

디지털 금융의 미디어디자인 트렌드에 관한 연구
(미래형 전자통장 출시에 따른 거래채널 변화를 중심으로)

A Study on the Change of Media Design for Digital Fiance

오 경 혜 , 최 재 희

LEEHOHCOM

Contents

논문요약

Abstract

I. 서론

1. 연구의 목적

2. 연구의 방법 및 범위

II. 금융환경의 변화

III. 금융거래방법에 따른 미디어 디자인의 트렌드

1. 종이통장의 시기

2. 인터넷뱅킹의 시기

3. 디지털 뱅킹(모바일뱅킹)의 시기

4. 미래형 전자통장의 출현

IV. 결론

참고문헌

논문요약

이제는 은행에 종이통장을 들고 가서 청구서에 계좌번호와 비밀번호 등 개인정보를 써넣고 기다릴 필요가 없어진다. 2004년 11월 전국적으로 확대 시행되는 국민은행의 전자통장이 그것을 가능하게 한다. 이러한 신 미디어의 등장은 금융거래 방법에 혁신적인 변화를 가져오게 될 것이다. 1990년 중반 이후, 본격화된 인터넷으로 대표되는 정보통신의 기술혁명으로 국내 기존의 모든 산업 활동뿐만 아니라 금융업에 근본적인 변혁을 가져왔다. 특히, 금융권의 경쟁이 심화되면서 고

객에게 가장 효과적이고 저원가의 서비스를 제공하려는 통합화 경향이 나타남에 따라 새로운 서비스와 상품이 출현하고 있다. 이에 대표적인 것이 은행과 고객과의 커뮤니케이션 접점(채널)의 다변화 일 것이다. 그러한 변화는 은행들의 디지털화 정보화에 대한 추진이며 시간적, 공간적 제약을 뛰어 넘는 디지털 미디어의 형태로 나타나고 있다. 인터넷뱅킹이 생겨났고 고객의 편의성은 점점 더 증대되었다. 거기에 포화상태에 이르고 있는 이동전화의 보급은 인터넷뱅킹이 채 정착하기도 전에 모바일뱅킹의 필연적인 출현을 가능케 했다. 그 후 다시 모바일뱅킹의 기능을 더욱 보강하여 개발된 시스템이 카드형태의 전자통장이다. 이렇듯 금융계가 네트워크 되어 가면서 기업과 고객의 거래 수단인 종이통장도 과거 단순한 기능에서 멀티미디어적 형태로 기능과 형태가 진화하고 있다. 따라서 2004년 11월부터 국민은행에서 상용화 될 전자통장(IC카드방식)이 개발되기까지의 금융시장에 나타난 미디어의 트렌드를 살펴보고 전자통장에 대한 이론정리를 통해 새로운 시각적 기회를 찾는 데 본 연구의 의의를 두고자 한다

.Abstract

The development of information and communication technologies and computer has brought many changes in our everyday life. In particular, people can get banking services such as deposit, loan and tax payment online through the Internet without visiting the bank, and carry out economic activities such as ordering, contracting and settling in a digital way using the computer and a set of relevant equipment without the exchange of documents and goods. Moreover, the emergence of electronic bankbook is expected to stabilize

electronic transactions in the most effective way. Electronic bankbook is a key that will play a central role in the rapidly growing e-commerce and e-business market. In this way, as the financial circles are moving toward digitalization, many changes are expected in visual design from paper bankbook to Internet banking, mobile banking and electronic bankbook. Although there are many visual differences among graphic design on paper bankbook design on terminals, design on monitor and design necessary for electronic bankbook which is IC card, all of them commonly reflect customers' contemporary demand. In particular, it is necessary for digital designers to study the characteristics and concepts of electronic bankbook as well as new media emerging in the digital age.

key word bankbook, mobile banking,, Internet banking, electronic bankbook

1. 서론

1. 연구의 목적

최근 금융권은 어느 산업부분보다도 인터넷 및 디지털의 혁명적 사용으로 시간적, 공간적 제약 없이 국경을 초월하여 금융서비스를 제공할 수 있는 세계화와 통합화의 시대에 와 있고, 고객의 선택권이 증가하면서 금융시장은 금융기관 중심이 아닌 고객 중심으로 변화하고 있다. 이러한 환경변화에서 은행이 생존하기 위해서는 다른 은행과 차별화된 서비스를 제공할 수 있어야 할 것이다. 이러한 흐름에 맞춰 새롭게 나타난 디지털 미디어인 인터넷 뱅킹, 모바일 뱅킹, 전자통장의

