

하루에 4시간 인터넷 이용...코로나에 1년새 1.4시간 ↑

일주일에 27.6시간...전년 대비 10시간 늘어
 교육·학습·여가활동·커뮤니케이션 비중 높아
 초등생 84% 카톡 사용...중·고생은 99% 달해
 “원격수업 늘고 대외 활동 어려워진 영향 추정”

지난해 우리나라 10대 청소년들이 하루에 평균 4시간씩 인터넷을 이용한 것으로 나타났다. 이는 2019년과 비교해 1.4시간가량 급증한 수준이다.

코로나19 여파로 교육, 여가 활동 등에 인터넷을 활용하는 시간이 늘어난 것으로 풀이된다.

통계청은 25일 이런 내용을 담은 '2021 청소년 통계'를 내놨다.

자료를 보면 지난해 10대 청소년은 인터넷을 일주일에 27.6시간 이용했다. 이는 전년 대비 10.0시간 늘어난 수준으로 그간의 상승 폭에 비해 월등히 크다.

이 수치는 2018년(17.8시간)까지 꾸준한 상승세를 이어 온 이후 2019년(17.6시간)에는 소폭 감소하는 모습을 보이기도 했다. 하지만 지난해 코로나19 확산으로 인해 다시 급반등했다.

인터넷 이용 목적은 교육·학습(99.9%)이 가장 많았다. 이어 여가 활동(99.1%), 커뮤니케이션(98.5%), 자료 및 정보 획득(95.2%) 순으로 집계됐다.

같은 기간 20대는 5.2시간 늘어난 29.5시간을 인터넷에 썼다. 목적별로는 자료 및 정보 획득(100.0%), 커뮤니케이션(99.9%), 여가 활동(99.8%),

교육·학습(82.6%) 순으로 많았다.

특히, 초·중·고등학생의 평일 여가 시간이 평균 2~4시간 정도인 점을 감안할 때 10대 청소년들은 인터넷을 이용한 여가 활동이 많았던 것으로 판단된다. 사회적 거리두기 등 강화된 방역 조치로 인해 친구들과의 만남이 줄어든 점도 영향을 미친 것으로 보인다.

지난해 초·중·고등학생이 평일에 자유롭게 활용할 수 있는 여가 시간은 2~3시간(23.3%), 1~2시간(19.8%), 5시간 이상(18.2%), 3~4시간(18.0%), 1시간 미만(9.8%) 순이었다.

청소년은 대부분 카카오톡 등 인스턴트 메시지와 SNS, 이메일 확인, 인터넷 쇼핑 등의 인터넷 서비스를 이용했다.

인스턴트 메시지의 경우 고등학생과 대학생의 99%, 중학생의 98.7%가, 초등학생의 83.8%가 쓰고 있었다.

초등학생이 이용하는 인터넷 서비스는 인스턴트 메시지(83.8%), SNS(36.0%), 인터넷 쇼핑(28.6%), 이메일(21.1%), 인터넷 뱅킹(11.6%) 순으로 집계됐다.

중학생은 인스턴트 메시지(98.7%), SNS(74.2%), 이메일(62.0%), 인터넷 쇼핑(45.7%), 인터넷 뱅킹(18.2%),

고등학생은 인스턴트 메시지(99.2%), SNS(81.4%), 이메일(65.1%), 인터넷 쇼핑(63.1%), 인터넷 뱅킹(39.6%) 등을 주로 이용했다.

대학생의 경우 인스턴트 메시지(99.8%), 이메일(94.3%), 인터넷 쇼핑(92.8%), SNS(90.8%), 인터넷 뱅킹(88.5%) 순으로 인터넷 서비스 이용 비중이 컸다.

통계청 관계자는 “지난해의 경우 코로나로 원격수업으로 늘어나면서 청소년의 인터넷 이용이 늘었다”며 “또 하나는 대외 활동에 어려움이 있었기 때문에 아무래도 실내에 있는 시간이 많아졌고 그러다 보니 인터넷을 많이 이용한 것으로 추정된다”고 진단했다.

