



제424회 국회 (임시회)
제3차 법제사법위원회

변호사법 일부개정법률안

검 토 보 고

〈인격권 침해 및 명예훼손 우려가 있는 광고 금지〉

■ 전진숙 의원 대표발의(의안번호 제5981호)

2025. 2.

법 제 사 법 위 원 회

전 문 위 원 김 성 완

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	2
1. 인격권 침해 및 명예훼손 우려가 있는 광고 금지	2

I. 제안경위

1. 제 안 자 : 전진숙의원 등 12인
2. 제안연월일 : 2024. 11. 28.
3. 회부연월일 : 2024. 11. 29.

II. 제안이유 및 주요내용

현행법은 변호사·법무법인·법무법인(유한) 또는 법무조합이 그 업무의 홍보에 필요한 사항을 광고할 수 있도록 하되, 거짓된 내용을 표시하거나 소비자에게 오해 또는 부당한 기대를 불러일으킬 수 있는 광고 등은 할 수 없도록 규정하고 있음.

그런데 최근 일부 변호사 등이 성범죄 피의자 등 변호사건을 수임하기 위해 범죄의 심각성을 경시하거나 가해자를 옹호하는 듯한 자극적인 광고를 하면서 피해자의 인격과 명예를 또다시 손상시키는 일이 발생한다는 지적이 있음.

이에 타인의 인격권을 침해하거나 명예를 훼손할 우려가 있는 광고를 할 수 없도록 법에 명시적으로 규정함으로써 변호사 광고시장의 질서를 바로세우고 피해자의 인격과 명예를 보호하려는 것임(안 제23조제2항).

Ⅲ. 검토의견

1. 인격권 침해 및 명예훼손 우려가 있는 광고 금지

현행	개정안
제23조(광고) ① (생략) ② 변호사등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 광고를 하여서는 아니 된다. 1. ~ 6. (생략) <u><신설></u> 7. (생략) ③ · ④ (생략)	제23조(광고) ① (현행과 같음) ② ----- ----- -----. 1. ~ 6. (현행과 같음) 7. <u>타인의 인격권을 침해하거나 명예를 훼손할 우려가 있는 광고</u> 8. (현행 제7호와 같음) ③ · ④ (현행과 같음)

- 개정안은 변호사에게 금지되는 광고의 유형으로 ‘타인의 인격권을 침해하거나 명예를 훼손할 우려가 있는 광고’를 신설하는 내용임 (안 제23조제2항제7호 신설).
- 현행법은 원칙적으로 광고를 허용하고(제23조제1항), 금지되는 광고를 별도로 나열(제23조제2항)하는 이른바 ‘최소 규제’ 방식의 규정을 두고 있는데,¹⁾ 이와 같은 광고의 제한사유는 변호사의

1) 「변호사법」 제23조(광고) ① 변호사·법무법인·법무법인(유한) 또는 법무조합(이하 이 조에서 “변호사등”이라 한다)은 자기 또는 그 구성원의 학력, 경력, 주요 취급 업무, 업무 실적, 그 밖에 그 업무의 홍보에 필요한 사항을 신문·잡지·방송·컴퓨터통신 등의 매체를 이용하여 광고할 수 있다.

공공성과 공정한 수임질서 및 소비자에게 피해를 예방하기 위한
목적이라 볼 수 있음.²⁾

② 변호사들은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 광고를 하여서는 아니 된다.

1. 변호사의 업무에 관하여 거짓된 내용을 표시하는 광고
 2. 국제변호사를 표방하거나 그 밖에 법적 근거가 없는 자격이나 명칭을 표방하는 내용의 광고
 3. 객관적 사실을 과장하거나 사실의 일부를 누락하는 등 소비자를 오도(誤導)하거나 소비자에게 오해를 불러일으킬 우려가 있는 내용의 광고
 4. 소비자에게 업무수행 결과에 대하여 부당한 기대를 가지도록 하는 내용의 광고
 5. 다른 변호사들을 비방하거나 자신의 입장에서 비교하는 내용의 광고
 6. 부정한 방법을 제시하는 등 변호사의 품위를 훼손할 우려가 있는 광고
 7. 그 밖에 광고의 방법 또는 내용이 변호사의 공공성이나 공정한 수임(受任) 질서를 해치거나 소비자에게 피해를 줄 우려가 있는 것으로서 대한변호사협회가 정하는 광고
- 2) 다른 개별 법률에서도 광고제한 사유를 두고 있는데, 특히 국민의 생명과 밀접한 관련이 있는 의료 광고를 비롯하여 표시광고법, 식품표시광고법 등에서도 부당한 표시·광고 행위를 금지하고 있음.

「의료법」 제56조(의료광고의 금지 등) ② 의료인들은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료 광고를 하지 못한다.

