

소셜미디어와 대법원 판결의 상관 관계에 대한 분석¹⁾

The Correlation between Social Media and the Behaviors of the Supreme Court in Korea

허준홍 (Junhong Heo) 한양대학교 경영대학²⁾
서예은 (Yeeun Seo) 한양대학교 경영대학³⁾
이서영 (Seoyeong Lee) 한양대학교 경영대학⁴⁾
이상용 (Sang-Yong Tom Lee) 한양대학교 경영대학 교수⁵⁾

〈 국문초록 〉

소셜미디어는 사회적 분위기를 나타내는 지표로서, 비즈니스, 경제, 정치 및 사회 전반을 아울러 다양한 현상들에 대해 분석하기 위한 목적으로 많이 사용되고 있다. 소셜미디어를 이용한 분석들은 사회적 분위기와 관련된 변화의 설명 변수로 활용되어 왔으며, 이에 대한 분석을 소셜 애널리틱스라 부르고 있다. 일반적인 국민들의 법감정과 사회적 분위기에 대한 지표로 활용되고 있는 소셜 애널리틱스를 이용한 연구는 많은 분야에서 이루어지고 있지만, 아직 충분한 연구가 이루어지지 않고 있던 영역이 법과 관련된 영역이다. 이에 본 연구는 대법원 판결과 관련하여 소셜미디어로부터 다양한 정보를 수집하고 소셜미디어가 법적 판결에 미치는 영향, 그 중에서도 한국의 현실에 맞게 상고 기각 여부 및 판결 기간에 어떠한 영향을 미치는지 알아보는 것을 목표로 한다. 본 연구는 법적 판결에 관하여 가장 활발히 소통하는 인터넷 기사 플랫폼을 대상으로 정보들과 댓글 및 대중의 반응에 대한 정보를 수집하여 진행되었다. 소셜미디어를 통해 확인된 대중들의 관심의 증가가 상고 기각 여부 영향을 미치지 않는 반면, 대중의 반응이 부정적일수록 대법원 최종 판결에 이르기까지의 재판 기간이 짧아지는 것을 확인하였다. 따라서, 소셜미디어는 제한적이지만 법적 판결에 영향을 미침을 확인하였다. 본 연구는 기존의 질적 연구에 의한 사례 연구와 달리, 법적 판결에 대한 소셜미디어의 다양한 정보를 수집하고 그 영향력을 빅데이터 관점에서 분석한 최초의 국내 연구라는 점에서 학문적 의의가 있다. 또한, 학술적 목적뿐만 아니라 필드에서도 쓰일 수 있는 법적 판결과 관련된 소셜미디어의 데이터베이스를 구축하였다는 점에서 실무적 의의도 있다고 할 수 있다.

주제어: 빅데이터 분석, 소셜 애널리틱스, 대법원 판결, 텍스트마이닝, 리걸테크

1) 이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 인문사회분야 중견연구지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A5A2A01041043)
2) 제1저자, coco1357@hanyang.ac.kr
3) 제2저자, dpdms1044@hanyang.ac.kr
4) 제3저자, seoyeong8086@hanyang.ac.kr
5) 교신저자, tomlee@hanyang.ac.kr

1. 서론

사람들은 기존의 전통적 언론 매체보다도 소셜미디어를 통하여 더 많은 정보를 접하고, 소셜미디어의 정보를 생활 및 의사결정에 이용을 하고, 또한 자신의 정보를 다른 사람들과 공유하고 있다. 이에 따라 소셜미디어는 이제 일상뿐만 아니라 정치, 경제, 사회 등의 모든 분야에서 강력한 영향력을 갖게 되었으며, 무수한 기업들과 공공 기관 및 정치인들과 같은 사람들도 의사결정 과정에서 소셜미디어를 활용하는 전략을 구사하고 있다. 이 과정에서 소셜미디어의 데이터를 활용하여 의사결정에 활용하는 소셜 애널리틱스 연구가 여러 분야에서 활발하게 진행되고 있으며, 비즈니스 및 사회 전반의 이슈들을 예측하는 데에 기여를 하고 있다.

소셜미디어를 활용하여 대상을 분석하는 연구가 비즈니스, 경제 및 사회 등의 많은 분야에 적용되고 있지만, 아직까지 상대적으로 미개척지로 남아있는 곳이 법적 판결 분야이다. 당연하게도 법적 판결은 객관적이어야 하고 법 그 자체 외에 어떠한 외적인 영향도 받으면 안된다고 믿고 있다. 하지만 시대가 변하고 사회적 관심이 달라짐에 따라 판결에 영향을 미칠 가능성을 완전히 배제하기는 힘들다. 실제로 해외의 연구에서 특정 범죄 사건이 언론에 많이 노출되었을 때에, 언론의 논조가 배심원들의 판결에 크게 영향을 미친다는 연구 결과가 존재한다 (Drechsel et al., 1980).

배심원 제도가 본격적으로 도입되지 않은 한국에서는 사회적 여론이 판결 자체에 미치는 영향은 제한적일 가능성이 높다. 그렇지만, 사회적 여론이 법원에 압박을 주고, 그에 따라 과거와 유사한 사건이라고 해도 판결이 내려지기까지의 기간은 과거와 다르게 나타날 가능성은 충분히 있다고 판단된다. 즉, 법적 판결의 근본적인 기준 자체는 변하지 않더라도, 시민들

의 여론 형성 과정에의 참여가 증가함에 따라, 사회의 변화와 국민 법감정을 가장 잘 반영하는 소셜미디어와 법원 판결간의 연관성을 살펴보는 것은 충분한 의의가 있을 것이다. 소셜미디어를 통해 형성된 여론은 국민의 법감정으로 인지되어, 이는 다시 판결에 영향을 미칠 수 있는 것이다. 김현석 (2019)는 법관의 정서는 사법적 의사결정에 중요한 역할을 할 수 있으며, 일반인의 법감정은 법관의 정서를 통해 판결에 반영될 수 있음을 언급한 바 있다. 이에 본 연구는 법원 판결 기간이 사회 분위기 및 국민 법감정과 관련된 대표적 변수인 소셜미디어를 활용한 소셜 애널리틱스를 통해 그 상관관계를 분석하고자 하였다.

법적 판결문이 비정형화된 대표적인 빅데이터의 하나라는 점도 본 연구의 또다른 목적으로 볼 수 있다. 최근에는 법적 판결문을 인공지능 및 빅데이터를 활용하여 분석하는 리걸테크가 4차 산업혁명 시대의 새로운 산업으로 부각되고 있다. 하지만 해당 관련 연구들은 자연어 처리와 같은 기술적 부분에 초점이 맞춰져 있거나, 텍스트 마이닝을 통해 특정 사건에 대한 유사한 판례를 찾고 유형화하는 방식으로 발전하고 있어, 사회과학 및 경영정보학의 학술적 연구 주제로는 부족한 것도 사실이다. 따라서, 본 연구는 소셜 애널리틱스를 리걸테크처럼 법적 영역에 적용하여, 경영정보학 및 지식경영의 연구 질문에 답하고자 하였다. 구체적으로는 소셜미디어에 노출된 해당 텍스트들의 감성 분석과 인터넷 기사의 여러 정형화된 정보들을 종합적으로 분석하여 법원 판결 기간에 미치는 영향력을 다양한 각도에서 구체적으로 측정하고자 하였다.

본 연구는 다음과 같이 구성하였다. 2장에서는 관련된 선행연구들을 다루는데, 2.1에서는 소셜미디어에 대한 감성 분석 및 텍스트마이닝에 대해, 2.2에서는 소셜미디어의 비즈니스적 영향에 대해, 2.3에서는 소셜미디어의 연구들이 가지는 정치 및 사회적 영향

력에 대해, 그리고 2.4에서는 범죄 사건 판결에 대한 언론보도의 영향에 대해 각각 살펴보았다. 3장에서는 본 연구에서 사용한 연구 설계 및 방법론에 대해 기술하였는데, 3.1에서는 연구 가설 설정하는 과정과 가설에 대해, 3.2에서는 해당 가설을 검증하기 위한 데이터 수집 방법에 대해, 3.3에서는 방법론에 대해 설명하였다. 4장에서는 본 연구의 결과들을 통해 어떤 유의미한 상관관계를 가지는지, 또한 이러한 결과들이 어떻게 해석되는지를 서술하였다. 5장에서는 분석된 결과에 대한 해석을 제안함으로써 본 연구가 가지는 결론, 본 연구의 의의, 그리고 연구의 한계점 등을 제시하였다.

2. 선행연구

2.1. 소셜미디어에 대한 감성 분석 및 텍스트마이닝

대중들은 소셜미디어를 통해 의견을 자유로이 표현하고 있으며, 이는 의견 소통의 장을 마련하게 되어 집단적 감성 및 사회적 분위기를 형성하게 된다. 이에 따라 소셜미디어를 통해 나타나는 사회적 여론의 정도를 정량적으로 측정하고자 하는 감성 분석 연구(Sentiment Analysis)가 상당수 진행되었다. 감성 분석이란 인터넷에서 블로그나 SNS등과 같은 소셜미디어에서 개인 및 집단이 가진 의견 등의 데이터를 수집하고 분석하여 그들의 태도, 의견, 성향과 같은 주관적인 데이터를 분석하는 자연어 처리 기술로서, 다양한 분야에 걸쳐 연구가 수행되고 있다 (Pang et al., 2008).

Peng and Park (2011)은 영화 리뷰에 대한 소셜미디어의 감성 분석을 수행하였다. 이들은 머신러닝을 통해 감성 사전을 개선하고, 단순히 평점을 사용하여 대중들의 평가를 반영했던 기존 연구들과 달리, 감성 분석과

정량적 영화 평점을 결합하여 더 나은 예측을 할 수 있음을 밝혀낸 바가 있다. 이를 통해 텍스트들에 대한 감성 분석이 특정 대상에 대한 평가를 함에 있어 중요한 지표가 될 수 있음을 보였다. 유사한 연구로, Adedoyin et al. (2013)은 트위터, 페이스북 그리고 구글에서 얻을 수 있는 빅데이터들을 어떻게 분석할 것인지에 대해 연구하였다. Gupta and Lehal (2009)은 텍스트마이닝을 통하여 현상을 분석하는데 어떤 유의미성을 가지며 활용될 것인가에 대해 연구하였다. 이와 같이, 소셜미디어에서의 텍스트를 통하여 사람들의 감성을 수집하고, 이를 통해 수집된 정보를 통하여 특정 대상을 분석하고자 하는 연구가 진행되고 있으며, 본 논문도 이와 같은 연구들과 동일한 맥락에 있다고 볼 수 있다.

