지구 닦는 사람들

와이퍼스(WIPERTH)
(2020.03~현재)

● 요약

와이퍼스는 '닦는 사람(WIPER)'와 '지구(EARTH)'의 합성어로, 지구 닦는 사람들을 의미합니다. 동네, 산, 바다를 다니며 쓰레기를 줍고, 산불피해지에 나무를 심으며, 길거리에 버려진 꽁초를 주워 제조사로 보내 해결책을 촉구하는 등, 궁극적으로 지구를 닦을 필요 없는 지속가능한 지구를 위한 평범한 사람들의 모임입니다. 2020년 3월 21일, 4명에서 무작정 만든 카카오톡 오픈채팅방엔 이제 480명이 넘는 사람이 모여 있고, 인스타그램 팔로워도 2,300명 가까이 모였습니다.
1년이 조금 넘는 시간 동안, 모임장인 "닦장"을 중심으로 서울, 인천, 부산, 제주, 순천, 광주 등 전국에서 56회가 넘는 단체 활동을 진행하여 734명의 참여를 이끌어 냈으며, 전국에서 자발적으로 활동하는 "닦원"들의 인증 역시 5,300회를 넘었습니다. 함께 지구를 닦으며 환경을 챙기는 마음이, 퍽퍽해져 가는 사회에 빛이 될 거라 믿습니다.

● 목적/배경

1) 실천행동의 목적은 무엇이고, 어떻게 시작했는가?

거북이 코에 빨대가 끼인 영상과 환경 관련 다큐멘터리를 보고 무작정 뭐라도 해야겠다고 생각해서 홀로 쓰레기를 줍기 시작했습니다. 퇴근길과 산책길, 매번 주워도 쓰레기는 항상 많았고, 분명히 좋은 일을 하고 있음에도 남들의 관심은 차갑기만 했습니다. 내가 좋은 일을 하고 있다는 것을 알리고 싶었고, 동시에 우리 주변만 돌아봐도 이렇게 직면할 수 있는 쓰레기 문제가 심각하다는 것을 알리고 싶었습니다.

건강하게 쓰레기를 줍는 이미지를 만들기 위해 몸을 더 건강하게 만들고 쓰레기를 주우면서 50km 산악 마라톤을 완주 했습니다. 쓰레기를 줍다 보니 결국 쓰레기를 버리지 않는 것이 중요하다는 것도 알게 되어 자연스럽게 제로웨이스트도 지향하게 되었습니다.

이렇게 1년 정도 활동하다보니, 함께 하고 싶다는 사람들이 하나 둘 생겨났습니다.
가장 만들기 쉽고 접근성이 좋은 카카오톡 오픈채팅방을 만들어, 제가 가는 플로깅 일정을 알고 사람들이 참여할 수 있도록 했습니다. 네 명으로 시작한 채팅방엔 백 명, 이백 명……. 결국 현

모두가 힘든 이 시기에 20대 청년들이 너무나 팍팍하고 외로운 시기를 보내고 있습니다.
점차 기술을 발달하고 스마트폰으로 모든 걸 할 수 있는 시기가 되어가고 있지만, 역으로 모두를 외로운 개인으로 만들고 있습니다. 이런 시대에 서로 환경 활동을 하며 서로를 응원하고 챙기고 배려하면서, MZ 세대에게 아직 한국의 '정(情)'이 사라지지 않았다는 것을 알려주고 싶습니다.

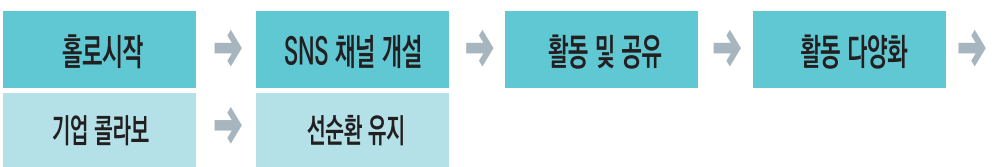
2) 어떤 문제나 갈등을 해결하기 위해서 시작했는가?