특징을 살펴보고 다변화하고 있는 미디어 환경에 적용할 수 있는 시각적 특성들에 대한 연구의 필요성이 대두됨에 따라 본 논문은 각 시대별 나타난 금융거래방법의 변화에 따른 미디어디자인의 변화를 살펴보고 그 변화 속에서 디자인이 수행해야 할 기능과 특성을 살펴봄으로써 혁명적 디지털 사용 환경에서 디자인 환경의 변화를 예측하고 미리 선점하는데 그 의의를 두고자 한다. 2. 연구의 방법 및 범위 본 논문에서는 시대별 기술적 특성에 맞게 진화해 온 은행과 고객과의 커뮤니케이션 채널의 변천을 중심으로 연구하였으며 특히, 최근 시행될(2004년, 11월부터, 국민은행) 전자통장에 나타난 개념과 사례들을 중심으로 연구하였다. 전자통장 사례연구에 사용된 그림과 자료들은 2004년 3월 국민은행 여의도 지점에서 시범운영기간에 사용된 전자통장과 2004년 11월 상용화 할 전자통장의 실 예를 사용하였다. 또한 디지털 기술의 집약체인 모바일에서 요구되는 그래픽 구현의 효과적인 표현을 위하여 모바일의 전반적인 환경을 살펴본다.

이론적 전개를 위한 연구방법으로는 정기간행물, 논문, 단행본, 인터넷 등을 활용하였으며 종이통장, 인터넷뱅킹, 모바일 뱅킹, 전자통장의 분석에 한정하였다. 특히 전자통장의 경우는 아직 시작 단계이기 때문에 대중매체와 퍼블리시티의 내용을 참고로 하였다.

II. 금융환경의 변화

1. 세계화와 통합(Globalization and Integration)

1990년대 중반부터 전 세계의 금융서비스시장은 전면적인 변화를 겪고 있다. 이 산업은 더욱 통합되고 상호 의존적이 되어 가고 있으며 경쟁의 수준도 날로 증가하고 있다. 새로운 금융상품 들은 계속해서 등장하고 있으며 금융서비스 회사들이 자신들의 고객을 만족시킬 수 있을 새로운 방

식을 추구하면서, 전 세계 금융 산업의 구조는 근본적으로 달라지고 있다. 금융서비스 산업에서 진행되는 통합과 세계화, 디지털화는 보다 나은 금융 정보에의 접근과 정보를 바탕으로 운영되어지며 경쟁을 심화시키면서 변화하고 있다. 이에 고객들도 보다 선별적이고 까다롭게 변하고 있다. 고객에게 가장 효과적이고 저 원가의 서비스를 제공하려는 경쟁이 강화됨에 따라 금융서비스회사는 새로운 서비스와 상품 및 기능으로 진화하고 있다. 이에 대표적인 것이 은행과 고객과의 커뮤니케이션 채널의 다변화 일 것이다. 그것을 가능하게 하는 것이 은행들의 디지털화, 정보화에 대한 추진 일 것이다. 과거 10년간 전 세계의 금융시장은 새롭게 도약했다. 새로운 금융시장개발에 신기술과 정보망의 혜택들이 조합되면서 세계의 금융시장은 고도의 정보화로 향하게 되었다. 그 결과로서 강력하고 고도의 경쟁능력을 갖는 은행서비스를 제공하기 위한 디지털 미디어의 출현을 가져왔으며 그러한 변화는 우리의 생활 속에 이미 깊숙이 파고들고 있다.¹⁾

2 원 스톱 बैं킹(One-Stop Banking)의 보편화

은행산업에서 보이는 과거와 다른 큰 변화 가운데 하나는 “원 스톱 बैं킹”이다. 원스톱 बैं킹은 하나의 금융기관에서 은행, 증권, 보험등 모든 서비스를 한꺼번에 받을수 있는 제도로서 “유니버설 बैं킹”(출처:매경인터넷)이라고도 한다. 원 스톱 बैं킹화에 따라 금융기관들의 업무영역의 구분이 점점 더 사라지고 경쟁이 치열해짐에 따라 서비스의 질이 향상 되는 계기가 되었다. 미래의 금융 상품들은 매우 다각적이고, 효율적이고, 소비자 친화적인 성격을 가질 것이다. 고객의 요구가 많아지면서 그들의 니즈를 충족하기 위하여 금융서비스회사는 더욱 혁신적인 방식을 추구하게 될것

1) 연구소 “ 2005년의 기술과 유망산업 예측”, 이용화

이다. 네트워크에 한번 접속하는 것으로 고객(기업 또는 개인)은 다양한 금융활동을 할 수 있는 시대에 이미 와 있다.