1. 제53조에 따른 평가를 받지 아니한 신의료기술에 관한 광고
2. 환자에 관한 치료경험담 등 소비자로 하여금 치료 효과를 오인하게 할 우려가 있는 내용의 광고
3. 거짓된 내용을 표시하는 광고
4. 다른 의료인들의 기능 또는 진료 방법과 비교하는 내용의 광고
5. 다른 의료인들을 비방하는 내용의 광고
6. 수술 장면 등 직접적인 시술행위를 노출하는 내용의 광고
7. 의료인들의 기능, 진료 방법과 관련하여 심각한 부작용 등 중요한 정보를 누락하는 광고
8. 객관적인 사실을 과장하는 내용의 광고
9. 법적 근거가 없는 자격이나 명칭을 표방하는 내용의 광고
10. 신문, 방송, 잡지 등을 이용하여 기사(記事) 또는 전문가의 의견 형태로 표현되는 광고
11. 제57조에 따른 심의를 받지 아니하거나 심의받은 내용과 다른 내용의 광고
12. 제27조제3항에 따라 외국인환자를 유치하기 위한 국내광고
13. 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 방법으로 제45조에 따른 비급여 진료비용을 할인하거나 면제하는 내용의 광고
14. 각종 상장·감사장 등을 이용하는 광고 또는 인증·보증·추천을 받았다는 내용을 사용하거나 이와 유사한 내용을 표현하는 광고. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우는 제외한다.

가. 제58조에 따른 의료기관 인증을 표시한 광고

나. 「정부조직법」 제2조부터 제4조까지의 규정에 따른 중앙행정기관·특별지방행정기관 및 그 부속기관, 「지방자치법」 제2조에 따른 지방자치단체 또는 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관으로부터 받은 인증·보증을 표시한 광고

다. 다른 법령에 따라 받은 인증·보증을 표시한 광고

라. 세계보건기구와 협력을 맺은 국제평가기구로부터 받은 인증을 표시한 광고 등 대통령령으로 정하는 광고

15. 그 밖에 의료광고의 방법 또는 내용이 국민의 보건과 건전한 의료경쟁의 질서를 해치거나 소비자에게 피해를 줄 우려가 있는 것으로서 대통령령으로 정하는 내용의 광고

<변호사법 제23조에 따라 금지되는 광고 유형>

금지되는 광고 유형	비 고
○ (제1호) 변호사의 업무에 관하여 거짓된 내용을 표시하는 광고	-변호사의 업무: 주요취급업무나 전문분야 -위반시 1년 이하 징역 또는 1천만원 이하 벌금(§113 ③)
○ (제2호) 국제변호사를 표방하거나 그 밖에 법적 근거가 없는 자격이나 명칭을 표방하는 내용의 광고	-‘국제변호사’라는 것은 미존재 -외국 변호사가 국내에서 활동하면서 명칭을 광고할 수 있는 경우는 ‘외국법자문사’에 국한 -위반시 1년 이하 징역 또는 1천만원 이하 벌금(§113 ③)
○ (제3호) 객관적 사실을 과장하거나 사실의 일부를 누락하는 등 소비자를 오도(誤導)하거나 소비자에게 오해를 불러일으킬 우려가 있는 내용의 광고	-객관적 사실: 학력, 경력, 주요취급업무, 업무 실적, 그 밖에 홍보에 필요한 사항 등 -과장: 특정 사건의 수임을 위해 수임건수나 승소율 등을 실제보다 많이 하는 행위 등
○ (제4호) 소비자에게 업무수행 결과에 대하여 부당한 기대를 가지도록 하는 내용의 광고	-부당한 기대: 적법한 절차나 변론행위를 통해서 얻어낼 수 없는 결과를 희망
○ (제5호) 다른 변호사등을 비방하거나 자신의 입장에서 비교하는 내용의 광고	-변호사는 상대방 변호사 비방 금지 (변호사윤리장전 §10 ①)
○ (제6호) 부정한 방법을 제시하는 등 변호사의 품위를 훼손할 우려가 있는 광고	-의뢰인으로부터 판·검사에게 제공한다는 명목의 비용을 선임료 등에 포함시키는 행위는 허용되지 않음 ※위반시 5년 이하 징역 또는 3천만원 이하 벌금(§110)
○ (제7호) 그 밖에 광고의 방법 또는 내용이 변호사의 공공성이나 공정한 수임(受任) 질서를 해치거나 소비자에게 피해를 줄 우려가 있는 것으로서 대한변호사협회가 정하는 광고	※ 위임의 범위에 대해서는 제1호에서 제6호까지에 준하는 내용으로서, 해당 사유를 보다 상세하게 구체화하는 내용을 정할 수 있다는 의미로 해석해야 한다는 의견이 있음 ³⁾

3) 정형근, 「변호사법 주석」(제2판), 정독, p.207.

○ 현행법상 직접적으로 ‘인격권 침해’나 ‘명예훼손’에 대한 광고 금지 조항이 없다는 점,⁴⁾ 변호사 업무의 높은 공공성에 비례하여 광고 역시 높은 윤리 기준을 마련할 필요가 있다는 점, 최근 온라인플랫폼 등을 통한 변호사 광고가 증가하면서 상대방을 비방하거나 부정적인 이미지를 조장하는 광고를 금지할 필요성이 점차 늘어나고 있다는 점 등을 고려하면 개정안의 입법 취지는 바람직한 측면이 있어 보임.

