

40~50대 사용자 유입을 위한 인스타그램 사용성 개선에 관한 연구

유성호

동덕여자대학교 미디어디자인학과 부교수

A Study on Usability Improvement of Instagram for Users in their 40s and 50s

Sung-ho Yu

Associate professor, Dept. of Media design, Dongduk Women's University

요 약 최근 들어 국내 40~50대 층에서 SNS사용이 꾸준히 늘고 있다. 반면 신규사용자 유입의 한계에 다다른 인스타그램과 같은 글로벌 서비스 브랜드가 국내에서 사용자를 늘리려면 40~50대의 신규 유입이 필요한 실정이다. 그러나 국내 40~50대는 이러한 서비스에 어려움을 느끼고 있어 쉽게 접근하지 못하고 있다. 이에 본 연구에서는 신규 사용자의 유입에 도움이 되고자 40~50대가 인스타그램 사용에 있어서 어떠한 점이 어려운지, 그리고 국내 서비스와 비교해 진입의 장벽이 무엇인지에 관해 UX/UI 측면에서 사용성 테스트를 진행하여 다음과 같은 결과를 도출하였다. 첫째 글로벌 서비스를 현지화 할 때에는 단순 번역이 아닌 이해가 쉽고 적절한 레이블링에 대해 고려가 있어야 한다. 둘째, 주요 기능 및 자주 사용하는 기능은 메뉴 Depth를 단순화하여 접근이 용이 할 수 있도록 고려해야 할 것이다. 셋째 GUI 측면에서 아이콘의 인식률을 높이도록 직감적 인디자인을 개선해야한다. 가능하다면 텍스트와 아이콘의 조합 형태로 제공하는 것이 좋은 결과를 보일 것이다.

주제어 : 사용성테스트, SNS어플리케이션, UX&UI디자인, 사용성, 인스타그램

Abstract Recently, the use of SNS has been steadily increasing in the 40s and 50s in Korea. In order to increase the number of users in the global service brand, such as Instagram, facing the limit situation of new users, 40 ~ 50 new entrants are needed. However, 40 ~ 50s in Korea are not easily able to use these services because they have difficulties in these services. In this study, usability test is performed in terms of UX / UI about what is difficult for users in 40 ~ 50s to use in instagram, and what is the barriers to entry compared to domestic service The results are as follows. First, when localizing a global service, it is easy to understand, not a simple translation, and proper labeling should be considered. Second, major and frequently used functions should be considered to be intuitive to simplify the depth. Third, the design should be improved to increase the recognition rate of icons in terms of GUI. If possible, the combination of text and icons provided good results.

Key Words : Usability Test, SNS Application, Usability, UX&UI Design, Instagram

1. 서론

1.1 연구목적 및 배경

최근 몇 년간 소셜 네트워크 서비스(SNS) 사용자는 꾸준히 증가하고 있는 추세다.[1, 2] 하지만 10대 또는 20대의 증가 폭은 둔화하는 반면 40~50대의 사용자는 증가

*This paper was supported by the Dongduk Women's University Grant

*Corresponding Author : Sung-Ho, Yu (smileysh@naver.com)

Received June 31, 2018

Accepted September 20, 2018

Revised August 17, 2018

Published September 28, 2018

하고 있다. 하지만 국내 연령별 사용자층을 보면 10~30대에서는 페이스북이나 인스타그램, 특히 인스타그램의 인기가 많고 사용자가 많지만[3], 40~50대들은 국내 개발업체가 서비스 하는 밴드나 카카오토티를 많이 이용한다.[4] 이는 인스타그램이 10~30대에서 많은 이용자층과 인기를 누리고 있으나 사용자 확대 측면에서 보면 한계에 다다랐다고 판단된다. 인스타그램이 국내 이용자를 늘리고 폭넓은 사용자층을 확보하려면 최근 유입률이 높아지고 있는 40~50대 사용자층에 매력적으로 다가가야 할 것이다. 따라서 본 연구에서는 40~50대가 인스타그램 사용에 있어서 어떠한 점이 어려운지, 국내 서비스와 비교해 진입의 장벽이 무엇인지에 관해 UX/UI 측면에서 사용성 테스트를 통해 연구해보고자 한다. 이를 통해 문제점을 찾아내고 유입률과 접근성을 높일 수 있는 개선점을 제시하는 것이 이 연구의 목적이다.