3.전자화폐(E-Cash)의 사용

금융산업 부문에서도 결제제도 특히 전자화폐의 발행과 인터넷 बैं킹은 지금까지의 사고방식을 새롭게 만들어 주는 혁신적인 금융방식이다. 전자화폐는 기존 신용카드에, 결제기능을 갖춘 IC(집적회로)칩을 내장한 ‘스마트카드’로, 인터넷시대를 맞아 전자상거래가 활발해지면서 동전, 지폐에 이어 ‘제3의 화폐’로 자리를 굳혀가고 있다. 전자화폐는 가치저장 방식에 따라 크게 IC카드형과 네트워크형으로 구분된다. IC카드형 전자화폐는 신용카드 크기의 플라스틱 카드 위에 집적회로를 내장한 형태이며, 네트워크형 전자화폐는 디지털 방식으로 화폐가치를 저장했다가 인터넷을 통해 꺼내 쓰는 방식이다. 이렇듯 전자화폐가 가지는 장점은 소액결제가 가능하고 편리하며 신용카드 보다 안전하다는 것이다. 은행들은 고객에 대한 유용성을 유지하기 위한 새로운 전략을 끊임없이 탐구하며 새로운 기술과 접목하고 있다. 원가를 절감하고 보다 효율적인 기술을 채용하는 것은 물론, 어느 산업부문 보다 먼저 디지털화, 네트워크화, 첨단화 되어가고 있다.

III.금융거래방법에 따른 미디어 디자인의 변화

1. 종이통장의 시기

은행의 역사는 바빌로니아의 함무라비법전에서 시작되어왔다. 여기에는 재산의 단순한 기탁 외에도 기탁된 재산의 운용이나 그에 따른 이자에 대한 규정도 명기되어 있다. 중세에 이르러 지중해 연안에서 상업적 교역의 길이 열렸으나, 당시는 잡다한 종류·품질의 화폐가 유통되어 상업적 교역의 원활한 수행을 저해하고 있었다. 이로 인

해 환전상의 출현을 보게 되었으며, 뱅크(bank)로 불리는 환전대 위에서 환전업을 영위함으로써 화폐수수의 원활화를 도모하였다. 초기에 환전은 행은 보관은행이었으나, 보관된 화폐가 은행에서의 단순한 대체방법에 의해 상인들 사이에서 수수될 수 있게 되어 대체은행으로 발전하였다. 대체은행의 출현은 화폐의 지급·결제의 확실, 화폐유통의 원활화에 크게 공헌하였다. 한국에 근대적 은행제도가 도입된 것은 일본 제일은행 부산지점이 개설된 1878년이다. 1909년 중앙은행으로서 구 한국은행이 설립되었으나, 국권피탈 후 업무를 조선은행에 이관, 8·15광복과 더불어 한국은행으로 복귀하였다.)

상업은행으로는 1897년에 설립된 민족계의 한성은행이 효시이며, 이후 변천을 거쳐 현재는 조흥은행·상업은행·제일은행·한일은행·서울은행·신한은행·한미은행·동화은행·하나은행 등의 전국은행과 부산은행·대구은행·경기은행·강원은행 등의 지방은행, 외국은행 국내지점이 일반 은행 업무를 수행하고 있다.

통장의 사전적 의미는 은행거래에 있어서 예금, 융자금 따위의 출납을 금융거래를 기재하는 장부를 말한다.

통장의 종류는 예금의 방법, 기간, 연령별 대상, 또는 예금의 목적에 관한 분류 등 각 은행마다 무수한 상품의 통장을 가지고 있다. 예를 들면 결혼자금에 관한 통장, 내 집 마련자금 통장, 학자금마련을 위한 통장, 노후준비자금을 위한 통장, 여윌돈 운용 자금을 위한 통장 등이다. 더 많은 고객을 유치하기 위해 각 은행들은 그 특정대상들에게 어필하기 위하여 세분화된 금융상품이 개발하고 있다. 그리고 그때마다 필요한 통장이 새롭게 탄생하게 되는 것이다. 통장제작에 있어

디자인적 요소를 살펴보면 레이아웃, 컬러, 타이포그래픽, 일러스트 등이 있다. 140X85의 작은 면적이지만 은행의 이미지, 통장의 기능, 대상, 시대의 유행 등이 모두 들어가야 하는 함축적인 디자인을 해야 한다. 통장 디자인 특성상 분류해보면 은행의 이미지위주로 은행을 로고로서만 나타내는 통장들(그림1)이 있다.