첫 번째는 우리 주변에 버려진 쓰레기가 너무 많아, 이를 직관적으로 해결하고 싶었습니다. 내가 쓰레기를 줍는 모습을 보면 쓰레기를 버리려던 사람이 조금이라도 줄어들고, 이렇게 영향력이 점차 커지다보면 언젠가는 쓰레기를 줍지 않아도 되고, 더불어 마스크를 쓰지 않아도 되는 세상을 만들 수 있을 거라는 기대를 했습니다.

두 번째는 갈등의 시대를 해결하고 싶었습니다. 남녀, 노소, 종교, 정당 할 것 없이 서로 나누고 싸우는 게 익숙해져 가는 시대. 남이 조금만 잘 되면 질투하고 비교하기 바쁜 세상에서, 직업과 재력에 상관없이 환경을 생각하고 남을 생각하는 이타적인 사람들끼리 서로를 응원하고 격려하는 공간을 만들고 싶었습니다. 특히 모두가 힘든 이 시기에 20대 청년들이 너무나 팍팍하고 외로운 시기를 보내고 있습니다. 점차 기술을 발달하고 스마트폰으로 모든 걸 할 수 있는 시기가 되어가고 있지만, 역으로 모두를 외로운 개인으로 만들고 있습니다. 이런 시대에 서로 환경 활동을 하며 서로를 응원하고 챙기고 배려하면서, MZ 세대에게 아직 한국의 '정(情)'이 사라지지 않았다는 것을 알려주고 싶습니다.

● 내용 (추진절차, 추진방법, 추진주체별 역할)

1) 추진절차



2) 추진방법

① 닦장(모임장) 위주 활동 주최 및 활동 (SNS 공유)
② 기참여자의 자발적 활동 주최 및 확산 (SNS 공유)
③ 기업, 기관, 소상공인 연계 활동 (다양성 증대 및 수요 확대)

(예시: 사회적기업, 문화체육관광부, 제로웨이스트샵 등)
④ 신문, 방송, 라디오, 잡지, 강연 등을 통한 노출 확대 및 유입 증가 (약 37회 매체 노출)

3) 추진주체별 역할
① 모임장 : 모임 주최 및 미팅, 기획 담당, 운영 총괄
② 운영진(3명) : 운영 보조, 기획 보조, 행사 진행 보조

4) 주요 특징
와이퍼스의 가장 큰 특징은 '평범한 사람들'의 집합체라는 것입니다. 모임장 역시 9년차 직장인으로, 평범한 사람이 환경 활동에 이바지 할 수 있다는 것을 몸소 실천하면서 동질감을 이끌어내기 위해 노력하고 있습니다. 스웨덴의 그레타툰베리나, 미국의 비존슨처럼 100점짜리 환경활동이 아니더라도, 현실의 삶과 환경적 가치의 경계에서 건강하게 균형잡는 것을 가장 중요하게 여기고 있습니다. 완벽하게 활동하는 열 명의 사람보다는, 완벽하진 않지만 나름의 최선을 다하려고 노력하는 만 명의 사람이 훨씬 더 중요하다고 여기고 있습니다.

저는 꾸준히 이런 저의 생각을 인스타그램이나 SNS를 통해서 노출시켜왔고, 스스로 부당하다고 생각되는 것이 있다면 먼저 적극적으로 나서는 것을 주저한 적이 없습니다. 길거리에 버려진 꽁초를 주워, '플라스틱 필터 대신 분해가 가능한 필터를 써달라.', '담배꽁초에 플라스틱 필터가 들어가 있다는 것을 소비자에게 알리고 꽁초를 버리지 않는 캠페인이나, 꽁초를 주워오면 리워드를 주는 행사를 진행해달라'면서 제조사에 편지와 함께 꽁초를 보내기도 했습니다. 행동하는 '진정성' 덕분에, 2번 진행된 와이퍼스의 꽁초어택엔 120명이 참여하여 32,000개피가 넘는 꽁초를 보낼 수 있었습니다.