2.2. 소셜미디어의 비즈니스 영향에 관한 연구

경영정보학에서는 소셜 애널리틱스를 통해 소셜미디어의 감성 분석을 통해 경제에 다방면에 대한 영향 및 관계를 분석하는 연구가 많이 존재한다. 이지원 외 (2011)는 소셜미디어를 통해 내향적인 소비 행동에서 적극적이고 능동적인 소비자 행동으로 확장될 수 있으며 기업의 소셜미디어 콘텐츠 중요성을 강조하였다. Gu and Park (2012)은 전자 상거래에서 상품을 구매하고 소비한 소비자들의 평가가 다시 다른 소비자들의 구매 결정에 영향을 미친다고 확인한 바 있다. 이들은 소비자들이 구매한 제품들에 대한 평가를 어떻게 공유하고, 어떠한 감성을 교환하는지를 확인하였고, 이와 같은 소셜 감성이 매출에 어떤 영향을 주었는지를 확인하고자 한 것이다. 노승의 외 (2013)은 소셜미디어 환경에서 온라인구전(eWOM)에 어떤 요인들이 영향을 미치는지 밝히고 기업이 이를 전략적으로 활용할 수 있도록 제안하였다. Zhang and Luo (2016)는 사용자 활동을 조사하여 온라인 브랜드 광고

를 위하여 소셜미디어 플랫폼을 어떻게 활용하여야 하는지에 대한 전략법을 제시하였다. 구체적으로는 각 기업에 대한 커뮤니티 구조 및 네트워크의 연결 속성을 검토하고 이에 대한 텍스트 분석과 소셜네트워크 분석을 결합하여 전략을 제시하였다.

마케팅 분야 이외에도 주식 및 회사 자산과 소셜미디어의 상관성 분석에 대한 연구 또한 활발히 진행되어 왔다. Lemmon and Portniaguina (2006)은 소셜 감성과 주가 변동의 연관성을 연구하였다. 그들은 소셜미디어에서의 감성 분석을 통해 투자자가 관심 주식에 대해 높은 신뢰도를 가지는 기간 동안에는 우량주보다 작은 주식들을 과대평가함을 확인하였다. 소셜미디어 분석을 통해 주식 시장을 예측하고자 한 것이다. Brown and Cliff (2004)는 개인 투자자들의 소셜 감성이 대규모의 주식 거래에 영향을 미치며, 노이즈 트레이더는 소규모의 주식 거래에 영향을 미친다는 사실을 알아냈다. Si et al.(2014)은 기존 언론과 소셜 감성 분석을 통해 회사 주식의 가치를 예측하는 연구를 행하였다. 6개의 산업군에 속하는 회사들에 대한 대중들의 감성이 주가에 미치는 영향을 분석함으로써, 소셜미디어의 영향력이 전통적 언론 매체보다 강함을 확인하였다. Bianchetti et al. (2018)가 소셜 감성과 암호화폐간의 관계를 분석하였는데, 소셜미디어는 암호화폐의 불안정한 가격변동성에 가장 강한 원인으로 작용하고 있음을 확인하였다. 이러한 연구들은 비즈니스 분야에서 소셜미디어의 영향력에 대한 분석들이 유의함을 가지며 이를 통하여 실전 전략 수립이 가능함을 보여주었다.

2.3. 소셜미디어의 정치 및 사회적 영향에 관한 연구

소셜 애널리틱스를 활용하여 소셜미디어가 정치 및

사회 분야에 영향력을 미치고 있다는 결론에 도달한 연구도 상당수 진행되어 왔다. 우선 정치 분야에서 Stieglitz et al. (2012)은 정치 블로그에 대한 감성 분석을 시행하였다. 그 결과 대중들은 특정 정치인에 대한 중립적인 내용의 기사보다 긍정적, 부정적인 코멘트에 더 많은 관심과 댓글을 불러일으킨다는 결과를 도출하였다. 또한 이들은 대표적인 SNS 중 하나인 트위터를 통해 정치 관심도에 관한 연구를 시행하였는데 그 결과 대중들은 정치적 의견을 공유하는 과정에서 유저들이 리트윗 기능을 적극적으로 사용하고 있음을 밝혔다. 해당 기능을 통해 대중들은 지지하는 특정 정당이나 정치인에 대해 적극적으로 의견을 전달했으며, 이에 대한 감성 분석을 지지율과 비교함으로써 유의미한 상관관계가 있음을 밝혔다. 유사한 연구로 Asghar(2014)는 정치에 관련된 트위터들의 다양한 의견들을 크롤링한 후 감성 분석을 수행하였고, 그들의 정치적 영향력에 대해 연구하였다. 그 결과 소셜미디어의 감성 분석결과가 당선 여부 및 실제 지지율과 큰 상관관계가 있으며 이를 통해 새로운 정치 전략의 수립이 필요하다는 결론을 도출하였다.

Bimber (2014)는 앞서 언급한 소셜미디어를 이용한 실제 선거 공약이 성공한 사례를 제시하며 그 유용성에 대해서 역설하였다. 2008년과 2012년에 버락 오바마가 디지털 매체를 통해 선거에서 어떻게 우승할 수 있었는지 분석하였는데, 소셜미디어와 데이터 애널리틱스를 통해 유권자들의 니즈를 파악하고 그에 대해 적극적으로 소통함으로써 선거에서 승리할 수 있는 가능성에 대해 언급하였다. 이렇게 정치 분야에 대한 소셜미디어의 영향력을 분석한 연구 외에 사회적 영향력에 대한 연구 또한 활발하다.

Calderon et al. (2015)는 1,100만건의 트위터들에 대한 감성 분석을 통해 사회에 대한 다양한 불만들이 소셜미디어를 통해 공유되어 온라인 시위로 이어진다는

결론을 도출했다. 해당 연구는 사회 및 윤리문제에 관한 현 상황을 이해하는데 있어 소셜 애널리틱스가 유의미함을 가진다는 점을 지적하며 4차 산업 시대에 소셜미디어는 여러가지 사회 현상을 분석하는데 중요한 요인이 될 수 있음을 보였다. 또한 김진솔 외 (2021)은 최근 COVID-19와 같은 상황에 대해서도 소셜미디어의 빅데이터를 통해 이러한 위기상황에 대한 대중들의 생각과 감정을 파악하여 정확한 대응책을 제시할 수 있음을 강조하였다. Liu et al. (2011)은 다양한 사회적 현상들을 분석하는데 있어 가장 중요한 요인이 인터넷을 통해 활발한 의견공유가 가능한 소셜미디어임을 역설하며 사회 과학 분야에 대한 연구를 진행함에 있어 소셜미디어를 이용한 분석의 중요성을 강조하였다. 이처럼 소셜 애널리틱스를 이용하여 정치 사회 이슈들을 분석하는 연구들은 지속적으로 수행되고 있으며 그 영역은 점차적으로 넓어지고 있다.

2.4. 범죄 사건 판결에 대한 언론보도 및 소셜미디어의 영향에 관한 연구

법적 판결문이라는 빅데이터에 관한 연구는 자연어 처리과정에 관한 기술적 연구에 상당 부분 머물러 있다. Bues and Matthaei (2016)은 리걸테크에 대한 전반적인 연구를 수행하였다. 리걸테크에 대한 정의부터 분석하는 자연어 처리방법, 그리고 이를 실용적으로 활용하는 방안까지 다양한 분석을 시행한다. 유사한 연구로 Dale (2019)은 법조계에서 자연어 처리방법이 어떻게 사용되고 있으며, 이를 통해 법과 관련된 텍스트 그 자체를 분석하고 그 특징을 분석한다. 하지만 관련된 선행연구들은 법이란 주제에 대한 텍스트를 기술적으로 분석하는 수준이다.

언론학 분야에는 범죄 사건 판결에 언론보도가 미치는 영향에 관한 연구가 존재한다. Drechsel et al.

(1980)은 특정 범죄사건이 신문기사에 노출되었을 때, 기사의 내용들이 범죄와 관련된 사실들을 왜곡한 채 편파 보도하거나, 용의자 또는 피의자에 대해 자의적인 해석을 행하는 등 부정적인 어조를 피력하는 경우가 많았고, 이러한 부분들이 배심원의 판결에 크게 영향을 미친다는 결론을 도출했다. 해당 연구는 강간 살해 사건으로 모의실험을 수행해 보았을 때, 단죄성 보도에 노출된 배심원은 그렇지 않은 배심원에 비해 피의자에게 유죄판결을 내릴 확률이 높다는 결론을 확인하였으나 해당 연구는 개별적 사건에 대한 사례 분석 연구로써 일반화하기 힘들다는 단점이 있다.

미국 헌법 제6조는 모든 범죄에 대해 공명정대한 배심원에 의해 재판이 이루어질 것임을 보증하고 있다. 그러나 Brown (2012)은 미국 헌법 제1조에 명기되어 있는 ‘발언의 자유’ 및 ‘언론의 자유’가 가진 강력한 힘으로 인해 배심원의 공명정대함이 희석될 수 있음을 지적하였다. 이는 소셜 네트워크의 발전으로 인해 재판 전 언론의 관심이 배심원 집단의 공정성에 영향을 미칠 수 있음을 지적하였으며, 배심원은 편견에서 벗어나 오직 증거에 근거하여 피고인에 대한 유죄 또는 무죄에 관한 결정을 내려야 함을 강조하였다. 또한 Mosoph (2020)은 배심원이 재판 전에 기소를 지지하는 소셜 미디어 선전(pretrial publicity)에 노출될 경우 배심원단의 결정에 영향을 미친다는 사실을 모의 배심원단 실험을 통해 밝혔다.