그림1. 기업이미지 위주의 최근통장

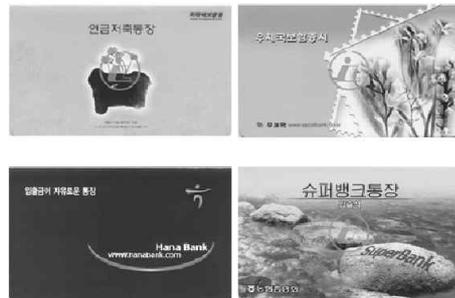


그림2. 기능별 예금 상품 통장



그림3. 일러스트를 이용한 통장

2) www.naver.com. 검색센터

이통장들은 대부분 은행의 얼굴이라 할 수 있는 대표적 통장으로 고객들이 가장 흔히 쓰는 통장이다. 노후대비를 목적으로 하는 은행상품의 통장디자인은 편안하고 안락한 이미지의 비주얼을 사용했으며, 예금방법에 의해 구분되는 통장(그림 3)에서는 타이포그래픽으로 직접적인 표현을 하였다.

그 외에 일러스트를 이용한 통장(그림4)에서는 가족의 화목을 나타내는 같은 주제로도 여러 가지 이미지의 표현방법이 있다는 것을 보여주고 있다.

2. 인터넷 뱅킹의시기

인터넷뱅킹³⁾이란 호스트컴퓨터를 연결한 전산망을 이용하여 은행의 홈페이지와 접속하여 각종 은행 업무를 처리할 수 있는 시스템을 말 한다. 인터넷 뱅킹의 도입은 고객이 은행으로부터 금융 서비스를 제공받는 경로가 기존의 지점,CD/ATM⁴⁾는 CD기능 외에 통장을 이용한 거래나 현금

또는 수표 등의 입금거래등도 가능한 무인단말기를 말한다. 인터넷뱅킹은 인터넷이라는 네트워크의 특성으로 말미암아 다른 경로에 비해 다양한 특성을 가진다. 인터넷 뱅킹은 지역적, 시간적 제약을 뛰어넘어 금융거래를 할 수 있어 금융서비스의 범세계화가 촉진되며, 금융거래를 하는데 있어 비용절감을 할 수 있다. 우리나라에서는 1999년 7월1일 신한은행이 처음 인터넷 뱅킹서비스를 제공하기 시작하였으며 그 파급효과가 매우 커 은행경영에 큰 영향을 주었다. 즉, 인터넷에서는

한번의 클릭으로 고객이 다른 금융기관으로 이동할 수 있기 때문에 고객흡인력과 경쟁력이 있는 인터넷 뱅킹의 사이트가 더더욱 필요하다. 더구나 인터넷의 급격한 팽창으로 가입자 수가 증가되고 인터넷 서비스 제공업체들 상호간 경쟁체제가 유발되면서 인터넷접속이나 이용에 필요한 비용은 점점 저렴해지고 있어 인터넷뱅킹의 장점은 시간이 흐를수록 더욱 부각되는 추세이다. 특히, 주부 및 여성인구의 인터넷 이용증가가 인터넷뱅킹 등에 따른 은행 웹 사이트의 이용자 증가를 가져온다는 점에서 웹 사이트의 중요성은 더욱 증대되고 있다. 은행 웹 사이트에서 디자인요소를 살펴보자면 우선 은행명과 로고타입, 메뉴, 컬러, 타이포그래픽, 레이아웃 등을 들 수 있다. 사용자들은 처음에 페이지를 배경으로 생각하여 바탕에 두드러진 형태와 색을 하나의 덩어리로 보게 되며, 그다음에 그래픽요소들이 있는 경우, 그래픽부터 시작해서 특정정보를 선별하여 읽기 시작하며 문맥을 파악하면서 구체적인 단어와 어구를 읽기 시작한다고 한다.⁵⁾



그림4. 금융권 최초의 인터넷뱅킹_신한은행

3) 학술적으로 정의되어있는 용어는 아니다

4) CD/ATM CD(cashdispenser)는 현금자동인출기를 말하며 ATM(automated teller machine)는 현금자동입출금기를 말한다.