마지막으로 와이퍼스 활동은 최대한 가볍고 즐겁게 진행했습니다. 너무 진지하고 심각하고 부정적인 관점에서 벗어나, 환경 활동을 매개로 만나 모두가 함께 친해지는 하나의 거대한 동아리나 동호회 모임으로 만들고 싶었습니다. 와이퍼스 구성원의 80%는 20-30대지만, 중학생부터 60대 어르신까지, 다양한 분들이 어울려 함께 활동하고 있습니다. 와이퍼스 안에서 처음 만난 사람들끼리 친해져서 나중에 함께 여행도 다니는 것을 보며, 환경 활동이 단순히 부정적이고 심각한 것이 아니라 충분히 즐겁고, 가볍고, 유쾌하게 해낼 수 있다는 것을 느끼게 하려고 노력했습니다.
그 덕분에 와이퍼스에는 20개 이상의 기업, 기관, 그리고 환경을 생각하는 소상공인분들과 협업 및 파트너십을 통해 더 풍성하고 다양한 행사를 진행할 수 있었습니다. 강원도 산불피해지역에 나무를 심으러 가고, 버려지는 소재로 텀블러 파우치를 만들며, 함께 영화를 보고 토론도 하고, 사진

공모전을 열기도 하였습니다.

지구를 닦는 평범한 직장인이라는 이야기로 8번이 넘는 강연을 진행하고, 30번 가량의 라디오, 방송, 신문, 매거진 등에 노출이 될 수 있었습니다. 회사를 다니면서도 악착같이 좋아하고 해야 하는 일을 악착같이 해온 덕분에, 정말 많은 분들의 사랑과 에너지를 받을 수 있었습니다.

● 추진성과 및 파급효과

1) SDGs 몇 번 목표 이행에 어떻게 기여했는가?

도심, 지방, 산, 바다를 가리지 않고 정화활동을 했다는 것에서 ⑥, ⑭, ⑮번에 기여하였으며, 쓰레기를 주우면서 자연스럽게 제로웨이스트의 필요성을 느끼고 실천해 ⑫, ⑬번에 기여했다고 생각합니다. 더불어 와이퍼스를 통한 친환경 체험 등을 통해서 아이디어를 얻어, 버려지는 양말목으로 강연을 진행하시는 분이나 친환경 화실을 오픈하시는 분들도 생겨 ⑪번 항목에도 기여했습니다.

기본적으로 정화활동을 통해 사람들을 많이 움직이게 하였고, 심지어 공황장애를 심각하게 앓고 있던 멤버 한 분은 와이퍼스의 활동을 통해 크게 호전될 수 있었습니다. 한 달에 한 번 정도는 운동을 하고 싶은 사람들끼리 모여 서울숲을 뛰고 근처 비건 식당에서 식사를 하는 '비건런'을 통해 멤버들의 건강과 웰빙도 챙기고 있습니다. (③번 항목) 담배를 피고 버리는 사람들과 싸우기보다, 그들에게 왜 버릴 수밖에 없는지 묻고 이를 제조사와 기관에게 해결책을 요청했다는 점에서 ⑩번 항목에 부합합니다. 마지막으로, 점차 다양한 기업과 연계 요청이 들어오는 점과 국내를 방문한 외국인의 참여도 있었던 만큼 충분히 □번 항목에 기여하였다고 생각합니다. 〈이웃집찰스〉라는 프로그램에 출연하는 인도학생 '나니'와 함께한 와이퍼스의 플로깅 이야기도 8월쯤 방송될 예정입니다.

2) 사례의 파급력(다른 지역이나 다른 사람들에게 영향을 미쳐 이행하게 할 수 있는가?)

잠실에서 4명이 모여 첫 플로깅을 시작한 이후로, 전국적으로 무려 700명이 넘는 인원이 직접적으로 참여하고, 간접적인 인증을 통해서 5,300회가 넘는 SNS 참여가 이루어지고 있습니다. 온/오프라인을 넘어 다른 지역이나 사람들에게 충분히 하나의 문화로 자리 잡게 할 수 있는 활동이며, 점차 그 영향력은 커져나갈 것입니다.