1.2 연구방법 및 범위

본 연구의 연구방법으로는 사용성테스트(Usability Test)의 주요 실험 방법으로 사용자 인터뷰와 Screen Test 기법을 사용했으며[5,6] 이를 통해 인스타그램의 UI와 GUI에 대한 사용자의 행동을 관찰하고 사용성 테스트 후 인터뷰와 설문조사 방법을 통해 분석하였다. 실험 기간은 2018년 4월 5일 ~ 4월 18일 실험자 거주지 및 근무지 근처 카페에서 진행하였다. 연구범위는 안드로이드 기반 스마트폰에서 최신버전의 인스타그램을 대상으로 주요 기능 즉, 계정 설정, 사진 또는 동영상 올리기, 수정 및 삭제, 친구와 소통하기, 공유 및 알림 기능에 한정하여 사용성 평가를 진행하였다.

2. 연구설계

2.1 사전조사 및 실험대상 선정

실험 대상자를 선정하기 위한 사전 조사단계에서 SNS사용여부, 스마트폰 숙련도, 인스타그램 사용여부를 고려하여 사전 설문을 통해 사용자 7명을 선정하였다. 이는 Jakob Nielsen의 사용성 평가 연구 이론에 근거하여 선정하였다[7,8]. 연령은 40~50대 남녀 각각 3, 4명을 선정하였으면 모두 SNS를 사용해본 경험은 있으나 인스타그램을 사용해보지 않은 사용자를 선정하였다. 자세한 사용자 선정 기준은 Table 1과 같다.

Table 1. Number of participants

Division	List	No.
Gender	Male	3
	Female	4
Age	40's	3
	50's	4
Period of SNS use	1 year or less	1
	2 years ~ 3	2
	More than 4 years	4
Smartphone proficiency	Advanced user	2
	Intermediate users	3
	Novice users	2

2.2 연구 수행 프로세스

연구 수행을 위한 과정은 Fig.1와 같은 순서로 진행하였다.

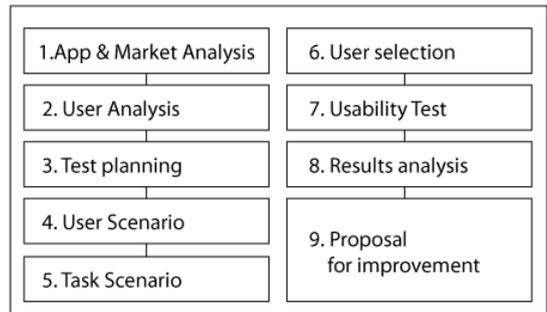


Fig. 1. Process of usability test

첫 번째는 실험대상 애플리케이션과 경쟁 애플리케이션에 대해 환경 분석을 하였다. 이를 통해 공통된 기능과 자주 쓰는 기능 차별화된 기능 등을 분석하였다. 둘째로, 사전 설문과 인터뷰를 통해 사용자 40~50대 사용자의 스마트폰 사용 정도와 SNS 선호도 및 숙련도, 인스타그램과 카카오토티의 사용여부, 주로 사용하는 기능에 대해 분석하였고 셋째로 앞서 분석 한 내용을 바탕으로 사용성테스트 기획을 하였다. 넷째로, User Scenario를 작성하여 사전 조사를 통한 기능과 비교 분석하여 사용성테스트를 위한 Task List를 만들었다. 다섯째로, 작성된 Task를 기반으로 Task Scenario를 작성하여 모의 테스트를 진행하였다. 여섯째로, 참가자 선정 기준에 따라 참가자를 선정하였고 일곱 번째로 Usability Test를 Screen Test 기법과 인터뷰형식으로 진행하였으며 사용성테스트 후 인터뷰 형식의 사후 설문을 진행하여 더욱 깊이 있는

분석 자료를 얻을 수 있도록 하였다. 여덟 번째로, Test 결과에 대해 심도 있는 분석을 통해 문제점 분석 및 개선안을 제안하는 순서로 진행하였다.[9-11]

2.3 사용성 테스트를 위한 Task

사용성테스트를 위한 과업(Task)을 도출하기 위해 국내 경쟁사 서비스인 카카오토티와 인스타그램에서 공통으로 사용되는 기능들과 차별화된 기능을 정리하였다. 이를 기반으로 실험대상 연령층을 대상으로 사전 설문조사를 진행하여 자주 사용하는 기능 리스트를 작성하였다. 이렇게 작성된 기능을 대상으로 회원가입 3개 항목, 친구와 소통하기 6개 항목, 사진올리기 7개 항목, 동영상 올리기 4개 항목, 수정과 삭제 4개 항목, 공유 2개 항목, 알림 기능 2개 항목으로 구분하여 상세 Task를 작성하였다. 테스트를 위한 상세 항목은 Table 2와 같다.