5) Lynch P.J & Horton S.(1999). Web StyleGuide: Basic Design Principles for Creating Web Sites.<http://info.med.yale.edu/caim/manual>



그림5. 외국계(홍콩) HSBC은행의 붉은 계열위주의 인터넷 बैं킹



그림6. 외국계(미국) 씨티은행의 푸른색계열위주의 인터넷 बैं킹



그림7. 개편된 CI와 안정된 칼라배색의 인터넷 बैं킹

그러므로 웹 페이지의 배색이 사용자로 하여금 세부정보를 더 읽을 것인지를 결정하게 하는 중요한 역할을 한다고 할 수 있다. 웹에서의 색상은 모니터를 통해 제시되는 운영체제이기 때문에 종이에서의 색상과는 다르다. 현재 웹 사이트에서는 시스템 팔레트에 있는 256컬러 중 시스템이 사용하는 40가지 컬러를 제외한 모든 웹 브라우저에 공통적으로 안전한 216컬러를 주로 사용한다. 216색상팔레트의 색상은 실제적인 것이 아닌 상대적인 색상이다. 이는 주변 색과의 상대적인 관계에 따라 색상을 지각하기 때문이다. 명도나 채도 역시 마찬가지이다. 그러므로 색의 배색에 따라 사용자가 느끼는 감성도 달라진다. 인터넷 बैं킹사이트의 경우 은행의 신뢰성과 정확성을 나타내기 위한 디자인요소로서 대부분 원색이 아닌 중후한 느낌의 중성색을 주로 사용했으며 레이아웃에 있어서도 복잡하고 화려한 구도보다는 보다 단순하고 간결한 구도를 선택하였다. 글씨체에 있어서도 가독성이 좋고 일반적인 서체를 주로 사용 하였다. 이러한 인터넷 बैं킹에서의 디자인 요소는 고객의 요구에 더욱 반영되어 긍정적인 경험을 하게 되고 결국 많은 이용을 하게끔 유도 한다.

3. 디지털 बैं킹(모바일 बैं킹)의 시기

고객접점(채널)의 다양화와 금융거래의 편의성 등을 겨냥해 본격화되기 시작한 모바일 बैं킹은 인터넷 접속이 가능한 휴대폰을 이용하여 이동통신 사업자의 무선인터넷 서비스망을 통해 은행에 접속하여 각종 조회 및 자금 이체 등, 다양한 금융 업무를 장소에 구애받지 않고 간편하게 이용하는 새로운 금융서비스를 말한다. 이러한 모바일 बैं킹 이용자는 현재 모바일서비스 가입자(단말기 구매기준) 100만명 시대를 돌파하며 인터넷 बैं킹

과 함께 금융거래의 한 축으로 부상하였다.6)

서비스명	이동통신사	은행
뱅크온	LGT	국민(2003.9월 시작)
		제일, 기업, 조흥 (2003.3월 시작)
M뱅크	SKT	우리, 신한, 조흥 (2003.3월 시작)
		하나, 광주, 전북 (2003.4월 시작)
K뱅크	KTF	국민(2003.3월 시작)
		부산(2004.3월 시작)

표1. 국내 모바일뱅킹 서비스 현황
(자료: 각은행, 중앙일보, 2004.3.2)

그동안은 m-commerce의 전체영역이 아직 불투명했기 때문에 사용자들은 모바일뱅킹을 단순히 은행에서 제공하는 서비스의 한 형태로 인지하고 있었다. 그러나 점차 모바일뱅킹을 통해 좀더 간편하고 다양한 서비스와 많은 콘텐츠의 제공이 가능해지면서 재조명 받고 있다.



그림8. 모바일뱅킹의 단말기와 초기화면

무선인터넷은 휴대가 간편하고, 이동 중에도 사용

6) 2003.6.22

이 편리하다는 특징을 갖고 있기 때문에 일반 PC, Notebook, HPC, PDA 등 보다 훨씬 사용자 친숙도가 높다. 모바일 뱅킹에서의 디자인요소는 컴퓨터모니터와는 달리 휴대폰의 LCD창을 통하여 구현된다. 사이즈도 처음엔 96?48(1999년)의 크기에서 해를 거듭할수록 커지는 경향이 있다. 핸드폰의 기능이 점점 많아지기 때문이다.