다만, ① 현행 제5호는 ‘다른 변호사 등을 비방하거나 자신의 입장에서 비교하는 내용의 광고’를 금지하고 있는데, 개정안에 따라 ‘타인의 인격권 침해’ 및 ‘명예훼손 우려가 있는 광고’를 규제하는 것은 제5호에서 금지하는 변호사 간 비방 광고와 개념적으로 중첩될 가능성이 있는데, 개정안의 ‘타인’은 변호사에만 한정되지 않아⁵⁾ 제5호보다 더 광범위한 해석이 가능하여 법 적용의 일관성을 저해할 우려가 있다는 점,

② ‘인격권’은 법적으로 매우 넓은 개념으로서 이는 사생활 보호, 초상권, 성명권, 명예권 등을 광범위하게 포괄할 수 있는데, 구체적인 유형을 명확히 정의하지 않을 경우 해석이 모호해지고 법 집행에

4) 현행 제23조제2항제7호에 따라 대한변호사협회가 정한 규칙에는 개정안과 유사한 취지의 규정을 두고 있음.

7. 그 밖에 광고의 방법 또는 내용이 변호사의 공공성이나 공정한 수임(受任) 질서를 해치거나 소비자에게 피해를 줄 우려가 있는 것으로서 대한변호사협회가 정하는 광고

「변호사 광고에 관한 규칙」(대한변호사협회 규칙 제45호, 2024. 10. 21.시행)

제4조(광고의 방법과 내용) ① 변호사등은 변호사의 품위를 훼손하는 방법으로 광고할 수 없다.

② 변호사등은 타인의 명예를 훼손하는 방법으로 광고할 수 없다.

5) 특정인만을 의미하는지, 법인과 같은 단체까지 포함하는지 명확하지 않은 측면이 있음.

있어 논란이 발생할 수 있다는 점,

③ ‘명예훼손 우려가 있는 광고’라고 할 경우 단순한 의견 표명이나 변호사 광고에서 사건 관련 내용을 언급하는 것조차 명예훼손으로 간주될 수 있고 ‘공익적 목적’이 있는 경우 명예훼손이 성립하지 않는 경우도 많은데⁶⁾ 이를 고려하지 않고 일률적으로 광고를 금지할 경우 이에 대한 타당성 우려가 제기될 수 있으며, 명예훼손 여부는 현행 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」⁷⁾이나 「형법」⁸⁾에 의해서도 규율되고 있다는 점,

④ ‘타인의 인격권을 침해하거나 명예를 훼손할 우려가 있는 광고’라는 이유로 과도한 제한을 가할 경우 헌법상 표현의 자유 및 직업수행의 자유를 제한할 수 있다는 점,

⑤ 그 밖에 현행법상 ‘우려가 있는’ 표현이 사용된 조항⁹⁾들은 변호

6) 「형법」 제310조(위법성의 조각) 제307조제1항의 행위가 진실한 사실로서 오로지 공공의 이익에 관한 때에는 처벌하지 아니한다.

7) 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제44조(정보통신망에서의 권리보호)
① 이용자는 사생활 침해 또는 명예훼손 등 타인의 권리를 침해하는 정보를 정보통신망에 유통시켜서는 아니 된다.

제70조(벌칙) ① 사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처한다.

② 사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 거짓의 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자는 7년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 5천만원 이하의 벌금에 처한다.

8) 「형법」 제307조(명예훼손) ①공언히 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자는 2년 이하의 징역이나 금고 또는 500만원 이하의 벌금에 처한다.

②공언히 허위의 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자는 5년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.

9) 3. 객관적 사실을 과장하거나 사실의 일부를 누락하는 등 소비자를 오도(誤導)하거나 소비자에게 오해를 불러일으킬 우려가 있는 내용의 광고

6. 부정한 방법을 제시하는 등 변호사의 품위를 훼손할 우려가 있는 광고

7. 그 밖에 광고의 방법 또는 내용이 변호사의 공공성이나 공정한 수임(受任) 질서를 해치거나 소비자에게 피해를 줄 우려가 있는 것으로서 대한변호사협회가 정하는 광고

사의 광고가 직접적으로 소비자 보호와 연결되는 영역에서 사용되는 반면, 개정안에는 ‘인격권’과 ‘명예훼손’이라는 개념이 포함되어 광고의 내용 자체뿐만 아니라 광고 대상이 되는 인물, 단체, 기관 등의 반응까지 고려해야 하는데, 인격권 및 명예훼손 여부에 대한 판단은 다른 법률 및 판례 등 다양한 기준에 따라 다르게 해석될 수 있어 이를 ‘우려가 있다’는 기준으로 변호사 광고에 적용할 경우 법적 안정성이 저해될 우려가 있다는 점 등을 고려할 필요가 있을 것으로 보임.

문 의 처

02) 6788-5060
