



· 中國時報資深特派員◎潘國正學長(傳研82級)

德國：一個垃圾袋五百元

最近，收到兩封朋友寄來有關德國生活的電子郵件。讓人驚奇於德國人高度的環境意識和公民意識；更重要的是這種意識無所不在，是享受高度文明生活的重要依據；因此，政府要有前瞻的視野和格局，提出符合公共利益的政策，企業主應全面配合，民眾更應該成為實踐美好價值的主體。

讓我先和大家分享這二封信的內容摘要：

第一封的主旨是：「德國，每個月只來收垃圾兩次！裝垃圾的制式垃圾袋，每個五百元！」這是我連續收到好幾個朋友轉來同一封郵件。這個五百元的垃圾袋，容量大概只有台灣的L型垃圾袋大小，作者驚奇的說，一定要帶一個垃圾袋回台灣，裱框掛在家裡的牆上，永遠記得我們在德國買了「四個」要價共「兩千元」台幣的垃圾袋！

除了購買垃圾袋，居民有另一個選擇：買專用垃圾桶。問題是如果放小孩的臭尿布、女性衛生用品，收垃圾的人員會拿去秤重，照重量收費，那就會更貴！寫這封信的朋友，拍了一張居住的社區景觀照片，註明：想擁有像童話一樣的家，是需要代價的。

第二封的主旨是：「在德國，吃一頓飯，因為剩太多了，收到一張罰單！」這是台灣的科技人員到德國考察，在餐廳用餐發生的故事。他們到餐廳吃飯，結果約有三分之一沒吃完，付完帳後，卻被幾個白人老太太向老闆告狀，說他們剩的菜太多，太浪費。他們覺得好笑，認為老太太太多管閒事！結果他們打了電話，一個社會保障機構的工作人員立即帶了罰單來餐廳，開出50馬克罰款，鄭重地告訴他們：「需要吃多少，就



by Jeannie



點多少！錢是你自己的，但資源是全社會的，世界上有很多人還缺少資源，你們不能夠，也沒有理由浪費！」

這句話讓他們臉都紅了，只好拿出 50 馬克（約二千多元台幣），一再表示：「對不起！」事後他們把罰單複印後，分給每人一張做紀念。回台後，他們要複印一些送給別人，自己的一張就貼在家裡的牆壁上，以便時常提醒自己。

這兩則故事是出產賓士、BMW、西門子國際知名品牌的德國人生活的一部分。大家把它當作奇聞般，運用電子郵件的小眾媒體四處流傳。這是非常有意義的流傳，因為它的影響力可能比政府的政令宣導更為有效，讓大家反省，不要等到一個垃圾袋五百元那天的到來。

德國人從小學教育著手，把環境生態和珍惜資源的教育，形成全民的共識和價值。不只如此，他們還有強烈的公民意識，就像餐廳那幾位老太太，視為已事向當事人表達不滿，並立即提出檢舉，政府公權力也不因是外國人而鬆手，民間與政府聯手下，共同實踐了這種好的公共價值。

德國的老太太把這種好的觀念內化成價值的一部分，隨時有責任指正別人不做環保和不珍惜資源的行為，於是發揮了撒豆成兵、剪紙為人的效益，總體社會在個體的支撐下，始能成就美事。

台灣做垃圾分類和環保的意識其實已經很不錯，這是從小學教育著手的正確方向，只是，相較於德國，台灣還有一大段路要走。如果大家看過美國前總統高爾和好萊塢的團隊，拍攝的「面對真相」影片，提醒地球暖化所帶來的威脅，讓人反省「究竟是地球殘害了人類，還是人類殘害了地球！」而且這個真相正是「即將上演的電影」。[友聲](#)

❖ 本文轉載自《科技生活》雜誌 78 期 2007/01