그림9. 모바일에서 M뱅크 화면

컬러면에서는 흑백에서 시작해 이제는 32만 컬러를 지원하는 기술에까지 왔다. 그림, 동영상, 음성 등의 화려하고 다양한 형태의 멀티미디어 정보로 가득 찬 기존 유선 인터넷에 익숙한 네티즌들이 무선 인터넷 서비스로부터 유선 인터넷 수준의 정보를 얻고자 기대한다면 실망할 수도 있을 것이다. 인터넷은 무선단말기들이 가지는 인터페이스 상의 제한과 유선 인터넷에 비해 상대적으로 고가인 통신비의 부담 등으로 인해서 현재로서는 텍스트기반의 간단한 형태의 정보획득이 가능하다. 한 인터페이스와 효율적인 사이트들의 구성이 중요 할 것이다. 이를 위해 인터넷 접속이 간편한 조작방법과 효과적인 네비게이션 구축을 위

한 기술적, 미적 측면이 발전되어야 한다. 그러나 현재 제공되는 인터페이스 환경을 볼 때, 늘어나는 서비스 종류에 따라 아이콘은 점점 작아지고 조잡해지고 있어 인지하기 쉽고 사용하기 용이하려는 아이콘의 기능에 위배되고 있다. 모바일에서는 텍스트정보가 가장 많다. 때문에 디자인 요소 중 타이포그래피에 대하여 더욱 중요하다. 서체들에 대한 심미적 기준은 이용자의 성별, 직업, 연령, 관습, 문화 등에 따라 전혀 다른 양상을 보일 수 있다. 본문용 타입은 저자의 의도가 잘

나타날 수 있도록 서체, 크기, 중량, 간격, 공간 등이 충분히 심사숙고 되어야 한다. 특히, 타입의 크기는 이용자의 연령과 밀접한 관련이 있으므로 더욱 유의 하여야 한다. 본문은 불필요한 자극이나 긴장감 없이 읽기에 편해야 한다. 적정한 서체가 선택되었다면, 자간과 어간 그리고 행 폭은 어느 정도 부여하느냐 하는 것 역시 중요하다.



그림10. 모바일에서 CD/ATM거래 화면

무선인터넷 이용의 활성화를 위해서는 사용이 용이한 인터페이스와 효율적인 사이트들의 구성이 중요 할 것이다. 이를 위해 인터넷 접속이 간편한 조작방법과 효과적인 네비게이션 구축을 위한 기술적, 미적 측면이 발전되어야 한다. 모바일에서 그래픽은 문자에 비해 뛰어난 의미전달력을

지니고, 심미성을 더하기 때문에 사용이 점점 늘어가는 요소이다. 초창기 텍스트 위주의 콘텐츠도 점점 그래픽을 이용한 콘텐츠로 바뀔 것이다. 모바일에서 그래픽 표현은 인터페이스 아이콘, 로고, 그림 메시지, 만화, 캐릭터 등 그래픽 요소가 필요한 것의 부분화면, 전체화면 등 전반적인 곳에서 필요하다. 이렇듯 모바일에서 많은 그래픽 요소를 필요로 하지만 아직은 과도기적인 시기로 그래픽 지원 기술과 디자인적으로 많은 개선과제를 가지고 있다.



그림11. 모바일에서 신용카드 거래 화면

4. 미래형 전자통장의 출현

연간 발행되는 종이통장은 은행권이 8천만 개, 금융권이 2천만 개로 한해 1억 개에 달한다. 통장 한 개를 만들고 관리하는데 대략 만원정도의 비용이 들기 때문에 연간 1조원이 통장발행에 쓰이고 있다. 이러한 낭비를 없애고 고객접점의 다양화와 금융거래의 통합과 편의성 제고 등을 겨냥해 개발한 전자통장이 국민은행을 필두로 서비스가 2004년 11월부터 전국으로 본격 시행된다.7)

전자통장이란 별도의 종이통장을 발급하지 않고 보안성이 강화된 IC카드를 통해 예금,적금 및 대

7) SBS TV , 2004.3.9

출이 이뤄지는 신개념 금융서비스이다. 또 신용카드 증권거래 등 계좌정보를 내장해 모든 금융거래가 이 카드 한 장으로 가능하며 6~8자리의 PIN(개인고유식별) 번호와 계좌비밀번호가 일치할 경우에만 거래가 성립되 보안성도 높은 서비스이다. 이서비스를 이용할 경우 창구 거래시 기존의 통장, 인감, 주민등록증 등 본인인증을 위한 번거로운 절차를 생략하고 창구 앞에 설치된 비밀번호 보안장치인 핀패드(PinPad)라는 인식기에 카드를 통과시킨 후 간단히 PIN 번호만을 입력시키면 된다.