높아진 양성평등 의식...‘강한 긍정’ 74% 달해

청소년의 사회 참여와 양성평등, 인권 의식은 대부분 개선된 것으로 나타났다.

이번 조사에서 초·중·고등학생의 97.1%는 남자와 여자가 모든 면에서 평등한 권리를 가져야 한다고 답했다.

이러한 양성평등 의식은 갈수록 높아지고 있으며 그 강도도 세지는 추세다.

응답 문항 가운데 ‘매우 그렇다’라고 답해 양성평등에 관한 강한 긍정을 나타낸 비중은 74.2%에 달했다. 이 수치는 2014년 59.0%에서 2017년 66.7%로 꾸준히 오름세다.

성별로는 여학생(98.7%)이 남학생(95.6%)보다 양성평등 의식이 강했다.

사회 참여 의식을 묻는 문항의 경우 초·중·고등학생 10명 중 9명이 청소년도 사회 문제나 정치 문제에 관심을

갖고 의견을 제시해야 한다고 답했다. 구체적인 수치는 전년 대비 1.0%포인트(p) 감소한 87.3%다.

인권 의식 관련 문항에서는 초·중·고등학생의 97.8%가 가정 형편이 어렵다고 차별해서는 안 된다는 의견을 냈다.

또한 94.3%는 우리나라에 살고 있는 외국인에게도 동일한 교육 기회가 제공돼야 한다고 응답했다.

청소년은 결정 능력이 부족하기 때문에 부모님이나 선생님의 생각에 따라야 한다는 견해에는 69.6%가 동의하지 않았다. 이는 예년과 비슷한 수준이다.

모든 사람이 자신의 의견을 언제나 자유롭게 표현할 수 있는 권리를 가져야 한다는 점에는 96.9%가 동의했다.

가족 관계에는 대체로 ‘만족’...‘자아 존중감’ 낮아져

청소년들은 대체로 가족 관계에 만족하고 있는 것으로 관측된다.

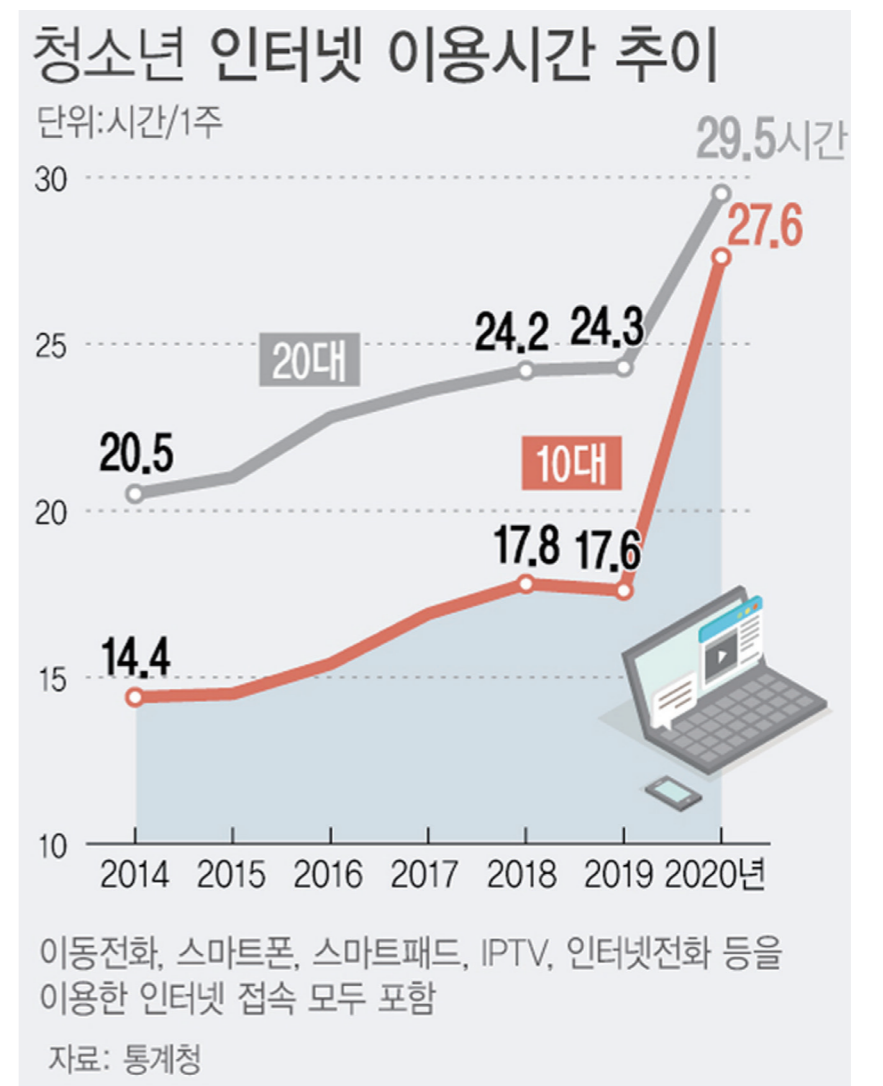
이번 조사에서 전반적인 가족 관계 만족도와 관련된 문항에 청소년(13~24세)의 73.5%는 ‘만족’이라고 답했다. 이는 2년 전과 비교해 3.1%p 상승한 수치다.