마찬가지로 프랑스에서는 한국과 동일하게 배심원이 아닌 판사에 의한 판결이 이루어지고 있는데, Ouss and Philippe (2016)의 연구에 따르면 범죄에 대한 언론의 보도가 있을 경우 형량이 과중해지는 반면 오심에 대한 보도가 있을 경우에는 형량이 줄어들음을 확인하였다. 비록 판결 전날 밤의 보도에 대해서만 아주 단기적인 영향으로 발견되었지만, 이러한 현상은 실질적인 범죄사실의 변화가 아닌 보도된 뉴스에 대한 반

응 때문인 것임을 확인하였다.

이를 통해 전통적 언론 매체 뿐만 아니라 웹 2.0 시대의 등장으로 도래 된 소셜미디어 또한 실제 판사 및 배심원의 판단에 영향을 미칠 수 있음을 확인하였으며, 본 연구의 기초가 되는 데이터 수집 및 기본적 회귀분석을 허준홍 (2020)이 수행한 바 있다.

2.5. 국내 법관의 소셜미디어 사용과 법 감정 (Legal Emotion)에 관한 연구

소셜 미디어 사용이 보편화 되면서 사건에 대한 정서와 여론이 해당 매체들을 통해 가시화되고 빠르게 확산되고 있다. 이에 국민들의 법 감정(Legal Emotion)이 표현되는 소셜 미디어에서 법관들의 개인 활동과 직무 윤리에 대한 선행된 연구들이 존재한다.

홍남희 (2016)는 법관의 소셜네트워크서비스(SNS) 사용에 대한 연구를 진행하였는데, 과거 법관의 SNS 내에서의 발언이 조선일보 1면에 단독 보도되며, 법관의 SNS 사용이 사회적으로 이슈를 일으킬 수 있음을 확인하였다. 따라서 연구자는 국내의 언론보도는 법원 내 SNS 이용 가이드라인을 제정하는 등 조직 내 미디어 이용 윤리를 규범화하고 조직원을 통제하는 영향력이 있음을 지적하였다. 그럼에도 불구하고 노동일 (2012)은 법관의 SNS 사용과 관련하여 법관들도 기술 발전을 외면하거나 사회의 전반적 흐름에서 고립될 필요도 없음을 강조하였다. 그러나 보편화된 서비스로서 SNS를 사용함에 있어 적절한 가이드라인 제정에 대한 논의가 필요할 것으로 제언 하였다.

김도훈 (2016) 또한 법관이 소셜 미디어를 사용함에 있어 발생할 문제점에 대해 우선적으로 인식하였다. 하지만 소셜 미디어의 활용이 법관의 사회에 대한 정확한 인식을 돕고 최근 판례의 증거로 소셜 미디어에 포함된 자료가 다수임을 고려하여, 구체적으로 판단

가능한 전문성을 갖추어야 함을 언급하였다. 김한균 (2011)은 법관의 직무 윤리와 관련하여 소셜 네트워크 사용에 대해 언급하였다. 사회의 정치문화와 법관 개인의 신념이 판결 및 업무 수행에 대해 미칠 영향력을 강조하며 오히려 합리적 수단과 범위 내에서 소셜 미디어를 통해 법관의 정치문화적 의견을 교류하고 검증받는 과정의 필요성을 주장하였다.

한편, 전해정 (2013)은 이성의 우월성을 근거로 하는 법실증주의의 영향으로 법적 판결에서 감정을 배제하여야 한다고 법학에서는 가르치고 있으나, 국민의 법감정을 인식하고 판결에 반영하는 것이 반드시 비합리적이지 않을 수 있음을 밝힌 바 있다. 또한 김현석 (2019)도 사법적 냉정(Judicial Dispassion)을 미덕으로 삼고 있었던 과거와 달리, 법관의 정서가 사법적 판결 과정에 영향을 미칠 수 있고, 일반인의 법감정을 재판에 반영할 수 있는 수단이 될 수 있음을 밝혔다. 따라서 소셜미디어가 지닌 법 감정(Legal Emotion)이 법관에게 미치는 영향력에 대해 경계하면서도 가능성을 인지하고 있다고 볼 수 있다.

법원의 의사 결정이 소셜미디어에 영향을 받는다는 의미는 사회적 분위기로부터의 압력 또는 법감정에 의한 영향을 받을 가능성이 있을 수 있음을 의미하는 것이다. 그럼에도 불구하고, 실질적으로 해당 영향력과 관련하여 분석을 진행한 연구는 국내에서 미비한 실정이다. 따라서 본 연구를 통해 소셜미디어가 지닌 법 감정의 영향에 대해 소셜데이터를 이용한 감성분석을 통하여 진행해 보고자 한다.

3. 연구 설계 및 방법론

3.1. 연구 가설 설정

Dreschel et al. (1980)은 언론에 대한 노출이 재판의

최종 판결에 상당한 영향을 미친다고 주장하였으며, Mosoph (2020)는 최근의 사회 분위기에 맞게 기존 언론이 아닌 소셜미디어에의 노출이 판결에 영향을 미침을 밝힌 바 있다. 인터넷 기사와 소셜미디어의 경우 그 특성상 접근적 편리성과 유용성으로 인해 전통적인 과거의 미디어보다 특정 사건에 대한 집중도를 향상시키고 사회 분위기를 가늠해 볼 수 있는 통로로 활용될 수 있을 것이기 때문이다.

배심원 제도가 본격적으로 도입되지 않은 한국에서는 사회적 여론이 판결 자체에 미치는 영향은 제한적일 가능성도 있다. 그렇지만, Ouss and Philippe (2016)의 연구에서는 배심원뿐만 아니라 법관의 판결도 사회적 여론에 영향을 받을 수 있음을 이미 확인하였다. 우리나라의 경우에도 사회적 여론이 법원에 압박을 주고, 그에 따라 과거와 유사한 사건이라고 해도 판결이 내려지기까지의 기간은 과거와 다르게 나타날 가능성은 충분히 있다고 판단된다. 소셜미디어를 통해 확인되는 국민 법감정은 법관의 정서를 통해 의사결정 과정에 반영될 수 있다고 보기 때문이다 (김현석 2019, 전해정 2013).

따라서, 본 연구는 인터넷 기사에서의 다양한 변수들이 법원 판결 기간에 영향을 미칠 것이라 보았다. 그 영향력의 대상으로 원심 선고일과 최종 판결일 사이의 재판 기간, 해당 재판에 대한 대법원에서의 상고 기각 여부 그리고 형량을 선정하였다. 그러나, 형량의 경우 판결마다 적용되는 법의 종류가 다양하기 때문에, 비교를 통한 일반화가 불가능하였다. 따라서 본 연구는 최종적으로 재판 기간과 상고 기각 여부가 인터넷 기사 및 소셜미디어에 영향을 받는다고 가정하였다. 더불어 Veitch and Griffitt (1976)에 따르면 대중은 소셜 매체의 부정적인 어투에 영향을 더 많이 받는다는 연구결과가 있었는데 이를 반영하여 본 연구는 인터넷 기사에서 재판에 대한 관심이 많을수록, 또한

그 반응들이 부정적일수록 재판 기간이 짧아진다는 가설을 설정하였다. 더불어 대중의 관심도가 증가할수록, 또한 부정적일수록 그 상고의 기각 가능성이 증가할 것이라는 가설을 설정하였다.

3.2. 데이터 수집

본 연구의 데이터는 자바 (Java)를 이용해 만든 크롤러를 사용하여 수집하였으며, 이는 크게 두가지로 나뉜다. 그 중의 첫번째는 대법원의 판결문이다. 대중들에게 잘 노출되지 않는 일반적 사건들은 소셜미디어의 영향을 판단하기 쉽지 않았기 때문에, 2015년부터 2019년까지의 대법원 판결문들을 크롤러를 통해, 대법원에서 직접 ‘화제의 사건’으로 분류한 사건들을 대상으로 데이터를 수집하였다. 이때 판결문에 대한 원심 선고일과 최종 판결일을 모두 크롤링하여 종속 변수로 활용할 재판 기간에 대한 정보를 수집하였다. 또한 판결 요지에 표기 되어있는 상고 기각 여부를 더미 변수로 따로 분류하여 종속변수로 활용하였다.

두번째로 수집한 데이터는 재판에 대한 인터넷 기사와 그에 대한 대중적 반응이다. 인터넷 기사는 크롤러를 통해 네이버 기사에서 수집되었으며 그에 대한 소셜미디어적 반응은 크게 두 가지 형태인 정량적 데이터와 정성적 데이터로 나뉜다. 우선 정량적인 정보란 인터넷 기사에서 표기되는 수치화 된 정보로써 감정 표현 수, 추천 수, 댓글 수가 있다. 우선 감정 표현 수는 “좋아요”, “훈훈해요”, “슬퍼요”, “화나요”, “후속 기사 원해요”로 나뉘어져 있는데 기사 하나에 대해 대중들이 대표적으로 나타내고 싶은 감정을 클릭한 횟수를 수치화 한 것이다. 추천 수는 대중들이 해당 기사를 타인에게 추천하는 수치로써 사람들과 공유하고자 할 때, 사람들이 클릭하여 기사가 도메인에 노출되게 하는 정도를 나타내는 수치이다. 댓글 수는 각 기

사에 대한 댓글들의 합을 수치화 하였다. 본 연구는 각각의 감정 표현 합을 따로 수집하는 동시에 모든 감정 표현 클릭 수를 전부 합산하여 전체 감정 표현 값들의 총합을 재판의 관심도를 측정하는 변수로 사용하였다.

정량화된 수치 데이터들을 수집하는 것과 동시에 정성적인 데이터 수집을 위해 인터넷 기사에 대한 댓글과 대댓글 전문을 크롤링하였다. 수집된 데이터들을 형태소로 분리하여 KNU 한국어 감성 사전을 기준으로 감성 분석을 실행하였으며, 이는 댓글 감정 점수를 나타내는 독립변수로 사용되었다.