표2. 전자통장의 개념도 (www.smgate.co.kr)

종래의 현금카드는 ATM 등 자동화기기에서만 사용할 수 있었지만 전자통장은 창구를 포함한 모든 채널에서 자유롭게 거래할 수 있다. 또한 과거 통장처럼 거래내역을 확인하고 싶을 경우 거래내역 출력기에서 언제든지 거래내역을 출력해 확인할 수 있다. 기존의 은행 고객들은 기존통장에 대해 통장 정리 시 기다리는 시간, 통장 재발급, 통장이나 도장 분실시의 처리절차의 복잡함, 통장 분실 재발행 수수료, 지갑 속에 휴대하기 불편함 등 통장이용에 따른 불만을 가지고 있는 것으로 나타났다. 이에 따라 통장 여러개를 전자통장 카드하나로 대체해 통장관리를 간편하게 하고 동시에 별도의 '거래내역 출력기'를 통해 언제라도 거래내역을 확인할 수 있는 전자통장은 금융권의 획기적인 서비스 매체가 될 것이

다.

구분	종이통장	전자통장
계좌정보저장	통장당 1개계좌	30개계좌
이용매체	MIS가 부착된 종이통장	IC(직불)카드
창구출금시 본인인증	통장인감 계좌 비밀번호	PIN계좌 비밀번호
거래내역확인	통장정리	거래내역출력
공인인증서 저장	불가	공인인증서 저장가능
추가기능	없음	전자화폐 신용(체크) 교통카드

표3. 종이통장과 전자통장의 비교

이미 인터넷뱅킹, 폰뱅킹, 모바일뱅킹 등 전자매체에 익숙한 젊은 직장인 층을 중심으로 기존의 종이 통장은 큰 의미를 상실했으며 은행거래가 많은 사업자들 에게도 편리하게 사용될 예정이다.



그림12. 전자통장에서 현금출금화면(ATM)



그림13. 전자통장에서 현금입금화면(ATM)

상세한 사용일정은 금융계에서는 최초로 국민은행이 시범 운영기간을 거쳐 본격적인 서비스를 시작하며 조흥은행도 다음달부터 현금카드와 전자화폐, 그리고 공인인증서 기능이 탑재된 금융 IC카드 서비스를 실시하며 지난 7월19일부터 시범적으로 서비스 하고 있다. 신한은행은 모든 거래고객을 대상으로 현금카드 기능과 전자화폐, 공인인증서기능이 동시에 들어간 '신한 스마트 원(Smart One) 카드'를 발급할 예정이다.



그림14. 국내 최초의 전자통장 (2004년 3월 시범 기간 중 사용)

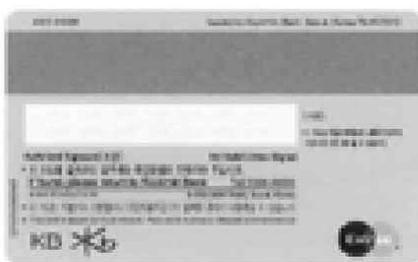


그림15. 국민은행의 "마이큐" 전자통장 (2004년 11월부터 전면 시행)

외환은행도 최근 개발 작업을 끝내고 내년 1월부터 현금카드와 전자화폐 기능, 그리고 공인인증서

등이 내재된 '예스 원 카드(Yes One Card)'를 발급할 예정이다.그중에서도 최초로 확대 시행되는 국민은행의 서비스를 살펴보면 메인타겟은 다양한 네트 워크 사용에 이미 익숙해져 있는 30대 중반의 샐러리맨이 대상이다. 전자통장의 네이밍은 "마이큐"로 정해졌으며 금융의 아이큐 - 마이큐라는 개념에서 탄생하였다. 이에 카드디자인도 새롭게 디자인되어 개발되었다.(그림 15) 그러나 기존 카드들이 트렌드를 반영하며 환경 변화와 라이프스타일을 소중히 생각하는 현대인들의 니즈를 반영하여 디자인 되는 것에 비해 컨셉의 표현과 아이디어가 풍부하지 못하다. 전자통장은 디지털미디어의 형식으로 개발되어졌으나 기존의 종이통장을 대체하는 은행과 고객간의 최접점에서 이루어지는 커뮤니케이션의 도구인 점을 감안하여 좀더 편안하고 친근감 있는 트렌드를 담아내는 제2의 은행의 얼굴로서의 기능을 다하기를 기대한다.