또한 와이퍼스 특유의 '가볍고 즐거운' 환경 활동이라는 특성은, 주변의 가까운 친구나 지인이 부담 없이 다가올 수 있도록 할 것입니다. 이를 위해 와이퍼스에서는 현재 플로깅에 대한 매뉴얼을 정리하고 쉽게 사람들과 만나서 활동할 수 있도록 어플리케이션을 개발하고 있습니다. 이것이

완료되면, 전국에서 환경에 관심 있지만 어떻게 해야 할지 모르는 사람들도 주변 환경 활동에 쉽게 참여할 수 있고, 이 경험을 토대로 또 훌륭한 전파자가 될 것입니다.

● 평가 (애로사항, 과제 포함)

1) 사례 전반에 관한 평가

직장을 다니고 아내와 맞벌이를 하는 맞벌이 부부로서, 삶 전부를 환경에 투자하지 못하는 것이 매번 아쉽습니다. 하지만 그럼에도 환경을 위해서 노력하는 리더의 모습에, 많은 사람들은 훨씬 더 많은 동질감을 느끼고 다가오는 것 같습니다.

4명에서 480명이 되기까지 약 1년 3개월이 걸렸습니다. 단순히 인원만 느는 것이 아니라, 이제 주최하는 활동이 수요를 따라가지 못하는 상황에 이르러, 제2, 제3의 닦장을 양성하기 위한 매뉴얼과 양성 과정을 만들고 있는 상황입니다.

최근 자체적으로 60명 이상의 멤버들을 대상으로 조사한 결과에 따르면, 와이퍼스의 가장 큰 장점으로 '선한 사람들'이라고 합니다. 좋은 사람들끼리 모여서 좋은 활동을 하면서 얻는 그 힐링을 한 번이라도 겪어본다면, 분명 더 많은 사람들이 '와이퍼스'라는 모임으로 영입될 것이라고 생각합니다.

2) 사례의 지속성 평가(단순한 1년 내의 사업이 아닌 지속적으로 진행될 수 있는 사례인가?)

솔직히 말씀드리면 와이퍼스의 여부와 관계없이 최소 30년 정도 환경을 위해서 활동하는 것을 목표로 하고 있습니다. 이미 와이퍼스는 1년이 넘게 가파른 성장을 하고 있는 모임입니다. 단순히 쓰레기를 줍는 것이 아니라, 이보다 중요한 것은 쓰레기를 만들어내지 않고, 기후위기를 막기 위한 현명한 소비를 하는 것이라는 걸 와이퍼스에서는 항상 강조하고 있습니다.

또한 최근엔 아이들과 함께 활동에 참여하는 부모들도 늘고 있어, 자연스럽게 교육과 연관된 활동 니즈가 발생할 것으로 생각됩니다. 와이퍼스는 이미 업사이클링 기업인 래코드(코오롱 계열사)와 여러 개인공방들, 그리고 버려지는 커피찌꺼기로 점토를 만들어 체험할 수 있는 기업 등과 이미 협업을 통한 신뢰를 구축해두었습니다. 환경과 관련된 공급이 늘어날수록, 와이퍼스엔 이를 기다리고 있는 많은 수요자들이 있어 점차 그 교류가 활발해지는 커뮤니티로 성장할 것입니다.

기후위기가 점차 심해지는 이 시기에, 선한 영향력을 바탕으로 한 평범한 사람들의 모임인 와이퍼스는 진심으로 환경과 사람을 생각하는 "찐환경" 모임으로 자리잡을 것입니다. 플로깅은 스웨덴에서 시작했지만, 나중엔 이런 환경에 대한 재해석을 담아 다시 해외로 K-플로깅이 역수출 되는 날을 기도해봅니다.

● 사진 ●

● 사진 ●