Table 2. Task list for Usability test

Function	No.	Task
Account settings	1-1	Create your own ID
	1-2	Turn your profile picture into a photo in the gallery
	1-3	Please enter 'Hello' in your introduction
communication with friends	2-1	Find the 'smileysh' ID and follow it
	2-2	Enter the Instagram of the friend you just added
	2-3	Just like your friend's post
	2-4	Comment on your friend's post saying "cool"
	2-5	Send a direct message to your friend called 'Hello'
	2-6	See your friend's story
Upload photos	3-1	Take a picture in the Instagram
	3-2	Put your favorite filter on the picture you just took
	3-3	Try tagging your friend 'smileysh' on your photo
	3-4	Have a hash tag called 'spring' in your post
	3-5	Put the photos you just filtered in your account
	3-6	Put the pictures from the original album in their account
	3-7	Put a picture in your story
video Upload	4-1	Take a five-second video in Instagram
	4-2	Put your favorite filter in the video you just took
	4-3	Upload the video
	4-4	Take out the video you just took and reduce the video length to 3 seconds
Modified & delete	5-1	Edit the photo post you just uploaded to "Nice to meet you"
	5-2	Delete the tag 'smileysh' in your photo post
	5-3	Add your own location to that post
	5-4	Remove previously posted video posts
share	6-1	Share your friend's posts
	6-2	Share your posts with friends in a direct message
Notifications	7-1	Check out your notifications
	7-2	Try removing the topmost notification

3. 연구 결과 분석

3.1 사용성 테스트결과 분석

이번 연구의 사용성테스트 성공과 실패 기준은 다음과 같다. 절뚝값(일반적으로 기능을 알고 있는 사용자의 평균 Task 수행시간)과 동일하거나 빠른 시간에 Task 수행하면 Pass로 평가하고, 절뚝값의 세배 이내에 Task를 수행하면 Delay, 절뚝값의 3배 이상의 시간을 사용하여 Task를 수행하거나 아예 수행하지 못하면 Fail로 규정하였다. 이러한 기준으로 인스타그램의 주요 기능에 대한 사용성평가 결과 Table 3과 같은 결과를 나타내고 있다.

Table 3. Result of Usability test

No.	User1	User2	User3	User4	User5	User6	User7	Failure
1-1	P	D	D	P	F	D	F	2
1-2	F	D	D	F	F	D	F	4
1-3	D	D	F	P	F	D	D	2
2-1	F	D	F	F	F	D	F	5
2-2	D	P	P	F	P	P	P	1
2-3	D	F	P	D	F	P	F	3
2-4	D	P	F	F	F	D	F	4
2-5	F	P	F	F	F	D	F	5
2-6	P	P	F	F	F	D	F	4
3-1	F	F	F	F	F	F	F	7
3-2	P	P	D	D	F	P	D	1
3-3	F	D	F	F	P	D	F	4
3-4	D	F	F	F	F	F	F	6
3-5	F	P	F	F	P	P	D	3
3-6	F	F	F	F	P	F	F	6
3-7	P	D	F	F	D	F	F	4
4-1	D	D	F	D	P	D	F	2
4-2	F	F	F	D	F	P	D	4
4-3	F	F	F	D	D	P	D	3
4-4	F	F	F	F	F	F	F	7
5-1	F	D	D	F	F	D	F	4
5-2	F	F	F	F	F	F	F	7
5-3	F	F	F	F	F	P	F	6
5-4	P	D	D	F	F	D	P	2
6-1	F	F	F	F	F	F	F	7
6-2	F	F	F	F	F	F	F	7
7-1	F	D	F	F	F	F	D	5
7-2	F	F	D	F	D	F	F	5

세부 항목별로 분석해보면 첫째로 '회원가입' 3개 항목에서 <1-2> '프로필 사진을 갤러리에 있는 사진으로 바꿔보세요' 항목에서 프로필 사진을 바꾸는 아이콘을 찾아 가는 과정에 어려움을 느껴 실패율이 높았다. 이는

