중 조사를 진행하고, 최신 커뮤니케이션 트렌드에 발 맞추어 캠페인 소식을 전하고 참여를 독려할 수 있도록 창의적인 소통 방식을 위해 트레이닝을 진행합니다.

환경 문제 관련 데이터 분석
819,179,687원

- 환경 문제를 파악하고 그린피스의 캠페인 메시지를 평가하기 위해 환경 관련 뉴스 및 소셜 미디어 게시물에 대한 양적, 질적 분석을 진행합니다. 소셜 미디어에서 다루어지는 환경 문제에 대한 데이터를 수집합니다.

멀티미디어
552,950,219원

- 환경파괴 현장을 찾아가 기록하고, 캠페인을 대중들에게 알리기 위해 사진, 일러스트, 비디오를 제작합니다. 미디어에 그린피스의 멀티미디어 자료를 배포하는 라이브러리를 운영하며, 온라인 캠페인을 위한 새로운 프로그램을 개발합니다.

후원자 커뮤니케이션
617,806,010원

- 후원자를 대상으로 하는 연차보고서를 발행하며, 후원자 및 지지자들을 대상으로 다양한 환경 뉴스와 캠페인 소식을 알리기 위해 각종 커뮤니케이션 콘텐츠를 제작하고 배포합니다.

2. 비폭력 직접 행동 및 시민참여 프로젝트

총액 1,107,793,491원

지역 비폭력 직접 행동 및 오프라인 시민 참여
139,610,745원

- 캠페인을 위한 비폭력 직접 행동(NVDA) 전반, 트레이닝 관리, 지역의 활동가 및 시민들의 오프라인 캠페인 참여 활동을 지원합니다.

트레이닝 및 장비
724,392,344원

- 캠페인을 위한 비폭력 직접 행동 트레이닝을 진행합니다. 필요한 장비를 구입하고 관리합니다.

창고
243,790,402원

- 장비 보관 및 행사용 창고를 운영합니다.(대여비, 관리, 보수)

3. 정책, 사업 및 과학 연구

총액 2,085,834,420원

지역 조사 및 연구
621,135,249원

- 지부 내 조사 및 연구를 진행하고 관리합니다. 다양한 환경 문제를 알리고, 환경오염 근절을 위한 실질적 해결책을 제시합니다. 긴급 환경재해에 빠르게 대응하고 현장에 인력을 파견해 근본 원인을 파악하고 기록합니다.

연구 역량 개발
55,555,371원

- 장소 스카우팅, 샘플링, 온라인 조사 등 연구를 위한 정규 트레이닝을 진행합니다. 장비 관리, 모범 사례연구, 위험 평가 및 보안 등 워크숍을 진행합니다.

고급 인지과학 적용
1,017,180,900원

- 환경 문제의 근본적 원인과 시민들의 사고방식을 변화시켜 사회적인 변화를 이끌어내기 위해 고급 인지과학(신경과학, 심리학, 언어학 등)을 캠페인에 적용할 수 있도록 그린피스 주요 사무소 전체의 과학적 역량을 강화합니다.
- 사회 변화를 만들기 위해 전 세계 사무소에서 프로젝트 설계를 위한 교육 및 지침을 제공합니다.
- 총 5명의 팀원들이 협력사 및 전 세계 사무소들과 네트워크를 구축하고, 전략 및 대중 이해, 시스템 변화를 만들기 위한 시민들의 인식 변화를 위한 정보를 제공합니다.

정책 및 외부 업무
247,973,876원

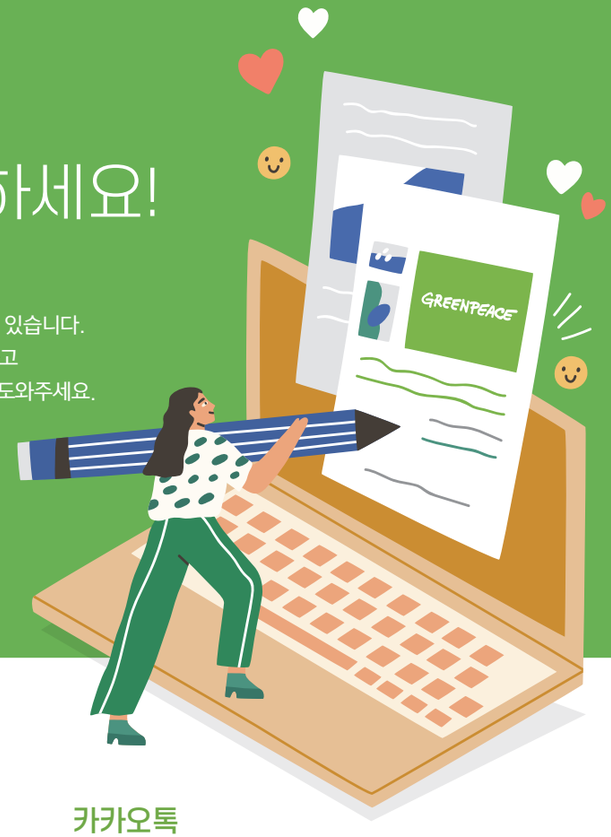
- 그린피스 캠페인과 관련해 정부 및 UN과 연락하고 자문을 제공합니다.
- 정부 주요 인사와 조사기관 및 다른 NGO와 유대 관계를 유지하며 다양한 환경 영향 평가 보고서를 모니터링하고, 관련 세미나에 참여합니다.

지속가능한 금융 및 사업
143,989,024원

- 비즈니스 관리자를 비롯해 금융전문가들이 지속 가능한 금융 캠페이너로 활동합니다. 환경을 위한 기업의 행동 변화를 만들기 위해 전략을 개발하고 실행하며, 전문적 자문을 제공합니다.
- 공개 비즈니스 포럼 등 투자 및 금융과 관련된 커뮤니티에 참여합니다.

온라인으로 그린피스와 소통하세요!

그린피스는 최신 환경 이슈와 캠페인 활동을 시민에게
알리고 소통하기 위해 다양한 온라인 채널을 운영하고 있습니다.
주변의 가족과 친구들에게 환경 캠페인 정보를 공유하고
더 많은 분들이 지구를 위한 행동에 동참할 수 있도록 도와주세요.
또한 그린피스의 소셜미디어에서는
최신 캠페인 소식은 물론 다양한 이벤트가
진행되고 있습니다. 캠페인 활동에도 참여하고,
특별한 추억을 만들 수 있는 그린피스 온라인 이벤트
활동에도 많은 참여와 관심 부탁드립니다.



소셜 미디어

www.facebook.com/greenpeacekorea

@greenpeacekorea

@greenpeacekorea

www.youtube.com/greenpeacekorea

팟캐스트 G식채널

카카오톡

그린피스를 카카오 플러스 친구에 추가하시면, 그린피스 챗봇 '그린이'를 통해 후원 문의를 하실 수 있습니다. 카카오톡에서 '그린피스 서울사무소' 를 검색하시거나, QR 코드를 통해 그린피스와 카카오 플러스 친구를 맺어 주세요.

'그린피스 서울사무소'

그린피스 홈페이지

그린피스 홈페이지에서는 캠페인 진행 상황과 성과를 더욱 쉽고 자세하게 확인하실 수 있고, 그린피스가 발간하는 과학 리포트도 확인하실 수 있습니다. 또한 후원 정보 확인은 물론 자원봉사자 신청이나 이벤트 참여 등 다양한 후원자 참여 공간이 마련되어 있습니다. 그린피스 홈페이지는 모바일로도 편하게 보실 수 있습니다.

www.greenpeace.org/korea