결과적으로 287개의 대법원 판결문이 수집되었고, 해당 판결에 대한 9,067개의 기사 그리고 해당 기사들에 대한 206,648개의 댓글 데이터를 수집하여 연구를 진행하였다.

3.3. 방법론

3.3.1. 변수 설명

본 연구는 인터넷 기사로 대표되는 소셜미디어적 반응이 대법원 판결 기간에 영향을 미칠 것이라는 가정에서 시작되었다. 때문에 대법원 판결문에 연관된 인터넷 기사의 여러 정보들을 활용하여 독립변수로 정의하였다. 우선 정량적인 정보로써 네이버 기사에 표기된 감정 표현 수, 부정 표현 수, 긍정 표현 수, 추천 수, 댓글 수들을 독립변수로 사용하였다. 인터넷 기사에 대해 개인들은 각각의 기사에 대한 감정을 감정 아이콘을 클릭함으로써 표현할 수 있는데, “좋아요”, “훈훈해요”, “싫어요”, “화나요” 등의 이미지로 대표된다. 이때 “좋아요”와 “훈훈해요”를 긍정 표현, 그리고 “싫어요”와 “화나요”를 부정 표현으로 분류하고, 해당 이미지를 통한 감정 표현의 총합을 관심의 척도로서 독립변수로 사용하였다. 추천 수는 대중들

이 인터넷 기사를 타인과 공유하고 싶어하는 감정의 척도로서, 수치가 높을수록 네이버의 메인에 노출되어 많은 사람들이 확인할 수 있게 되어있다. 때문에 추천 수 또한 일반 대중이 판결에 대해 가지는 관심도의 표현으로 충분히 그 의미를 지니기에 독립변수로 사용하였다. 다음으로 댓글 수란 인터넷 기사에서 대중들이 표기한 댓글의 총합으로, 재판에 대한 관심도를 나타내는 지표로서 그 의의를 가지기에 독립변수로 활용하였다.

또한, 단순 수치로 표기 되어있는 정보들 외 대중들이 댓글을 통해 전달하고자 하는 바를 분석하기 위해 댓글 감정 점수를 또 다른 독립변수로 사용하였다. 재판에 관련된 각각의 기사들에 대한 모든 댓글과 대댓글을 크롤링하고 이에 대한 감성 분석을 수행하여 점수를 측정한 뒤 총합 점수를 구하였다. 이때 해당 점수들의 총합은 높을수록 해당 기사에 대한 호감도가 높음을 반영한 것으로, 감정 아이콘 클릭을 통해 얻을 수 있는 단순 수치 외에 면밀한 분석에 사용하고자 독립변수로 지정하였다.

본 연구는 소셜미디어가 대법원의 판결 기간에 미치는 영향을 확인하기 위한 종속변수로서 재판 기간과 상고 기각 여부를 사용하였다. 우선 재판 기간이란 원심 선고일로부터 최종 판결일 까지 날짜 차이에서 나오는 기간을 변수로 사용했다. 원심에 대한 재심의 경우, 원심 선고 후 2주 이내에 신청이 이루어져야 하며, 이는 법원의 재량으로 날짜가 정해지고 적용되는 법의 종류 외의 영향으로부터 자유롭다고 판단되어 종속변수로 사용되었다. 상고 기각 여부는 해당 재판이 고등법원에서 대법원으로 다시 새로운 재판으로 구성되는지에 대한 여부를 나타내는 용어이며, 소셜미디어에 재판이 노출되었을 때 이에 대한 재판이 다시 이루어지는지에 영향을 미치는지를 확인하고자 함이었다. 해당 변수는 상고가 기각되었을 때 0, 상고가

〈표 1〉 변수들간의 상관 관계

변수 이름	재판 기간	상고 기각 여부	전체감정 표현 수	부정 표현 수	긍정 표현 수	추천 수	댓글 수	댓글감정 점수	전체 기사 수	판결연도	재판분야
재판 기간	1										
상고 기각 여부	-0.0186	1									
전체 감정 표현 수	-0.0948	-0.0112	1								
부정 표현 수	-0.1018	-0.0212	0.9877	1							
긍정 표현 수	-0.0135	0.0475	0.5861	0.4524	1						
추천 수	-0.1005	-0.0095	0.9899	0.9900	0.5138	1					
댓글 수	-0.0853	0.0018	0.9515	0.9085	0.7221	0.9108	1				
댓글 감정 점수	0.0952	-0.0042	-0.7664	-0.7438	-0.5073	-0.7762	-0.7666	1			
전체 기사 수	0.0019	-0.0011	0.4926	0.4343	0.5525	0.4767	0.5225	-0.5707	1		
판결연도	0.1366	0.1589	-0.0082	0.001	-0.0596	0.0139	-0.0444	-0.0829	-0.0458	1	
재판분야	-0.2532	0.0049	0.1204	0.1297	0.0151	0.1241	0.1135	-0.2184	0.1263	0.0029	1

〈표 2〉 변수의 설명 및 기술 통계

변수 이름	변수의 설명	평균	표준편차	최소값	최대값	표본 수
재판 기간	한 재판의 원심 선고일로부터 최종 판결일 사이의 기간	758.35	548.08	76	3,555	287
상고 기각 여부	항소 이후 해당 재판이 상고로 이어졌을 경우 기각 여부를 더미 변수로 표현	-	-	0	1	287
전체 감정 표현 수	네이버 기사에서 대중이 선택한 감정 이미지 아이콘 “좋아요”, “훈훈해요”, “싫어요”, “화나요”, “후속 기사 원해요” 클릭 수의 총합	583.31	3,487.52	0	47,668	287
부정 표현 수	네이버 기사에서 대중이 선택한 감정 이미지 아이콘 중 “싫어요”, “화나요” 클릭 수의 총합	380.29	3,104.00	0	42,636	287
긍정 표현 수	네이버 기사에서 선택한 감정 이미지 아이콘 중 “좋아요”, “훈훈해요” 클릭 수의 총합	189.84	598.67	0	4,287	287
추천 수	기사 하단의 “이 기사를 추천합니다” 버튼 클릭 수의 총합	105.80	783.58	0	10,646	287
댓글 수	대중들이 표기한 댓글 수의 총합	720.03	3,085.46	0	37,037	287
댓글 감정 점수	관련된 기사 하위의 모든 댓글과 대댓글에 대해 감성 사전을 활용하여 계산한 점수	-98.49	911.35	-7,456	2,803	287
전체 기사 수	한 재판과 관련된 네이버 기사 수의 총합	31.59	96.08	0	1,043	287
판결연도	재판 최종 판결 연도	-	-	0	1	287
재판분야	재판이 진행된 사건 종류 “가사”, “민사”, “세무”, “일반행정”, “특허”, “형사”로 나눠짐	-	-	0	1	287

받아들여 졌을 때 1로 둔 더미 변수로 이루어진 종속 변수로 사용하였다.

본 연구의 회귀분석을 위한 통제 변수로는 전체 기사 수와 판결 연도 더미 변수 그리고 적용되는 법의

재판 분야 등을 사용하였다. 우선 전체 기사 수는 종속변수인 대법원 판결기간이 대중들의 반응에 관계없이 단순히 언론에 노출된 정도에 의해 영향을 받을 수 있는 가능성을 통제하기 위하여 설정되었다. 또한 전

체 기사 수를 통한 언론의 노출은 소셜미디어 반응에 선행할 수 있는 변수이기 때문에, 소셜미디어에서의 반응이 순수하게 종속 변수에 미치는 영향을 살필 수 있도록 하기 위하여서도 전체 기사 수를 통제변수로 사용하였다. 판결연도 더미 변수는 적용되는 법 조항이 연도에 따라 개정되는 경우가 있어 이를 반영하기 위한 통제 변수로 사용되었다. 마지막으로 재판분야 더미 변수는 해당 재판이 원심이후 최종 판결 날짜를 선정하는 과정에서 그 법의 종류에 따라 차이가 있을 수 있다는 점에서 착안하여 통제 변수로 선정하였다. 변수들간의 상관관계는 <표 1>에 나타나 있으며, 변수들에 대한 요약은 <표 2>에 설명되어 있다.

3.3.2. 감성 분석

본 연구는 감성 분석을 위해 R의 KoNLPy 라이브러리를 이용하였다. 댓글의 경우 띄어쓰기나 맞춤법의 구분이 제대로 되어있지 않아 이를 정확히 분석하기 위해 형태소 단위로 구분하는 과정이 필요하다. KoNLPy는 띄어쓰기의 자체 교정과 더불어 알고리즘과 정규화를 통해 문법적으로 틀린 문장도 함께 수정해주며 형태소 분석을 할 수 있게 만들어 준다. 그 중 해당 연구는 Open Korean Text 클래스를 통해 문장을 형태소로 분할하여 각각의 형태소에 적용되는 품사를 적용해주는 방식을 사용하였다. 이렇게 분석된 형태소는 KNU 한국어 감성 사전을 기반으로 분석되었다.

<표 3> 감성 사전 구성

감성어	단어개수
매우 긍정(2)	2,597
긍정(1)	2,266
중립(0)	154
부정(-1)	5,029
매우 부정(-2)	4,797

주: 감성 사전은 “KNU 한국어 감성사전”을 활용함.
<http://dilab.kunsan.ac.kr/knusi.html>, 2020년 6월 17일 접속.

KNU 감성 사전의 구성은 <표 3>과 같다.

KNU 한국어 감성 사전은 표준국어대사전을 기반으로 만들어졌으며 SentiWordNet 및 SenticNet-5.0에서 주로 사용되는 긍부정어 14,843개에 대한 감성 점수가 표기되어 있다. 일련의 과정을 거쳐 해당 재판 당 모든 기사들의 댓글들에 점수를 부여했으며, 이들의 총합을 댓글 감정점수로 나타내어 독립변수로 사용했다.

