

녹색소비자 운동을 제안하며

박영숙(한국환경·사회정책연구소 소장)

주어진 제목이 “녹색소비자 운동을 제안하며”이다. 오늘의 지구환경위기가 대량생산, 대량소비, 그리고 대량폐기가 원인이라고 할 때 인간이 살아남기 위해 하나밖에 없는 지구를 살리기 위한 모든 환경운동이 바로 녹색소비자운동이라고 보면 운동은 이미 오래 전에 시작된 것이다. 그럼에도 운동의 제안을 새삼 해야 한다면 환경운동이 잘못되어 있다는 것인가! 그렇다면 어떻게 바로 잡아야 하는가? 분명한 것은 환경에 대한 위기의식이 생활실천으로 이어지지 않고 있다는 것이다.

NSI의 우리나라 환경관련 갤럽조사에서 오늘의 현실에서 가장 부정적인 요인으로서 일반국민 88.3% 그리고 여론주도층의 92.1%가 환경문제를 들고 있으며 일반국민 88.5%와 여론주도층 94.8%가 경제성장을 늦추더라도 환경보호를 우선해야 한다는 것으로 나타났다. 이렇게 높게 나타난 국민의 환경의식에도 불구하고 우리가 살고 있는 환경은 계속 악화추세에 있다. 그것은 환경의식과 생활실천이 분리되어 있다는 증거이다. 이런 상황에서 실천운동으로서의 녹색소비자운동의 제창은 의미가 크다.

World Watch연구소에서는 '92년도 세계의 소비계층을 세집단으로 구분하고 그 인구비율을 다소비층 20%, 중간층 60% 그리고 빈곤층 20%로 보고 있다. 다소비층이란 국민소득이 7,500불 이상인 국가에서 사는 사람들이다. 이 연구소에서는 '92년도에 이미 우리나라를 다소비 국가로 구분하고 있다.

소비하면 폐기물이 생기게 마련이다. 생활수준이 높아질수록 폐기물 배출량은 증가한다. 우리나라의 폐기물 배출량은 해마다 늘어나고 있으며 선진국 어느 나라에 비해서도 많다. 우리는 환경친화적인 생활원칙의 가장 중요한 과제로서 녹색소비자로서의 삶의 양식을 반성해야 하는 자리에 와 있다.

우리가 보통 생각하고 있는 녹색소비자라면 물품을 구입할 때 그것을 위한 원료의 채취 및 제조과정에서 환경을 고려하였는지, 에너지 절약형인지, 수리해서 재사용이 가능한지, 폐기할 때 재활용이 가능하게 되어 있는지 등을 살피며 최종 폐기도 환경친화적으로 하기를 노력한다. 그리고 값을 더 치르는 한이 있어도 재생용품을 구입하고, 대중교통수단을 이용하며 가정에서나 사무실에서 한 등의 전기와 한 컵의 물을 아끼는 일에도 게을리 하지 않는다. 그러나 세계 인구는 계속 증가하고 있고 그리고 세계의 80%의 자원을 20%의 인구가 소모하는 생활수준을 목표로 80%의 인구가 즐달음치고 있는 상황에서 녹색소비자들이 소비억제의 불편을 외면한 채 소비행태가 환경친화적이라고 해서 지구의 지속가능성을 기대할수 있다고 생각하지는 않는다.

지면 관계로 후자의 질문은 접어둔 채 여기에서 문제삼으려는 것은 지금의 우리의 현실이 보통 녹색소비자의 생활양식이나마 할 수 있는 환경이 마련되어 있는가 하는 것이

다. 우리에게 ^{제임}는 녹색소비생활에 없어서는 안되는 이미 다른 나라들에서는 베스트 셀러의 자리를 굳히고 있는 녹색지침서조차 없다. 미국의 케네디대통령이 1962년 3월 미국의회에 보낸 소비자의 권리에 관한 메시지에서 소비자의 4대 권리를 명시하고 있다. 그것은 ①안전에 관한 권리 ②정확한 정보를 얻을 수 있는 권리 ③상품을 선택할 수 있는 권리 ④소비자의 의사를 정책에 반영할 수 있는 권리 등이다. 우리에게 ^{제임}는 그중 어느 것도 충족되지 못하고 있다.

