

손동영

한양대학교 [사회과학대학 미디어커뮤니케이션학과](#) 교수

□

목차

- [1 학력](#)
- [2 교내 보직](#)
- [3 주요 경력](#)
- [4 연구](#)
 - [4.1 한양대 공동연구팀\(최용석·김한성·손동영 교수\), 한국사회 실시간 감정지도 개발\(2020.10\)](#)
- [5 연구실적](#)
- [6 수상](#)
- [7 언론활동](#)

학력

- Ph.D., The University of Texas at Austin

교내 보직

- 2020.08.01 ~ [미디어전략센터](#) 센터장

주요 경력

- 미 오하이오 주립대(The Ohio State University), 남플로리다대(University of South Florida) 교수 역임
- 한국광고학회 총무이사, 뉴미디어 분과장
- 한국광고홍보학회 소셜미디어 분과장
- 사이버커뮤니케이션학회 연구이사
- International Journal of Advertising 편집위원
- Journal of Applied Communication 편집위원
- Journal of Advertising & Promotion Research 편집위원
- 한국언론학보, 광고학연구 외 편집위원

연구

한양대 공동연구팀(최용석·김한성·손동영 교수), 한국사회 실시간 감정지도 개발(2020.10)

- 공동연구팀이 한국사회가 느끼는 감정의 수준을 전국 시군구 단위로 실시간 확인할 수 있는 ‘감정지도’를 개발했다.
- 해당 지도에서는 △불안 △분노 △혐오 △공포 △기쁨 △놀람 △슬픔 등 7개 감정을 색깔별 농도를 통해 확인할 수 있다. 예를 들어 놀람 감정이 높게 나타나는 지역은 짙은 초록색으로, 낮은 지역은 연두색으로 표시된다.
- 이러한 연구결과와 감정지도는 정치사회적 이슈에 대한 국민적 감정을 확인해 여론을 감지하거나 경제 불평 등, 정치 양극화, 청년실업 등 사회문제에 대한 사회 분위기를 감지할 수 있는 온도계로 활용될 수 있을 것이다.
- 불안 지도는 연구센터 홈페이지를 통해 누구나 이용할 수 있다.
 - 홈페이지 URL : <http://sentimap.hanyang.ac.kr/>
- 교내 기사: <뉴스H> 2020.10.07 [한양대, ‘한국사회 실시간 감정지도’ 개발](#)

연구실적

- Social embeddedness of persuasion: Effects of cognitive structures on information credibility assessment and sharing in social media. International Journal of Advertising (with Soyoung Choi). 2019.
- Mapping the social capital research in communication: A bibliometric analysis. Journalism & Mass Communication Quarterly (with Chul-joo Lee), 2016.
- Collective dynamics of the spiral of silence: The role of ego-network size. International Journal of Public Opinion Research (with Nick Geidner), 2016.
- 기업의 위기이력이 공중의 책임 지각과 대응 메시지 평가에 미치는 영향. 광고홍보학보 (with 김지혜, 황상재), 2015.
- 사회적 익명성이 온라인 커뮤니티 구성원의 공동체 신뢰도와 인식에 미치는 영향: 인지된 동질성(perceived homophily)과 공감경험(empathy)을 중심으로. 사이버커뮤니케이션학보 (with 윤수진), 2014.
- Measuring expected interactivity: Scale development and validation. New Media & Society (with Sejung Choi), 2014.
- Coping with information in social media: The effects of network structure and knowledge on perception of information value. Computers in Human Behavior, 2014.
- 소셜커머스를 통한 상품구매에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 시간제약과 판매수량 정보를 중심으로. 광고학연구 (with 최소영), 2013.
- 기업의 파워블로그 스폰서십이 정보 신뢰도 및 구매의도에 미치는 영향. 광고학연구 (with 이미혜), 2013.
- Anatomy of interaction experience: Distinguishing sensory, semantic, and behavioral dimensions of interactivity, New Media & Society, 2011.
- Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students, Computers in Human Behavior (with Yoojung Kim & Sejung Choi), 2011.
- Bridging or bonding?: A cross-cultural study of social relationships in social networking sites. Information, Communication & Society (with Yoojung Kim, Sejung Choi, & Yongjun Sung),

2010.

- Disentangling the effects of social network density on electronic word of mouth (eWOM) intention, Journal of Computer-Mediated Communication, 2009.
- Building customer relationships in an electronic age: The role of interactivity of e-commerce websites. Psychology & Marketing (with Sejung Choi & Doyle Yoon), 2008.
- The moderating effects of expectation on the patterns of the interactivity-attitude relationship. Journal of Advertising (with Junhyung Jee & Byung-Kwan Lee), 2007.
- A structural solution to communication dilemmas in a virtual community. Journal of Communication (with John Leckenby), 2007.

수상

- 2022 한국방송학회 최우수 국제 학술논문상

언론활동

- 2015.01.07일자 <머니투데이>에서 시평 '동상이몽의 사회적 비용' 기고하며 "우리 사회의 20대들은 각종 사회봉사 경력, 과외활동, 내신성적, 시험점수로 치장된 지원서를 만들기 위해 경쟁한다"며 "이 과정에서 낭비되는 시간과 에너지의 양은 고스란히 거대한 사회적 비용으로 되 돌아온다"고 지적