이외에 보통(23.8%), 불만족(2.7%) 순으로 집계됐다.

부모와의 관계 만족도(76.6%)가 형제·자매와의 관계(71.0%)보다 조금 더 높게 나타난 점도 특징이다.

중·고등학생의 자아 존중감과 관련된 문항에서는 자신을 긍정적으로 평가하는 응답자가 소폭 감소했다.

스스로를 가치 있는 사람이라 생각하는 비중은 75.8%로 2년 전과 비교



해 0.9%p 줄었다.

아울러 성품이 좋은 사람, 나에게 긍정적인 문항에서 ‘그렇다’ 비중은 각각 71.7%, 69.0%로 0.8%p, 3.0%p 낮아졌다.

지난해 1388로 접수된 청소년 상담 건수는 93만6000건으로 집계됐다. 이는 2011년(68만5000건) 이후 계속 증가세다.

고민 상담 유형은 정신 건강(20.3%), 정보 제공(18.3%), 대인 관계(13.7%), 가족(10.5%) 순이었다.

통계청 관계자는 “정보 제공, 정신 건강, 가족, 성과 관련 상담은 전년 대비 증가했다”며 “대인 관계, 학업 관련, 일탈 비행, 성격, 근로, 활동과 관련된 상담은 감소했다”고 전했다.

기획재정부



한돈 케이크 콘테스트 수상자들
 25일 서대문구 나무쿠링스튜디오에서 한돈자조금관리위원회가 주최한 국내산 돼지고기로 케이크를 만드는 ‘한돈 케이크 콘테스트’ 본선에서 수상자들이 기념촬영을 하고 있다.

배민, UN 국제친환경인증 최우수등급 획득

‘일회용 수저·포크 안 받기’ 등 환경 캠페인 긍정 평가

배달의민족(배민)의 친환경 활동이 국제적으로 인정을 받았다.

배민을 운영하는 우아한형제들은 UN특례협약의지위기구 UN SDGs(지속가능개발목표) 협회로부터 국제 친환경 인증 우수사례(GRP, Guidelines for Reducing Plastic Waste and Sustainable Ocean and Climate Action Acceleration)로 선정됐다고 24일 밝혔다.

이는 배달 앱 최초 사례다. 배민은 우수사례 중에서도 최우수등급(AAA)을 획득했다.