하단에 아이콘만으로 표시되는 메뉴들과의 연관성이 있는 것으로 평가되고 있다[12]. 둘째로 ‘친구와 소통하기 분야 6개 항목 중 3개 항목에서 낮은 결과를 보였다. <2-1> ‘smileysh 아이디를 찾아서 팔로우 해보세요’ 항목에서는 친구의 아이디를 볼 수 있는 창을 찾는 것에 어려움을 느껴 실패율이 높았다. 이는 하단의 사람 아이콘을 누르고 하위 메뉴로 들어가서 다시 찾아야하는 과정을 거치기 때문에 어려움을 느꼈다고 한다. <2-5> ‘친구에게 안녕이라고 다이렉트 메시지(DM)를 보내주세요’ 항목에서는 다이렉트 메시지가 무엇인지 알지 못함과 중이비행기 모양의 아이콘이 다이렉트 메시지를 뜻하는 것임을 인식하지 못하였다. 이는 레이블링(Labeling)의 문제와 아이콘의 의미 전달 면에서 문제가 있는 것으로 나타나고 있다[13].

‘사진 올리기’ Task중에 <3-2> ‘인스타그램 어플리케이션에서 사진을 찍어보세요’에서는 사진 촬영을 위해 하단에 ⊕버튼을 누르고 들어가야 하는 것을 인식하지 못하여 Task를 수행하지 못하는 사용자들이 있었다. 이는 카카오토티의 예처럼 사진, 동영상, 글 올리기 같이 자주 쓰는 기능들은 상위 Depth에서 바로 접근 할 수 있도록 인터페이스에 대한 고려가 필요 한 것으로 판단된다. <3-3> ‘사진에 친구 smileysh를 태그해보세요’ 항목에서는 사진에 친구를 태그 한다는 개념 자체를 인지하지 못했으며 댓글에 친구를 태그 하는 기능과 헷갈려했다. <3-4> ‘게시물에 봄이라고 해쉬태그(#)를 해보세요’에서는 해쉬태그의 개념 자체를 인지하지 못하였다. 이는 40~50대 유입을 위해서는 레이블이 단순번역이 아닌 쉽게 이해할 수 있는 레이블로의 개선이 필요한 부분으로 판단된다[3-6]. ‘갤러리에 있는 사진을 자신의 계정에 올려보세요’항목에서는 촬영해서 올리는 것과 원래 있는 사진을 올리는 것을 구분하는 것에 어려움을 느꼈다. 이는 하단의 ⊕버튼을 누르고 하위에 들어가 텍스트로 된 갤러리 아이콘을 눌러야하는데 갤러리 아이콘이 비활성화로 보여서 선택하기 어렵다고 응답하였다. 이 역시 자주 쓰는 기능임에도 첫 번째 탭스에 없고 하위 탭스로 들어가서 선택해야하기 때문에 이러한 결과가 나오는 것으로 보인다.

‘동영상 올리기’ 4개 항목 중 2개에서 실패율이 높았는데 첫째, <4-2> ‘찍은 동영상에 마음에 드는 필터를 넣어보세요’에서 필터 종류가 매우 많아서 결정하는 것에 다소 어려움 느꼈고, <4-4> ‘방금 찍은 동영상을 다시 꺼내

서 동영상의 길이를 3초로 줄여보세요’항목에서 동영상 편집 기능이 어디 있는지 찾기가 어려웠고. 길이를 줄이는 기능을 찾지 못하는 결과를 보여줬다.

‘수정과 삭제’ 4개 항목 중에, <5-1> ‘올린 사진 게시물을 반갑습니다! 라고 글을 추가하여 수정해보세요’에서는 사진에 글을 추가하는 것의 개념을 알지 못하고 어느 버튼을 눌러서 글을 추가해야 하는지에 대해 어려움을 느꼈다고 하였다. 이는 우측 상단의 [:]아이콘의 인식에 대한 문제로 판단된다. 또한, 아이콘의 의미가 너무 함축적이고 많은 기능을 대표하고 있어 정체성이 약하다 할 수 있다. <5-2> ‘사진 게시물에 태그 한 smileysh를 지워보세요’에서는 태그를 어떻게 지워야 하는지 인식 못함. 이는 수정[:]으로 들어가서 해당 태그를 눌러서 삭제해야하기 때문에 어려움을 느끼는 것으로 나타나고 있다. [5-3] ‘그 게시물에 현재 자신의 위치를 추가해보세요’에서는 위치추가 메뉴가 수정[:] 아래에 있는데 이 아이콘이 어디 있는지 찾지 못하고 아이콘을 인식하지 못하고 있다. 이처럼 <5-2>와 <5-3>의 결과는 구조적으로 탭스의 단순화가 필요한 문제점 중에 하나로 나타나고 있다[14,15].

