

# 쓰레기 종량제 시행 4개월의 생활혁명

김종영  
매일경제신문 사회부기자

올 해는 새해 벽두부터 전국이 온통 쓰레기 문제로 들끓었다. 오나 가나 쓰레기 얘기였다. 쓰레기문제가 올해처럼 국민적 관심사로 대두된 적이 전국 이후 있었던가.

이제 쓰레기 종량제 시행 4개월이 지났다. 환경부는 종량제시행 이후 쓰레기 규격봉투사용율이 평균 98-99%에 이르고 전국적으로 쓰레기배출량이 40% 가깝게 줄었다고 들었다는 점을 애써 강조한다.

그러나 이같은 수치적인 의미보다 종량제는 쓰레기문제에 대한 국민적인 관심을 일시에 환기시켰다는 점에서 성공적인 것으로 평가된다. 무엇보다 중요한 것은 쓰레기가 곧 돈이라는 사실을 모든 이들에게 일깨워준 점일 것이다.

「도쿄가 쓰레기더미에 묻히고 있다」「미국의 쓰레기 매립장이 만원이다」라는 외신보도를 보면서 강 건너의 불처럼 무심했던 우리 국민이다.

몇해전 미국은 엄청난 쓰레기를 처리하지 못해 가까운 남미에 돈을 주고 쓰레기를 수출하려다 주민들의 반발로 실패한 일도 있었다.

「쓰레기=돈」「언젠가 치러야 할 외상값」이라는 귀중한 교훈을 쓰레기종량제는 우리 국민들에게 일깨워준 것이다.

그동안 쓰레기를 줄이면 환경오염을 막을 수 있고 재활용품은 재생되어 자원을 보호한다는 것은 누구나 알고 있었다.

그러나 알고 있던 평범한 사실을 생활에서 실행하는 일은 쉽지 않았다.

이제 쓰레기를 버리는 양만큼 돈을 내도록 요구하는 쓰레기종량제는 생활습관의 혁명을 일으키고 있다. 무심코 물건을 구입하거나 생활쓰레기를 아무렇게나 버리는 것을 망설이게 한다.

병이나 캔은 물론 행구고 비닐코팅이나 쇠붙이는 제거하고 종이도 지질에 따라 세분한다. 음식찌꺼기를 줄이고 1회용 상품사용을 억제하게 한다.

쓰레기를 줄이는 생활수칙이라는 것도 등장했다. 「장바구니를 가지고 다닌다」「물건을 살때 딱딱한 종이상자, 나무상자, 코팅포장지는 처음부터 받지 않는다」는 것 등이다.

벌써 「작고 버리기 편한 것이 아

름답다」는 새로운 가치관도 등장했다.

어쩌면 멀지 않은 장래에 사지 않는 것이 미덕으로 등장할 지도 모르는 일이다.

「4인용 소파 5년 사용 무료, 2백리터 냉장고 6년 사용 무료……」

최근 수도권지역에서 발간되는 지역생활정보지의 「팝니다」 코너에는 무료를 앞세운 중고품들이 부쩍 늘고 있다.

일부 아파트에는 각 가정의 현관문에 「각종 광고전단 사절」이라는 표지가 나붙기도 한다.

도시소비자들은 냉장고, 세탁기 등 대형가전제품을 구입하면서 대리점에 현 냉장고와 포장박스 등을 회수해가는 조건을 붙인다.

주부들은 아예 구입때부터 쓰레기 발생요인을 없애기 위해 치약이나 장난감 등을 살 때 그자리에서 포장지를 벗겨내는 습관을 도입하기도 한다.

이 모든 것이 쓰레기 종량제 실시 이후 등장하고 있는 새 풍속도다.

각 가정에서는 쓰레기가 많이 남는 식품을 기피대상 1호로 꼽고 있다. 특히 문제되는 부류는 육류

중 갈비, 생선가시 등의 뒤처리와 과일 등의 껍질 등이다. 다가오는 여름철에 쓰레기가 많이 나오는 수박 등은 소비자들의 호응을 얻지 못할 것으로 예견된다.

쓰레기를 줄이기 위한 묘안도 속출하고 있다. 가장 두드러진 현상은 상품 포장을 때내 버리고 알맹이만 가져가는 껍질 버리기가 꼽힌다. 동네 구멍가게, 시장, 정육점, 백화점에 이르기까지 상품 거래가 이루어지는 곳에서는 흔하게 볼 수 있다.

종량제 실시 이후 나타난 이같은 새 풍속도는 일시적인 현상이 아니라 우리의 생활습관으로 자리 잡아가고 있다. 「쓰레기도 돈」이라는 인식이 바탕에 깔려 있기 때문이다.

이같은 경제적 접근에서뿐 아니라 환경보전측면에서도 종량제에 거는 기대는 매우 크다.

그러나 쓰레기 종량제가 성공하기 위해서는 주민, 자치단체, 중앙정부, 기업의 협력이 무엇보다 필요하다. 99명의 주민이 제대로 분리수거를 하더라도 1명이 이를 지키지 않으면 99명의 노력은 헛되이 끝나고 만다.

종량제 실행기관인 지방자치단체는 분리된 쓰레기를 적절하게 수거, 운반, 처리해야 한다.

중앙정부는 재활용산업이 시장성을 지닐 수 있도록 기술개발지원과 판매지원책을 마련해야 한다. 중앙, 지방정부의 역할이 그 어느때보다 절실한 시점이다.

기업은 생산 및 유통과정에서 원천적으로 쓰레기를 적게 배출하



▲ 이제 쓰레기를 버리는 양만큼 돈을 내도록 요구하는 쓰레기종량제는 생활습관의 혁명을 일으키고 있다.

**고장이 났다고 해서 무조건 버리는 것이 아니라 고쳐 쓸 수 있는 지 다시 생각하는 사람도 늘고 있다.**  
**내용물을 다쓰면 용기를 버리는 것이 아니라 재사용할 수 있는 길이 있는 지 연구하는 것도 미덕으로 자리잡고 있다.**  
**크고 아름답고 새로운 것이 좋다는 소비적 사고와 가치관도 작고 낡고 오래된 것이 좋다는 마음가짐으로 바뀌고 있는 것이다.**

는 상품을 생산하고 유통시켜야 하는 과제를 떠맡게 됐다.

쓰레기 종량제 실시를 계기로 우리 모두의 생활혁명이 시작됐다.

고장이 났다고 해서 무조건 버리는 것이 아니라 고쳐 쓸 수 있는 지 다시 생각하는 사람도 늘고 있다.

내용물을 다쓰면 용기를 버리는 것이 아니라 재사용할 수 있는 길이 있는지 연구하는 것도 미덕으로 자리잡고 있다.

크고 아름답고 새로운 것이 좋다는 소비적 사고와 가치관도 작고 낡고 오래된 것이 좋다는 마음가짐으로 바뀌고 있는 것이다.

환경친화적인 가치관과 검약정신 고쳐쓰는 습관을 기르는 것이 무엇보다 중요한 시점이다. ◀