GRP는 플라스틱 저감 및 지속가능한 해양환경 조성을 위한 글로벌 기후대응 가이드라인으로, UN SDGs가 우수사례를 선정하는 국제 친환경 인증제도다. 협회는 기후변화 대응, 플라스틱 저감 등 지구 환경문제에 대해 30개 주요 분야, 39개 글로벌 가이드라인(지표)을 통해 매년 5월 발표한다.

이번 최우수등급 인증에는 ‘일회용 수저·포크 안 받기’ 기능 도입 등 배민의 친환경 활동들이 좋은 평가를 받았다.

배민은 지난 2019년 4월 업계에서 처음으로 일회용 수저포크 안 받기 기능을 넣어 일회용품 줄이기에 앞장섰다. 이 캠페인에는 지난 3월말 기준 누적 인원 1160만 명이 참여했다. 식당 업주의 일회용품 구입비용 242억 원을 아꼈고, 폐기물 수거 비용 69억 원을 절감하는 효과를 냈다. 배민은 이 같은 성과를 앱 내 별도의 친환경 페이지에 공유해 이용자들이 알 수 있도록 했다. 배민은 다른 배달 앱 업체와 다음달 1일부터 이 기능을 별도로 선택하지 않아도 적용되도록 바꿀 예정이다.

친환경 포장재와 제품을 적극 사용한 점도 긍정적인 평가를 받았다. B마트는 포장재나 보냉재로 재활용이 가



능한 PE필름, 100% 물 아이스팩 등을 사용했다. 또 분리배출에 대한 소비자의 인식을 높이기 위해 새로운 디자인을 적용하고 바코드를 넣어 사용량에 대한 추적도 가능하게 했다. 보냉팩은 기존 은박 대신 LDPE소재를 넣어 분리 배출되도록 제작했고, 옥수수 전분으로 만든 생분해성 비닐봉투, 플라스틱 완충재 대신 종이 완충재를 넣는 등 서비스 곳곳에 친환경 활동을 강화했다.

김민정기자

치킨 기프트콘 ‘추가금’ 사라진다

신유형 상품권 등 생활 밀접 5개 분야

“상품권 추가금은 환급 또는 반환해야”

앞으로는 치킨을 시키며 기프트콘을 쓸 때 추가금을 내야 하는 부담한 일을 겪지 않아도 될 전망이다. 공정거래위원회가 내놓은 새 소비자분쟁해결기준 덕분이다.

공정위가 25일부터 시행하는 소비자분쟁해결기준은 ▲신유형 상품권 ▲차량 출고 시 장착된 내장형(순정) 내비게이션 ▲물품 대여(렌탈) 서비스업 ▲결혼 중개업 ▲상조업 등 국민 생활과 밀접한 5개 분야의 각종 규정을 함의적으로 개선하는 내용을 담고 있다.

신유형 상품권의 경우 기프트콘을 포함한 모든 전자 상품권을 쓸 때 가가가 각종 명목을 내세워 추가금을 요구할 수 없도록 했다. “상

품권 사용을 이유로 추가금을 요구하거나, 실제로 받은 경우”에는 “추가금 없이 제공 의무를 이행하거나, 제시한 상품권을 위해 소비자가 낸 금액을 전액 환급 또는 추가로 받은 대금을 반환”이라는 문구가 신설됐다.

순정 내비게이션은 품질 보증 기간이 기존 1년에서 2년으로, 부품 보유 기간은 5년에서 8년으로 각각 연장된다. 현재 자동차의 일반 부품의 품질 보증 기간은 2년, 부품 보유 기간은 8년이다.

순정 내비게이션도 일반 부품의 일종으로 간주하고, 품질 보증·부품 보유 기간을 일원화한 것이다. 렌탈의 경우 계약 기간이 끝나지

않았더라도 서비스 제공이 불가능한 지역으로 이사할 경우 위약금을 내지 않아도 된다. 해외로 이주하는 경우에는 위약금을 절반만 내면 된다.