환경마크협회는 우리나라의 환경친화적인 상품을 인증하고 관리하는 기구이다. '96년 2월 현재 34개군의 120개업체의 213종의 품목을 환경마크상품으로 인증한것으로 알고 있다. 협회는 인증상품에 대한 사후관리를 보다 효과적으로 하기 위해 오는 5월부터 「환경마크 상품 평가단」을 우선 30개 시민단체의 300명으로 구성하여 물품을 소비자들이 직접 써 보고 평가하도록 한다고 한다. 이것은 바람직한 일이다.

우리나라의 환경마크 인증제도는 아직 연륜이 짧아 소비와 생산구조에 뿌리 내리지 못하고 있어서 이 제도를 국가가 관리하거나 민간단체가 활발하게 전개하고 있는 나라들에 비해 부여 상품종이 극히 부분적이기 때문에 녹색소비와 생산에 영향을 미치지 못하고 있다. 바라기는 평가단의 활동범위를 인증상품만을 대상으로 할 것이 아니라 전반적인 생필품으로 확대하여 그 평가결과를 소비자들에게 공개하므로 소비자에게는 소비행위의 지침으로 그리고 생산자에게는 환경상품개발의 동인이 되었으면 하는 것이다.

녹색소비자의 생활양식은 의식만으로 성취되지 않으며 작은 일부터 실천하는 데서 가능해진다. 생활양식의 변화는 불편이 따르며 혼자서는 할 수 없다. 서로 독려해가며 정보를 교환하고 변화를 위한 압력의 역할을 감당하기 위해서는 개개의 힘을 묶어야 한다. 바로 녹색소비자운동을 전개하는 것이다. 이 운동의 시작을 환경마크협회가 「환경마크 상품 평가단」의 발족을 계기로 담당해야 한다고 감히 제안한다.

녹색소비자 운동을 제언하면

백영옥 (한국환경·사회정책연구소 소장)

주어진 제목이 "녹색소비자 운동을 제언하면"이다. 오늘날 지구환경 위기가 대량생산, 대량소비, 그리고 대량폐기가 원인이라고 할때 인건이 저렴하기 위해 해외에서 값싼 자원을 살리기 위한 모든 환경운동이 바로 녹색소비자운동이라고 보면 운동은 이미 오래전에 시작된 것이다. 그럼에도 운동의 제언을 새삼해야 한다면 환경운동이 잘못되어 있다는 것인가! 그렇다면 어떻게 바로잡아야 하는가? 분명한 것은 환경에 대한 위기의식이 생활실천으로 이어지고 있고 있다는 것이다.

NSI의 우리나라 환경관련 설문조사에서 73.5%의 여론주도층이 세계적인 문제로써 환경문제를 지적했으며 오늘날 환경에서 가장 부정적인 요인으로서는 일반국민 88.3% 그리고 여론주도층이 92.1%가 환경문제를 들고 있다. 반면 이나라 일반국민 88.5%와 여론주도층 94.8%가 경제성장을 늦추더라도 환경보호를 우선해야 한다는 것으로 나타났다.

이렇게 높은 나라별 국민이 환경의식에도 불구하고 오늘 우리가 살고 있는 환경은 계속 악화추세에 있다. 그것은 환경의식과 생활실천이 분리되어 있다는 증거이다. 이런상황에서 실천운동으로서의 녹색소비자운동이 제창은 아주 의미가 크다.

World Watch 연구소에서 세계의 소비계층을 세집단으로 구분하고 그 인구비율을 대소비층 20%, 중소비층 60% 그리고 빈민층 20%로 보고 있다. 대소비층이란 국민소득이 7,500불이상의 국가에서 사는 사람들을 뜻하며 풍족한 문명생활을 청량음료등을 취하며 자가용을 편용차량으로 그리고 1회용을 선호하는 계층을 지칭한다. 이연구에서 1921년도에 이미 우리나라를 대소비 국가로 구분하고 있다.