‘공유’항목에서는 <6-1> ‘친구의 게시물을 본인에게 공유해보세요’Task에서는 공유하는 메뉴가 어디 있는지 찾지 못했으며 본인에게 공유할 수 있다는 것을 알지 못했다. <6-2> ‘자신의 게시물을 다이렉트 메시지로 친구에게 공유해보세요’항목에서는 다이렉트 메시지 창에서 공유 메뉴가 어디 있는지 몰랐으며 이는 다이렉트메시지 아이콘의 인식률과 아이콘 위치에서 오는 어려움으로 나타났다.

마지막으로 ‘알림기능’ 2개 항목은 모두 실패하는 결과를 보여주고 있다. <7-1> ‘자신의 알림을 확인해 보세요’에서는 알림 창과 피드 창을 구분하지 못해서 실패했으며 <7-2> ‘가장 위에 있는 알림을 삭제해보세요’ 항목에서는 드래그인지 더블클릭인지 인식하지 못해서 실패하는 결과를 보여주고 있다. 이는 이 항목에서 인터페이스와 상호작용(Interaction)에 대한 구조적인 문제점을 보여주고 있는 결과이다.

3.2 개선안

사용성테스트 결과 각각의 항목의 문제점들을 분석하여 개선사항을 도출하면 크게 3가지로 분석 할 수 있다. 첫째, 레이블링에 관한 개선의 필요성이다. 이는 <2-1>,

<2-5>, <2->, <3-3>, <3-4> Task에서 공통적으로 발견된 사항이다. 글로벌 서비스를 현지화 할 때 단순번역 또는 영어 레이블을 그대로 사용하는 것은 영어 및 SNS 용어에 익숙하지 않은 국내 40~50대 사용자에게 상당한 어려움을 야기 시키는 요소로 초기 진입에 큰 장애물이 될 수 있다. 따라서 다이렉트메시지, 팔로우, 팔로잉, 해시태그 등의 레이블을 메시지보내기, 친구추가, 친구 맺기, 검색어 달기 등의 익숙하고 쉬운 레이블로의 현지화가 필요하다.

둘째, 자주 쓰는 메뉴 깊이(Depth)의 단순화 및 상위 Depth로의 노출이 필요하다. 예를 들어 사진 및 동영상 올리기가 SNS에서 가장 많이 쓰는 기능 중에 하나임에도 인스타그램에서는 ⊕버튼을 누르고 한 단계 하위 메뉴로 내려가야 사진, 동영상 올리기 기능들을 사용할 수 있다. 이는 메뉴를 인식하기도 힘들고 매번 하위 탭으로 들어가야 하는 불편함이 있다. 따라서 이러한 부분을 Fig. 2의 카카오톡 스토리 예처럼 첫 페이지에 사진올리기, 동영상올리기, 글쓰기 등의 아이콘을 배치해 쉽게 이용할 수 있도록 개선해야 할 것이다.



Fig. 2. Examples that easily expose key features

셋째, GUI측면에서 너무 과도하게 생략된 아이콘 디자인을 메뉴의 특징을 살린 그래픽으로 인식률이 높도록 개선해야 한다. 특히 '다이렉트 메시지' 아이콘의 인식률이 현저히 떨어지고 있어 이 부분을 메시지로 인식할 수 있는 편지봉투 모양 등의 그래픽으로의 개선이 필요하다. 또한 사진, 동영상 올리기 하위로 접근하는 ⊕버튼과 수정 등의 옵션이 들어있는 [:]아이콘도 좀 더 직감적인 아이콘으로 변경해야 할 것이다.

마지막으로 하위에 숨어있는 주요 기능들 수정, 공유 등의 기능을 아래 그림의 네모박스 위치 즉, 좋아요, 댓글, 다이렉트 메시지를 쓸 수 있는 아이콘들 옆으로 배치하여 쉽게 접근할 수 있도록 개선하는 것이 보다 효율적

일 것으로 판단된다.