3.3.3. 회귀 분석 모델

본 연구는 우선 종속변수인 상고 기각 여부에 영향을 미치는 인터넷 기사로부터 얻을 수 있는 정보들 간의 관계를 다음과 같은 선형회귀모델로 구축하였다.

$$\text{상고기각여부} = \beta_0 + \beta_1 \text{인터넷기사정보변수} + \beta_2 \text{전체기사수} + \beta_3 \text{판결연도} + \beta_4 \text{재판분야} + \varepsilon$$

종속변수인 상고 기각 여부에 대해 기각이 되었으면 1, 그렇지 않으면 0의 값을 나타내도록 더미 변수로 전환하였고 독립변수는 인터넷 기사의 정보들로 전체 감정 표현 수, 부정 표현 수, 긍정 표현 수, 추천 수, 댓글 수, 그리고 댓글 감정 점수로 구성하였다. 상관관계 분석을 통해 독립변수 간의 상관관계가 비교적 높은 것을 <표 1>을 통해 확인할 수 있으며, 이는 다중공선성이 야기될 가능성을 배제할 수 없다. 때문에 로지스틱 회귀분석 수행 시 독립변수 각각에 대한 분석을 실시하였다. 통제 변수인 전체 기사 수는 한 재판과 관련된 네이버 기사의 총합이며, 판결연도는 최종판결이 난 연도에 대한 더미 변수로 연도에 따라 법 조항이 달라지기에 이를 통제하기 위한 변수로 사용했다. 마지막으로 재판 분야는 적용된 법 조항의 종류에 대한 더미 변수로 가사, 민사, 세무, 일반행정, 특허, 형사로 총 6개의 값을 가진다. 이는 적용되는 법의 종류에 따른 차이를 통제하기 위한 변수로 사용되었다.

다음으로 종속변수인 재판 기간에 영향을 미치는 인터넷 기사로부터 얻을 수 있는 정보들 간의 관계를

다음과 같은 선형회귀모델로 구축하였다.

$$\text{재판기간} = \beta_0 + \beta_1 \text{인터넷기사정보변수} + \beta_2 \text{전체기사수} + \beta_3 \text{판결연도} + \beta_4 \text{재판분야} + \varepsilon$$

해당 모델도 독립변수인 인터넷 기사 정보들 간의 다중공선성을 염두에 두어 통제변수는 포함하되 각각의 독립변수에 대한 회귀분석을 순차적으로 수행하였다.

4. 분석 결과

본 연구는 회귀분석을 통해 종속변수인 상고 기각 여부 및 재판 기간과 독립변수인 인터넷 기사에 포함된 대중들의 관심 척도들을 사용하여 각각의 상관관계를 분석하였다.

우선 상고 기각 여부와 인터넷 기사에 포함된 대중

들의 관심 척도들 간의 관계를 분석한 결과이다. 종속 변수인 상고 기각 여부에 대해 각각의 독립변수들과 통제변수를 넣어 로지스틱 회귀분석을 한 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4>에서 확인되는 것과 같이 해당 분석은 종속 변수가 터미변수이기 때문에 로지스틱 회귀분석을 수행했으며 결과표에서 상고 기각여부와 관련해서 긍정 표현 수를 제외하고 어떤 유의미한 값도 도출되지 않음을 확인할 수 있었다. 이는 인터넷 기사의 어떠한 정보들과 관련해서도 상고 기각 여부와의 상관관계를 가지지 않는다는 것을 알 수 있다. 이에 따라 과거와 달리 시민들의 사회 참여 의식이 증가하였다고 보더라도, 소셜미디어와 공명정대하게 이루어진 법원의 판결 사이에는 상관관계가 찾아보기 힘들다는 것을 확인할 수 있었다. 그럼에도 불구하고 소셜미디어와

<표 4> 상고기각여부에 대한 로지스틱 회귀분석 결과

변수명	모형	전체 감정 표현 수	부정 표현 수	긍정 표현 수	추천 수	댓글 수	댓글 감정 점수
독립 변수	상수항	-.1595 (.3291)	-.1627 (.3288)	-.2238 (.3329)	-.1619 (.3291)	-.1634 (.3301)	-.1839 (.3324)
	전체 감정 표현 수	-.0000 (.0000)	-	-	-	-	-
	부정 표현 수	-	-.0000 (.0000)	-	-	-	-
	긍정 표현 수	-	-	.0003 † (.0002)	-	-	-
	추천 수	-	-	-	-.0000 (.0002)	-	-
	댓글 수	-	-	-	-	.0000 (.0000)	-
	댓글 감정 점수	-	-	-	-	-	.0001 (.0002)
통제 변수	전체 기사 수	.0001 (.0014)	.0003 (.0014)	-.0012 (.0017)	.0002 (.0014)	-.0001 (.0014)	.0004 (.0015)
	판결연도	YES	YES	YES	YES	YES	YES
	재판분야	YES	YES	YES	YES	YES	YES
표본수		287	287	287	287	287	287
R2		0.0249	0.0253	0.0289	0.0249	0.0248	0.0254

†P<0.2, *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.001

<표 5> 재판기간에 대한 일반선형회귀분석 결과

변수명	모형	전체 감정 표현 수	부정 표현 수	긍정 표현 수	추천 수	댓글 수	댓글 감정 점수
독립 변수	상수항	808.90*** (105.2223)	805.91*** (105.3674)	810.25*** (106.2311)	805.02*** (105.3703)	817.54*** (105.0884)	789.34*** (103.7233)
	전체 감정 표현 수	-.0154** (-.0054)	-	-	-	-	-
	부정 표현 수	-	-.0174** (-.0054)	-	-	-	-
	긍정 표현 수	-	-	-.0117 (-.0498)	-	-	-
	추천 수	-	-	-	-.0751** (-.0241)	-	-
	댓글 수	-	-	-	-	-.0154** (-.0076)	-
	댓글 감정 점수	-	-	-	-	-	.0673* (.0351)
통제 변수	전체 기사 수	.4945 (.4794)	.4600 (.4506)	.2668 (-.4543)	.5095 (.4542)	.4749 (.5077)	.5763 (.4107)
	판결연도	YES	YES	YES	YES	YES	YES
	재판분야	YES	YES	YES	YES	YES	YES
표본수		287	287	287	287	287	287
R ²		0.1139	0.1144	0.1068	0.1154	0.1120	0.1146

†P<0.2, *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.001

재판 기간과의 상관관계에서는 유의미한 값을 확인할 수 있었다. 이에 대한 회귀분석 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5>에서는 재판 기간이 종속변수일 때 앞서 상고 기각 여부의 결과와는 달리 유의미한 값들을 확인할 수 있었다. 우선 전체 감정 표현 수, 부정 표현 수, 추천 수, 댓글 수에 대해 각각 음의 상관관계가 있다는 결과가 도출되었다. 각각의 계수 값은 -0.0154, -0.0174, -0.0751, -0.0154를 가지며, 이는 재판에 대한 관심도가 증가하고 이에 대한 부정적인 감정 표현이 많을수록 재판 기간은 짧아진다는 것으로 해석할 수 있다. 더불어 감정 분석 총점을 나타내는 댓글 감정 점수 변수에 대해서는 계수 값이 0.0673로 양의 상관관계를 가지고 있음을 알 수 있다. 이는 감정 점수와 재판 기간 사이에는 정비례가 존재하며, 앞서 명시한 KNU감성 사전에서 긍정 댓글이 많으면 양의 값을, 부

정 댓글이 많으면 음의 값을 가진다는 것을 고려할 때, 부정 표현 수를 독립변수로 지정하여 분석한 결과와 논리적 일관성을 유지한다고 볼 수 있다. 따라서 1차적으로 회귀 분석을 수행하여 본 결과, 앞서 세운 가설인 ‘대중의 관심이 많고 부정적일수록 그 재판 기간이 짧아진다’를 지지하고 있음을 확인할 수 있었다.

5. 강건성 검증(Robustness Check)

본 연구는 일련의 과정을 통해 인터넷 기사에 대해 대중의 관심이 많을수록 그리고 그 반응이 부정적일수록 재판 기간이 짧아졌음을 검증하였다. 하지만 분석결과를 일반화하기에 앞서, 수집된 표본 데이터의 편향으로 인해 분석결과에 영향을 미치는 것은 아닌

<표 6> 형사재판과 다른 종류의 재판 기간에 대한 t-test분석 결과

	재판분야	표본수	평균	t통계량	P값
재판 기간	형사재판	87	526.95	-4.904	0.000
	형사재판 외	200	859.01	-	-

<표 7> 형사재판에 대한 일반회귀분석 결과 (통제변수 전체 포함)

변수명		모델 1 (통제변수 : 전체 기사 수, 판결연도 포함)					
		전체 감정 표현 수	부정 표현 수	긍정 표현 수	추천 수	댓글 수	댓글 감정 점수
독립 변수	상수항	410.9*** (97.7758)	408.84*** (97.4534)	417.50*** (100.8546)	408.00*** (97.1309)	416.52*** (98.7950)	402.36*** (95.0957)
	전체 감정 표현 수	-.0084† (.0060)					
	부정 표현 수		-.0086† (.0064)				
	긍정 표현 수			-.0584† (.0375)			
	추천 수				-.0372† (.0266)		
	댓글 수					-.0109† (.0067)	
	댓글 감정 점수						.0825** (.0354)
통제 변수	전체 기사 수	-.2275 (.2370)	-.2506 (.2260)	-.2400 (.2302)	-.2205 (.2373)	-.2193 (.2417)	.1069 (.3059)
	판결연도	YES	YES	YES	YES	YES	YES
표본수		87	87	87	87	87	87
R2		0.1582	0.1573	0.1560	0.1580	0.1604	0.1828

†P(0.2, *P(0.1, **P(0.05, ***P(0.001

지에 대해 표본이 가진 특성을 제외하고도 같은 결과가 도출되는지 확인하는 과정을 거치고자 하였다.