IV. 결론

디자인은 그 시대의 사회와 문화를 반영하는 척도이다. 사회가 요구하는 것을 디자인해 내며, 사회적 요구를 디자인하기도 한다. 최근 10여 년간 우리의 사회 환경은 디지털과 정보화라는 두개의 큰 축을 중심으로 혁명적이라 할 수 있는 변화를 겪고 있다. 이것은 사회전체 모든 부문 속에서도 발견할 수 있다.그중에서도 특히 본 논문에서는 1990년 중반이후 본격화된 금융시장의 변화에 주목해 고객과의 접점(채널)에서 이루어지는 다양한 시도 속에서 디자인적인 새로운 기능과 역할을 조명해 보고자 하였다. 은행에서는 현재 대 고객접점인 종이통장을 전자통장으로 전면 교체하는 작업을 2004년 11월에 시행하는 등 종이를 소재로 사용하는 미디어의 사용이 점차 줄어들고 보다 안전하고 편리한 디지털미디어로 대체 되는 등 급변화 하고 있다. 따라서 고객과의 커뮤니케

이전 방식도 멀티미디어적 형식에 따른 인간과 디지털미디어 간의 인터랙션이 중요한 키워드로 부상되고 있으며 디자인의 영역도 고유의 분야인 그래픽적 포스터, 전단, 통장 디자인 등에서 인터페이스 디자인의 영역 등으로 확대 되고 있다. 이에 따라 디자이너의 역할과 기능도 점차 변화 되고 있다.현재 금융권의 디자인은 과거 전통적인 디자인 환경과는 다른 정보기술(Information Technology)의 발전에 따라 광 저장 형태로, 하이테크니션 이미지로, 삼차원 이미지로, 데이터 시각화로, 저장되고 분석되고 제시된다. 요약하면, 사람들에게 더 많은 정보가 이용 가능하고 그 정보는 현재보다 더욱 시각적인 형태로 제시될 것이며 실시간, 한번에 보다 많은 사람들에게 공유 될 것이다. 이렇듯 새로운 기술에 맞는 디자인 형식들이 생겨나면서 디자인도 새로운 영역을 넓혀 나가고 있다.위와 같이 다양한 미디어 형식들의 통합 속에서 무엇보다 우리가 주목해야 할 가장 중요한 금융권의 변화는 텔레커뮤니케이션, 정보처리, 화상(imaging) 등의 지속적인 통합으로 점차 텍스트와 소리 및 영상의 통합 위에 기반을 두게 될 것이며, 그 속에서 디자인은 점차 지식 중심으로 바뀌어가고, 디자인은 디지털 형식의 새로운 미디어에 적합한 형태로 표현되어져야 할 것이다. 따라서 디지털미디어 시대의 디자이너는 조형 문제를 해결할 뿐만 아니라 기술에 디자인을 접목 시킬 수 있는 콘텐츠를 생산해 낼 수 있어야 하며, 이런 기획력, 발상력을 키우는 노력만이 급변하는 디자인의 디지털화, 정보화 환경에 적응을 할 수 있는 길일 것이다.

참고문헌

- 1) 이충열, 김재필, 이영수 공저 , “디지털 금융’, 도서출판 흥, 2000
- 2) 주재훈, “인터넷 비즈니스 상거래”,비봉 출판

사, 1998

- 3) 김광남, “은행의 인터넷뱅킹에 대한 대응전략”, 경북전문대학 논문집,제 21집, 2001
- 4) 정동운, 윤중선, “전자화폐에 대한 고찰”,혜천 대학 논문집 제27집, 2001
- 5) 이현제, 정일주, “한국전자거래학회지”,4권, 1999
- 6) 김태성, 김순자 “전자기술연구지”, 21권, 단일 지, 2001
- 7) 김하진의 3명, “디지털 콘텐츠”, 안그라픽스, 1999
- 8) 이두홍, “전자 상거래에 있어서의 그래픽디자인에 대한 연구”, 1998
- 9)이용화, “ 2005년의 기술과 유망산업 예측”삼성 경제 연구소 , 1998
- 10) Lynch P.J & Horton S.(1999).- Web Style Guide: Basic Design
- 11) <http://info.med.yale.edu/caim/manual>
- 12) <http://www.kbstar.com>
- 13) <http://www.kiupbank.co.kr>
- 14) <http://www.shinhan.com>
- 15) <http://www.smartgate.co.kr>