소비하면 폐기물이 생기게 마련이다. 생활수준이 높아질수록 폐기물 배출량이 증가한다. 우리나라의 폐기물 배출량은 해마다 느려지고 있으며 전진국 어느나라에 비해서도 많다. 그리고 그러다가 불안정하여 지역사회 곳곳에서 문제제기가 빈번한것이 현실이다. 우리는 환경친화적인 생활수준의 가질 중요한 과제로서 녹색소비자로서의 삶의 양식을 변형해야 하는 자리에 와 있다.

우리가 보통 생각하고 있는 녹색소비자라면 물품을 구입할때 그것을 위한 인원이 채워져야 제로 리빙에서 환경을 고려 하였는지, 에너지 절약행인지, 수리해서 재사용이 가능한지, 폐기할때 재활용이 가능하게 되어 있는지를 살피며 최종 폐기도 환경 친화적으로 하기를 노력한다. 그리고 값싼 더 치루는 것이 있어도 재생활용품을 구입하고, 대중교통수단을 이용하며 가정에서 사무실에서 한층이 더하기 환경의 몫을 이기는 마음으로 계속해 나가야 한다. 그러나 세계인구는 계속 증가하고 있고 그리고 세계의 80%의 자원을 20%의 인구가 소비하고 있는 생활수준을 목표로 80%의 인구가 올라갈 지는 있는 상황에서 녹색소비자들이 소비억제의 불편을 위해한채 소비행태가 환경친화적이라고 해서 지구의

지속가능성을 기대할수 있겠다 생각하러도 옳는다.

지배관 계로 주권이 장악의 정이 되며 여기에서 문제삼으려는 것은 지금의 우리의 현실이 보통독재소매의 생활양식이라는 것을 있는 환경이 되고되어 있다는 것이다. 우리에게는 독재소매생활에 있어서는 옳다는 이미 다른나라들에서는 예전의 생각의 지리를 둘러싸고 있는 독재정체수치와 없다. 미국의 케네디 대통령이 1962년 3월 미국의회에 보면 소매의 권리에 관한 연설에서 소매의 4대 권리를 명시하고 있다. 그것은 ① 안전에 관한 권리, ② 정확한 정보를 얻을수 있는 권리, ③ 상품을 선택할수 있는 권리, ④ 소매의 의사에 관한 권리가 된다. 우리에게는 2중 어느것도 충족되지 못하고 있다.

환경마크 제도는 우리나라의 환경친화적인 상품을 인증하고 관리하는 기구이다. '96년 2월 24일 3474호 12074호 제 21374 조약 법률을 환경마크상품으로 인증한 것으로 알고 있다. 정부는 인증상품에 대한 관리를 보다 효과적으로 하기 위해 오는 5월 부터 「환경마크 상품평가기」를 우선 30개 시·도·자치단체의 300명으로 구성하여 분리를 소비자 등이 직접 검토하고 평가하도록 한다고 한다. 이것은 바람직한 일이다.

우리나라의 환경마크 인증제도는 아직 언론이 접하여 소매생활상주요에 알려내려 못하고 있다. 이러한 이유를 국가관리기관 민간단체 합작하게 전개하고 있는 나라들에 비해 부채상품종이 주위 부채정기이기 때문에 독재소매생활에 영향을 미치지 못하고 있다. 비록 환경마크의 활동범위를 인증상품만을 대상으로 한것이 아니라 전반적인 생활품으로 확대하여 그 환경적 가치를 소비자들에게 공개하므로 소매업체는 소매행위의 지침으로 그런 상품들에게는 환경상품을 개발을 촉진하는 계기가 되야만 하는 것이다.

독재소매의 생활양식으로 의식반으로 사회까지 옳은데 주권은부터 실현하는 것이 가능하다. 생활양식의 변화는 부패의 대근대 호지서는 할수 없다. 서로 독립해가며 정보를 교환하고 변화를 위한 양행의 영향을 감당하게 위해서는 개개인의 힘을 묶어야 한다. 비록 독재소매가 옳은지 전개하는 것이다. 이 운동의 시작은 환경마크 제도를 「환경마크 상품평가기」의 발족을 계기로 단행해야 한다고 같이 제안한다.