5.1. 재판 분야에 대한 검증

수집한 287개의 재판 중 87개가 형사재판으로 이루어져 있으므로 앞서 분석한 결과들이 형사재판이라는 특수한 요인으로 인해 편향된 결과가 아님을 확인할 필요가 있다. 따라서 이를 검증하기 위해 형사재판과 여타 5개의 재판을 하나로 묶어 각각 두개의 그룹으로 나누어 각각의 재판 기간에 대한 t-test를 수행하였

다. 결과는 다음의 <표 6>과 같다.

<표 6>에서 확인할 수 있듯이 독립t-test를 수행한 결과 평균 재판 기간이 형사재판의 경우 약 526.95일이고, 형사재판을 제외한 재판들의 경우 약 859.01일로 형사재판의 경우가 훨씬 짧았다. 때문에 본 연구는 형사 재판에 대한 회귀 분석을 재 실시하여 앞서 도출된 분석들이 표본집단의 편향된 요인별 차이에서 기인된 결과물이 아님을 증명하고자 하였다. 따라서 형사재판만을 대상으로 회귀분석을 실시하였고, 결과는 <표 7>과 같다. 본 회귀분석에서 통제 변수 중 재판분야 변수는 형사 재판으로 그 대상을 집중했기에 제외

<표 8> 형사재판에 대한 회귀분석 결과 (통제변수: 판결연도만 포함)

변수명 \ 모형		모델 2 (통제변수: 판결연도만 포함)					
		전체 감정 표현 수	부정 표현 수	긍정 표현 수	추천 수	댓글 수	댓글 감정 점수
독립 변수	상수항	401.00*** (97.8634)	396.69*** (97.5225)	410.68*** (100.7596)	397.88*** (97.5447)	407.63*** (98.5942)	406.99*** (97.3291)
	전체 감정 표현 수	-.0109** (.0047)					
	부정 표현 수		-.0116** (.0049)				
	긍정 표현 수			-.0812** (.0291)			
	추천 수				-.0487** (.0210)		
	댓글 수					-.0137** (.0053)	
	댓글 감정 점수						.0755** (.0252)
통제 변수	전체 기사 수	-	-	-	-	-	-
	판결연도	YES	YES	YES	YES	YES	YES
표본수		87	87	87	87	87	87
R ²		0.1548	0.1531	0.1524	0.1549	0.1572	0.1822

†P<0.2, *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.001

<표 9> 형사재판에 대한 회귀분석 결과 (통제변수: 전체 기사 수만 포함)

변수명 \ 모형		모델 3 (통제변수: 전체 기사 수만 포함)					
		전체 감정 표현 수	부정 표현 수	긍정 표현 수	추천 수	댓글 수	댓글 감정 점수
독립 변수	상수항	546.98*** (54.4497)	546.12*** (54.3407)	550.19*** (55.4449)	545.71*** (54.3025)	549.87*** (54.9780)	548.30*** (54.9359)
	전체 감정 표현 수	-.0079** (.0033)					
	부정 표현 수		-.0083** (.0035)				
	긍정 표현 수			-.0485 (.0521)			
	추천 수				-.0326** (.0154)		
	댓글 수					-.0093† (.0048)	
	댓글 감정 점수						.0342 (.0346)
통제 변수	전체 기사 수	-.1753 (.1876)	-.1936 (.1852)	-.2134 (.1854)	-.1821 (.1929)	-.1818 (.1836)	-.1315 (.2700)
	판결연도	NO	NO	NO	NO	NO	NO
표본수		87	87	87	87	87	87
R ²		0.0191	0.0186	0.0161	0.0179	0.0195	0.0175

†P<0.2, *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.001

되었다.

<표 7>과 같이 형사재판 만을 대상으로 하여 회귀

분석을 수행했을 경우에도 앞서 전체 데이터를 대상

으로 회귀 분석한 결과와 같이 유의미한 값이 도출됨

을 확인할 수 있었다. 그러나 통계적으로 유의한 수준이 상대적으로 낮게 측정되었는데, 이는 통제 변수인 전체 기사 수와 판결연도 두 변수들 간의 높은 상관관계로 인해 유의미함이 지지되지 않았기 때문이다. 따라서 <표 8>, <표 9>과 같이 각각의 통제 변수를 분리하여 분석을 재 시행하였다.

<표 8>에서 확인할 수 있듯이 우선 판결연도만을 통제 변수로 설정하여 분석을 수행한 결과 기존의 전체 분석 결과와 동일하게 댓글 감정 점수를 제외한 전체 감정 표현 수, 부정 표현 수, 긍정 표현 수, 추천 수, 댓글 수는 각각 -0.0109, -0.0116, -0.0812, -0.0487, -0.0137로 음수인 계수 값을 가졌고 댓글 감정점수는 0.0755로 모두 p-value가 0.05수준 이하에서 유의한 값을 확인할 수 있었다. 긍정 표현 수와 댓글 감정점수의 경우 기존 회귀 분석 결과 보다 더 높은 수준의 유의한 결과를 얻을 수 있었다.

다음으로 <표 9>에서는 전체 기사 수만을 통제 변수로 두고 분석을 수행하였을 때, 앞서 분석한 두개의 결과에 비해 비교적 약한 수준의 유의함이 도출되었지만 앞선 분석 결과와 일관성 있는 방향성을 확인할 수 있었으며 해당 결과들 또한 기존의 가설을 지지한다고 볼 수 있다.

따라서 상기의 분석결과들을 통해 인터넷 매체에서 대중들의 관심도가 높을수록 그리고 그 관심이 부정적일수록 재판의 기간이 짧아진다는 가설이 형사재판만의 특수성으로 인한 것이 아님을 확인할 수 있었다.

5.2. 전체 기사 수에 대한 검증

수집된 재판 데이터 중에서는 대법원에서 화재의 재판으로 분류한 사건임에도 불구하고 관련 인터넷 기사를 찾아볼 수 없는 재판도 존재하였다. 이에 따라

<표 10> 상고기각여부에 대한 로지스틱 회귀분석 결과 (기사가 없는 재판 제외)

변수명		모형	전체 감정 표현 수	부정 표현 수	긍정 표현 수	추천 수	댓글 수	댓글 감정 점수
독립 변수	상수항		-.3456 (.4103)	-.3515 (.4098)	-.4279 (.4197)	-.3503 (.4101)	-.3468 (.4127)	-.3928 (.4145)
	전체 감정 표현 수		.0000 (.0000)					
	부정 표현 수			.0000 (.0000)				
	긍정 표현 수				.0003 (.0002)			
	추천 수					-.0001 (.0002)		
	댓글 수						.0000 (.0000)	
	댓글 감정 점수							.0001 (.0002)
통제 변수	전체 기사 수		.0005 (.0014)	.0005 (.0014)	-.0007 (.0017)	.0005 (.0014)	.0002 (.0014)	.0009 (.0016)
	판결연도		YES	YES	YES	YES	YES	YES
	재판분야		YES	YES	YES	YES	YES	YES
표본수			162	162	162	162	162	162
R ²			0.0257	0.0264	0.0297	0.0258	0.0252	0.0273

†P<0.2, *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

수집된 전체 데이터 287개 중에서 관련 인터넷 기사를 찾을 수 없었던 재판 125개를 제외한 나머지 162개의 재판을 대상으로 앞서 시행한 분석을 재 시행하였다.

우선 상고 기각 여부와 인터넷 기사에 포함된 대중들의 관심 척도들 간의 관계를 대상으로 로지스틱 회귀 분석을 실시하였다. <표 10>에서 확인할 수 있듯이, 앞서 전체 데이터를 대상으로 분석했던 결과와 마찬가지로 상고 기각 여부와 관련하여 어떤 유의미한 값도 도출되지 않았다.

다음으로 종속변수가 재판 기간에 해당하는 가설에 대하여 인터넷 기사가 없는 재판들을 제외하고 일반 선형 회귀분석을 실시하였다. 결과는 <표 11>과 같다.

<표 11>에서 확인할 수 있듯이 앞서 전체 데이터를 대상으로 분석했을 때와는 달리 인터넷 기사가 없는 데이터를 제외하고 분석을 실시한 결과 전체 감정 표

현 수, 부정 표현 수, 추천 수에서만 유의미한 음의 상관관계가 확인되었다. 각각의 계수 값은 -0.0122, -0.0144, -0.0646으로 이를 통해 전체 데이터를 대상으로 분석했을 때와 비교하면 인터넷 기사가 없는 데이터를 제외하고 분석을 실시했을 때에도 같은 방향성을 가지고 있음을 확인할 수 있었다. 이에 따라 재판에 대한 부정적인 감정 표현이 많을수록 재판 기간은 짧아 진다는 것에 대한 가설이 일관적으로 지지되고 있음을 확인할 수 있었다.

다음으로 앞서 분석한 독립 t-test의 분석결과에 따라, 상대적으로 형사 재판 일수가 다른 재판에 비해 짧았던 것을 감안하여, 인터넷 기사가 없었던 재판들을 제외한 데이터를 대상으로 회귀분석을 다시 한 번 실시하여 <표 12>와 같은 결과를 얻었다.