Fig. 3. Suggested location of frequently used functions

4. 결론

국내에서 성장이 둔화된 인스타그램은 국내 이용자를 좀 더 늘리고 폭넓은 사용자층을 확보하기 위해 40~50대의 신규 유입이 필요한데 현재 이 연령층은 국내에서 개발한 SNS를 주로 사용하고 글로벌하게 사용되고 있는 인스타그램과 같은 서비스는 여러 가지 어려움으로 인해 사용하지 못하고 있는 실정이다. 이러한 사용상의 어려움을 개선하여 40~50대의 신규 사용자를 늘리는데 도움이 되고자 인스타그램에 대해 UX/UI측면에서 사용성테스트를 진행해 분석한 결과 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째 글로벌 서비스를 현지화 할 때에는 단순 번역이 아닌 이해가 쉽고 직감적인 적절한 레이블링(labeling)에 대한 고려가 있어야 한다. 둘째, 주요 기능 및 자주 사용하는 기능은 메뉴의 깊이(Depth)를 단순화하여 접근이 용이하도록 메뉴구조를 설계해야 할 것이다. 셋째 GUI측면에서 아이콘의 인식률을 높이도록 디자인을 개선하고 가능하다면 텍스트와 아이콘의 조합 형태로 제공하는 것이 좋을 것이다. 본 연구의 한계점은 테스트결과를 기반으로 개선안을 제안하는데서 끝났다는 것이다. 다음 연구에서 본 연구 결과를 토대로 개선된 디자인을 제시한 후 이에 대한 사용성테스트 수행하고 개선한다면 보다 사용하기 편리하고 누구나 쉽게 이용할 수 있는 서비스를 개발하는데 도움이 될 것으로 예상된다.

REFERENCES

- [1] GlobalWebIndex, (2014). GWI Social Summary.
- [2] B.S. Park, (2014). Global SNS Present Condition and

- Implications, *Korea Information Society, Development Institute, Information & Communications policy*, Vol. 26, No. 2, pp. 22-34.
- [3] M. J. Nam, E. J. Lee & J. H. Shin (2015). A Method for User Sentiment Classification using Instagram Hashtags, *Journal of Korea Multimedia Society*, 18(11).
- [4] Y. H. Lee. (2014), INTERNET & SECURITY FOCUS August. *Korea Internet & Security Agency*.
- [5] W. S. Chang & Y. G. Ji. (2011). Usability Evaluation for Smart Phone Augmented Reality Application User Interface. *Society for e-Business Studies*, 35-47.
- [6] A. K. Ghalibaf, M. Jangi. M. R. M. Habibi. S. Zangouei & R. Khajouei. (2018). *Usability evaluation of obstetrics and gynecology information system using cognitive walkthrough method. Electronic physician*, 10(4), 6682-6688.
- [7] J. Nielsen. (1999). *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*, ISBN:156205810X.
- [8] J. Nielsen. (1990). Heuristic evaluation of user interfaces, *CHI '90 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 249-256.
- [9] C. Remy, O. Bates, J. Mankoff, A. Friday, (2018). Evaluating HCI Research beyond Usability, *CHI EA '18 Extended Abstracts of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Paper No. SIG13.
- [10] M. S. Jeon. (2011). *UI Usability Test Practice (to create a user-oriented web service)*, I S B N: 9788963050966
- [11] Rebecca BlakistonBy. (2014). *Usability Testing (A Practical Guide for Librarians)*, Rowman & Littlefield, ISBN: 1442228997.
- [12] Campbell, Alastair, (2001), *www.icon design, Cassell Illustrated*, I S B N: 0304354201
- [13] Y. H. Kim. (2007). *Effects of Menu Structure and Screen Layout on Web Site Usability of Different User Groups*, Hanyang University press.
- [14] L. Rosenfeld & P. Morville. (2002), *Information architecture for the World Wide Web*, O'Reilly UK, ISBN: 0596000359
- [15] Manuel Lima, Peter. (2002). *Visual Complexity Displaying Complex Networks and Data Sets*, Princeton Architectural Press, ISBN: 9781568989365

유 성 호(Yu Sung Ho)

[정회원]



- 1996년 2월 : 서울시립대학교 산업디자인학과(학사)
- 2007년 10월 : University of The Art London, Interactive multimedia Design(MA)
- 2009년 3월~현재 : 동덕여자대학교 미디어디자인학과 교수

- 관심분야 : UX/UI디자인, Interactive Design, Media, Web design
- E-Mail : smileysh@naver.com