또 ‘할인 혜택 회수’ ‘상품 철거·회수비’ 등 렌탈 계약을 중도 해지할 때 위약금과 별도로 청구하는 추가금은 계약서·약관 등에 반드시 명시·고지해야 한다.

계약 중도 해지 시 장기 유지 조건으로 가입할 때 받았던 혜택(할인 등)은 잔존 기간만큼만 반환하면 되도록 했다.

결혼 중개업체는 계약 해지 위약금을 업무 진행 정도에 따라 차등 부과해야 한다.

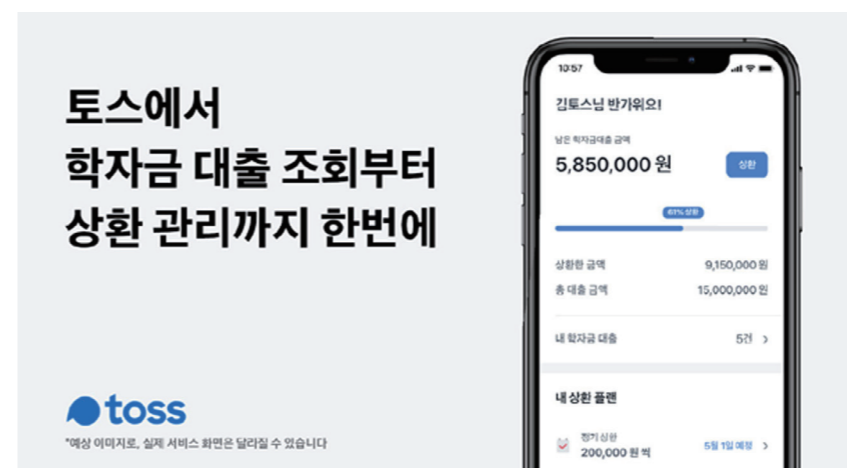
소비자가 매칭 상대방 정보(프로필)를 받기 전에 계약을 해지했다면 가입비의 10%만, 정보 제공 후 만남 일자가 확정되기 전이라면 15%만, 만남 일자가 확정된 뒤라면 20%만 위약금으로 요구해야 한다.

최이슬기자

토스, ‘학자금 지원’ 서비스까지...장학재단 업무협약

7월부터 토스 앱에서 학자금 정보 확인

올해 안으로 연체 관리 서비스 등 확대



모바일 금융 플랫폼 토스를 운영하는 비바리퍼블리카는 한국장학재단과 업무협약을 맺고 학자금 대출 관리 서비스 구축에 나선다고 25일 밝혔다.

토스는 현재 학자금 대출과 국가 장학금 신청 기간이 되면 사용자에게 알림 메시지를 보내고 장학재단 애플리케이션(앱)으로 연결하는 서비스를

운영 중이다. 이르면 7월부터 학자금 대출을 받은 고객이 토스 앱으로 자신의 대출 잔액과 원리금 상환액, 상환 내역 등 정보를 확인할 수 있게 된다.

올해 안으로는 학자금 대출 상환, 연체 관리 서비스로 확대하겠다는 구상이다. 고객 개인의 경제적 상황에 따라 최적의 상환 계획과 지원 제도를 안내해 사회초년생의 학자금 부담 경감에 기여하는 게 목표다. 최근 전국에 흩어진 학자금 지원 제도를 모아 보여주는 ‘숨은 장학금 찾기’, ‘학자금 지원기간 예측’ 서비스 등으로 대학생 사용자 사이에서 호응을 얻고 있다.

이승건 토스 대표는 “많은 청년들에게 학자금 대출은 생애 첫 금융 경험”이라며 “사용자 편의를 최우선에 두고 금융을 혁신해온 토스 노하우를 살려 더 많은 청년들에게 장학재단의 학자금 지원 제도를 소개하겠다”고 말했다.

서선욱기자