<표 12>에서는 앞서 전체 데이터 중 형사 재판만을

<표 11> 재판기간에 대한 일반선형회귀분석 결과 (기사가 없는 재판 제외)

변수명	모형	전체 감정 표현 수	부정 표현 수	긍정 표현 수	추천 수	댓글 수	댓글 감정 점수
독립 변수	상수항	637.66*** (82.4307)	633.86*** (82.6371)	633.18*** (82.1751)	632.77*** (82.4877)	645.23*** (81.4364)	615.19*** (82.0709)
	전체 감정 표현 수	-.0122** (.0057)					
	부정 표현 수		-.0144** (.0056)				
	긍정 표현 수			.0124 (.0511)			
	추천 수				-.0646*** (.0240)		
	댓글 수					-.0093 (.0085)	
	댓글 감정 점수						.0537† (.0345)
통제 변수	전체 기사 수	.8012† (.5256)	.8012† (.5256)	.5490 (.4946)	.8359* (.5036)	.7360† (.5368)	.8733* (.4553)
	판결연도	YES	YES	YES	YES	YES	YES
	재판분야	YES	YES	YES	YES	YES	YES
표본수		162	162	162	162	162	162
R ²		0.2869	0.2885	0.2781	0.2910	0.2817	0.2876

†P<0.2, *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

〈표 12〉 재판 기간에 대한 일반선형회귀분석 결과 (기사가 없는 재판 중 형사재판만 포함)

변수명	모형	전체 감정 표현 수	부정 표현 수	긍정 표현 수	추천 수	댓글 수	댓글 감정 점수
독립 변수	상수항	289.64** (91.9619)	287.78** (91.3712)	291.79** (96.8825)	287.08** (90.8051)	292.52** (94.0094)	283.17** (87.9698)
	전체 감정 표현 수	-.0069† (.0043)					
	부정 표현 수		-.0073† (.0044)				
	긍정 표현 수			-.0350 (.0446)			
	추천 수				-.0335* (.0190)		
	댓글 수					-.0069 (.0058)	
	댓글 감정 점수						.0664† (.0410)
통제 변수	전체 기사 수	.1362 (.3092)	.1220 (.2956)	.0928 (.3099)	.1592 (.3086)	.1024 (.2998)	.3781 (.3613)
	판결연도	YES	YES	YES	YES	YES	YES
	재판분야	NO	NO	NO	NO	NO	NO
표본수		57	57	57	57	57	57
R ²		0.1658	0.1654	0.1581	0.1681	0.1626	0.1965

†P<0.2, *P<0.1, **P<0.05, ***P<0.01

대상으로 한 분석 결과는 모든 변수에 대해 약하지만 유의미한 결과를 확인할 수 있었다. 하지만 형사 재판 중 기사가 없는 재판을 제외한 경우에는 긍정 표현 수와 댓글 수에서는 유의미함이 나타나지 않았다. 다른 변수의 경우 기존의 기사가 없는 재판이 포함된 분석 결과와 비교하였을 때 큰 차이 없이 여전히 비슷한 수준에서 지지되었지만, 많은 데이터들이 정제 과정에서 누락됨으로써 표본 수가 줄어들어 더 강한 유의미한 결과를 찾기 어려웠다.

6. 결론

본 연구는 재판에 대한 소셜미디어의 영향을 살펴 보기 위해, 새로운 소셜미디어 매체로 변모한 인터넷

기사의 여러 정보들과 재판과의 상관관계에 대해 연구하였다. 소셜미디어를 통해 확인되는 국민 법감정은 법관의 정서를 통해 판결 과정에 영향을 미칠 수 있음을 가정하여 상관관계를 분석한 것이다. 구체적으로 대법원 판결문에서 재판 기간과 상고 기각 여부에 대한 인터넷 기사의 감정 표현 수, 부정 표현 수, 긍정 표현 수, 추천 수, 댓글 수, 그리고 댓글 전문에 대한 댓글 감정 점수에 대해 상관관계를 분석했으며 결론은 다음과 같다.

우선 상고 기각여부는 인터넷 기사의 대중 참여도 척도들을 이용하여 분석을 실시하였을 때 상관관계가 유의미하게 나타나지 않았다. 인터넷 기사를 통해 대법원에서 이루어진 재판이 대중에게 노출되었을 때, 관심도가 높아져 재심이 이루어질 것이라 생각하고 수행된 해당 가설은 기각되었다. 이에 따라 과거와 달

리 시민들의 사회 참여 의식이 증가하였다고 보더라도, 소셜미디어와 공명정대하게 이루어진 법원의 판결 사이에는 상관관계가 없다는 것을 재차 확인할 수 있었다.

하지만 재판 기간을 대상으로 회귀분석을 실시한 경우는 유의미한 상관관계를 확인할 수 있었다. 재판 기간은 해당 재판에 대한 관심도로 대변되는 전체 감정 표현 수, 추천 수, 그리고 댓글 수가 많을수록 음의 상관관계가 나타났다. 이는 재판에 대한 관심도가 증가할수록 재판 기간이 짧아짐을 의미한다고 볼 수 있다. 또한 부정 표현 수는 재판 기간과 음의 상관관계를 보이며, 댓글 감정 점수는 양의 상관관계를 미약하게 가지는 것을 볼 수 있는데 이를 종합하였을 때, 특정 재판에 대한 관심도가 높고 그에 대한 부정적인 감정이 강할수록 재판 기간이 짧아짐을 알 수 있다.

또한 재판 기간이라는 종속변수에 영향을 미칠 수 있는 변수를 제어한 여러 데이터 세트를 사용하여 추가적인 결과의 일관성을 얻을 수 있었다. 형사 재판은 다른 재판들의 평균 재판일에 비해 약 332.06일이 짧았으나, 이에 따라 형사 재판일만을 사용하여 회귀분석을 실시한 결과 전체 데이터를 사용하여 분석했을 때와의 결과의 일관적인 방향성을 통해 증명하고자 하는 가설을 지지할 수 있었다. 따라서 인터넷은 정보 전달이라는 역할을 수행함과 동시에 대중들의 의견공유가 활발히 이루어지는 장으로 거듭났으며, 더 나아가 다양한 대중들의 의견을 담고 국민 법감정을 형성하며, 이를 통해 영향력이 더욱 커질 것이다.

본 연구는 학문적 측면에서 다음과 같은 의의를 갖는다. 우선, 본 연구는 학계에서 이루어지지 않았던 법적 판결을 대상으로 연구를 진행하였다는 것이다. 지금까지 학계에서는 소셜 애널리틱스를 활용하여 소셜미디어가 미치는 영향을 비즈니스적 관점에서 분석하고 기업 전략에 제언을 하거나, 사회 정치적 영향력

을 분석하고자 하는 연구가 주를 이루었다. 하지만 소셜미디어가 미치는 영향을 법적 판결의 영역까지 확대한 것은 본 연구가 처음이라 할 수 있다. 이는 빅데이터를 통하여 확인되는 지식 및 정보를 통하여 의사 결정 과정을 분석하는 연구가 법적 영역으로까지 확장된 것이라고 볼 수 있다. 따라서 경영정보학적 방법론과 지식경영의 연구주제가 법적 영역으로 외연이 확대된다는 의의를 가진다. 또한 기존에 존재했던 관련 연구들은 개별 판례를 중심으로 이루어졌으나, 본 연구는 판결문 데이터를 대상으로 일반화된 영향력을 측정하고자 했다는 점에서 의의를 가진다.

두 번째로 본 연구에서는 정성적 정보와 정량적 정보를 모두 사용하여 연구 결과의 신뢰도를 높였다는 점에서 의의가 있다. 기존의 소셜미디어에 대한 연구들은 SNS에 기재되어 있는 편향된 정보를 통해 분석이 진행되었다. 하지만 본 연구는 인터넷 기사라는 특수한 소셜 매체를 분석대상으로 삼았고, 해당 매체는 기존의 일반적인 SNS보다 많은 정보를 담고 있었다. 댓글 수, 추천 수 이외에 감정 표현이라는 카테고리는 세부적인 긍정, 부정 항목으로 나뉘어 있어 분석이 좀 더 면밀히 수행될 수 있게 했으며, 이에 더하여 기존 연구들에서 수행했던 감성 분석까지 수행하였다. 그 결과 정성적, 정량적 정보를 모두 활용하여 보다 더 정교한 연구결과를 이끌어 냈다는 점에서 의의를 가진다.

또한 본 연구는 실무적 측면에서 다음과 같은 의의를 갖는다. 첫째로는 정책 입안자에게 갖는 함의이다. 소셜미디어가 법적 판결에 영향을 미친다는 것은 양면적 의미로 해석될 수 있다. 법적 판결이 시대적 가치관과 사회적 변화와 같이한다는 점에서 긍정적으로 바라볼 수도 있지만, 동시에 사회적 압력의 수단으로 소셜미디어가 작용할 수 있다는 부정적인 부분도 있을 수 있다. 따라서, 해당 연구결과를 근거로 소셜미

디어의 순기능을 놓치지 않으면서 역기능을 최소화할 수 있는 정부 정책을 고안하거나 제도 보완을 할 수 있을 것이다. 예를 들어, 법관들이 소셜미디어에서의 반응에 영향을 받지 않고 재판을 진행할 수 있도록, 재판 진행 프로세스 및 기간을 표준화하는 것도 생각해 볼 수 있을 것이다.

둘째로, 본 연구의 분석 과정 및 결과는 리걸테크의 측면에서 데이터 베이스로써 활용될 수 있을 것이며, 새로운 사업의 데이터의 기초가 될 수 있다. 빅데이터 및 인공지능 기술을 법률 서비스와 결합하는 것에 대한 논쟁이 최근에 이루어지고 있으나, 아직까지 걸음마 단계이며, 보수적 법률시장에서 4차산업혁명 관련 기술을 받아들이는 것에 다소 유보적인 것이 현실이다. 본 연구에서와 같은 빅데이터 구축은 향후 새로운 법률 서비스를 제공하기 위한 토대를 제공할 수 있을 것으로 생각된다.

본 연구의 한계점 중 감성 분석에 사용된 사전의 적합성 여부가 본 연구의 한계점이 될 수 있다. 법이란 특수성으로 인해 크롤링을 수행한 댓글들이 대부분 중립적인 단어들을 통해 의견을 피력하고 있었다. 하지만 해당 댓글들은 중립적인 단어를 통해 해당 재판에 대한 그들의 감정을 표출하고 있었으며, 일부는 기초적인 법률 용어에 대한 이해가 수반되어야 분석이 가능하였다. 또한 꾸준한 업데이트를 통해 감성사전을 구축했지만, 미묘한 어조의 차이에서 오는 부분에 대한 분석은 불가능 하였으며, 전문가의 자문과 사전에 대한 업데이트를 꾸준히 수행하여 감성사전을 정교화한다면 정확도를 향상시킬 수 있을 것으로 보인다.

또한 수집한 데이터인 소셜미디어의 대상이 인터넷 기사에 국한되어 있다는 점이다. 법이라는 분야의 특성상 일반 대중들은 특정 재판에 대한 정보를 알기 어려울 뿐만 아니라 의견을 공유하는데 있어 인터넷 기사라는 매체를 통하지 않으면 여타 다른 SNS를 통해

재판 정보에 접근하기 힘들다. 이러한 이유로 본 연구는 인터넷 기사 매체로만 범위를 국한시켰다. 본 한계점과 더불어 아직까지는 재판이라는 특수 분야에 대해 대중들의 관심이 지속적으로 일반화되어 있지 않아 인터넷 기사를 통해 수집할 수 있는 데이터의 양 또한 한계가 있었음을 지적할 수 있다. 그러나 앞으로 인터넷을 통한 정보의 공유가 더욱 활발해지고 사회가 성숙해짐에 따라 주요 재판 사건들뿐만 아니라 여러 재판 분야에 대한 SNS를 통한 의견 공유는 지속적으로 증가할 것으로 보인다.

마지막으로, 회귀분석에서 보여지듯이, 전반적으로 R^2 값이 낮게 나타나고 있다. 이는 종속변수의 변화에 대해 독립변수들 이외의 요소들이 미치는 영향이 매우 크다고 할 수 있다. 쉽지는 않지만, 향후에 종속변수의 변화를 공통적으로 설명할 수 있는 독립변수들을 추가적으로 찾아서 분석에 포함시킬 수 있다면 본 연구의 가설들을 보다 심도있게 분석하는 것이 가능할 것이며, 보다 더 면밀한 상관관계를 입증할 수 있을 것이라 생각된다.

〈참고문헌〉

[국내 문헌]

1. 김도훈 (2016). 법관의 소셜 미디어 사용에 관한 연구. **법과정책**, 22(1), 25-57.
2. 김진솔, 신동훈, 김희웅 (2021). 비정형 빅데이터를 이용한 COVID-19 주요 이슈 분석. **지식경영연구**, 22(2), 145-165.
3. 김현석 (2019). 재판의 진행·판단에서 법관의 정서에 관하여. **법조**, 68(1), 254-306.
4. 김한균 (2011). 형사법관의 소셜 네트워크 서비스(SNS) 사용과 직무윤리. **형사정책연구소 소식**, 120(겨울), 9-15.
5. 노동일 (2012). 법관과 소셜네트워크서비스(SNS). **경희법학**, 47(2), 9-46.
6. 노승의, 이지은, 손정은, 김희웅 (2013). 소셜미디어 환경에서 온라인구전(eWOM)에 영향을 미치는 요인 연구. **지식경영연구**, 14(1), 1-19.
7. 이지원, 강인원, 정성운 (2011). SNS상의 콘텐츠품질이 사용자의 수용태도와 구전활동에 미치는 영향. **지식경영연구**, 12(5), 1-10.
8. 전해정 (2013). 법감정(法感情)의 인식론적 가능성연구. **법학논총**, 26(2), 185-209.
9. 허준홍 (2020). 빅데이터 애널리틱스 기법을 활용한 대법원 판결에 대한 소셜미디어의 영향력 분석. 석사학위논문, 한양대학교 대학원.
10. 홍남희 (2016). 법관의 SNS 이용을 둘러싼 담론의 대립과 역할: 페쉬(M. Pêcheux)의 담론 분석 틀을 중심으로. **언론정보연구**, 53(2), 305-348.

[국외 문헌]

11. Adedoyin-Olowe, M., Gaber, M. M., & Stahl, F. (2013). *A survey of data mining techniques for social media analysis*. arXiv preprint arXiv:1312.4617.
12. Asghar, M. Z., Khan, A., Ahmad, S., & Kundi, F. M. (2014). A review of feature extraction in sentiment analysis. **Journal of Basic and Applied Scientific Research**, 4(3), 181-186.
13. Brown, G. W., & Cliff, M. T. (2004). Investor sentiment and the near-term stock market. **Journal of Empirical**

Finance, 11(1), 1-27.

14. Brown, K. R. (2012). Somebody poisoned the jury pool: Social media's effect on jury impartiality. **Tex. Wesleyan L. Rev.**, 19, 809.
15. Bianchetti, M., Ricci, C., & Scaringi, M. (2018). Are cryptocurrencies real financial bubbles? Evidence from quantitative analyses. *Evidence from Quantitative Analyses (February 24, 2018). A version of this paper was published in Risk*, 26.
16. Bimber, B. (2014). Digital media in the Obama campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the personalized political communication environment. **Journal of Information Technology & Politics**, 11(2), 130-150.
17. Bues, M., & Matthaeh, E. (2016). LegalTech on the rise: Technology changes legal work behaviours, but does not replace its profession. **Liquid Legal**, 89-109.
18. Calderon, N. A., Fisher, B., Hemsley, J., Ceskavich, B., Jansen, G., Marciano, R., & Lemieux, V. L. (2015, October). Mixed-initiative social media analytics at the World Bank: Observations of citizen sentiment in Twitter data to explore "trust" of political actors and state institutions and its relationship to social protest. *In 2015 IEEE International Conference on Big Data (Big Data), IEEE*, 1678-1687.
19. Dale, R. (2019). Law and word order: NLP in legal tech. **Natural Language Engineering**, 25(1), 211-217.
20. Drechsel, R., Netteburg, K., & Aborisade, B. (1980). Community size and newspaper reporting of local courts. **Journalism Quarterly**, 57(1), 71-78.
21. Gu, B., Park, J., & Konana, P. (2012). Research note—the impact of external word-of-mouth sources on retailer sales of high-involvement products. **Information Systems Research**, 23(1), 182-196.
22. Gupta, V., & Lehal, G. S. (2009). A survey of text mining techniques and applications. **Journal of Emerging Technologies in Web Intelligence**, 1(1), 60-76.
23. Liu, C. C., Liu, K. P., Chen, W. H., Lin, C. P., & Chen, G. D. (2011). Collaborative storytelling experiences in social media: Influence of peer-assistance mechanisms. **Computers & Education**, 57(2), 1544-1556.
24. Lemmon, M., & Portniaguina, E. (2006). Consumer

- confidence and asset prices: Some empirical evidence. *The Review of Financial Studies*, *19*(4), 1499–1529.
25. Mosoph, S. L. (2020). *The impact of social media pre-trial publicity on mock juror interpretations of evidence*. Doctoral dissertation, University of Adelaide.
 26. Ouss, A., & Philippe, A. (2016). *The impact of the media on court decisions*. Institut des Politiques Publiques.
 27. Pang, B., & Lee, L. (2008). Opinion mining and sentiment analysis. *Foundations and Trends in Information Retrieval*, *2*(1–2), 1–135.
 28. Peng, W., & Park, D. H. (2011, July). Generate adjective sentiment dictionary for social media sentiment analysis using constrained nonnegative matrix factorization. *In Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*.
 29. Si, J., Mukherjee, A., Liu, B., Pan, S. J., Li, Q., & Li, H. (2014, October). Exploiting social relations and sentiment for stock prediction. *In Proceedings of the 2014 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP)*, 1139–1145.
 30. Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2012, January). Political communication and influence through microblogging—An empirical analysis of sentiment in Twitter messages and retweet behavior. *In 2012 45th Hawaii International Conference on System Sciences, IEEE*, 3500–3509.
 31. Veitch, R., & Griffitt, W. (1976). Good news-bad news: Affective and interpersonal effects 1. *Journal of Applied Social Psychology*, *6*(1), 69–75.
 32. Zhang, M., & Luo, N. (2016). *Understanding relationship benefits from harmonious brand community on social media*. Internet Research.

● 저 자 소 개 ●



허 준 홍 (Junhong Heo)

현재 LG CNS 엔트루 컨설팅 데이터 전략팀에서 데이터 컨설턴트로 재직 중이다. 아주대학교 금융공학을 졸업하고 한양대 경영정보시스템에서 석사학위를 취득했다. 주요 관심 분야는 소셜미디어 데이터 거버넌스 등이다.



서 예 은 (Yeeun Seo)

현재 한양대학교 경영대학 경영정보시스템 석사 과정 중이다. 주요 관심분야는 빅데이터 분석, 텍스트 마이닝, 메타버스 등이다.



이 서 영 (Seoyeong Lee)

현재 한양대학교 경영대학 비즈니스인포매틱스 석사 과정 중이다. 주요 관심분야는 빅데이터 분석, 비즈니스 머신러닝/딥러닝, 소셜미디어, 데이터 브랜딩 등이다.



이 상 용 (Sang-Yong Tom Lee)

현재 한양대학교 경영대학 교수로 재직 중이다. 서울대학교 경제학과를 졸업하고, Texas A&M University에서 박사학위를 취득하였다. 주요 관심 분야는 정보경제, 개인정보보호 및 보안, 소셜미디어, 정보통신정책, 기술경영 등이다. 관련 연구들을 MIS Quarterly, Management Science, Journal of Management Information Systems를 비롯한 다수의 저널에 관련 논문을 게재하고 있다.

〈 Abstract 〉

The Correlation between Social Media and the Behaviors of the Supreme Court in Korea

Junhong Heo^{*}, Yeeun Seo^{**}, Seoyeong Lee^{***}, Sang-Yong Tom Lee^{****}

As a communication channel for individuals, social media is affecting various areas such as business, economy, politics, and society. One of the less-studied areas is the law. Therefore, this study collected various information from social media and analyzed its impacts on the legal decisions, especially the Supreme Court decisions in Korea. This study was conducted by compiling information from Internet news articles and public responses. We found that when the negative reactions from the public got higher, the trial duration until the supreme court making the final decisions became shorter. However, we were not able to find the significant relationship between social media reactions and dismissal of appeal nor annulment. Our study would contribute to the information systems and knowledge management research in a sense that the social analytics is applied to the area of legal decisions, instead of using conventional qualitative study methodology. Our study is also meaningful to the practitioners because that big data analytical business can be applied to the field of law by creating a new database for the emerging legal technology. Finally, law makers can think of a better way to standardize the legal decision process to minimize the reverse effects from social media.

Key Words: Big data analysis, Social analytics, The Supreme court cases, Text mining, Legal technology

* School of Business, Hanyang University

** School of Business, Hanyang University

*** School of Business, Hanyang University

**** School of Business, Hanyang University