

**מסע פרסום הומוריסטי "המזכירה של שוקה טל" – תביעת לשון הרע של
לשכת סוכני הביטוח בישראל – היבטים תקשורתיים, משפטיים וחברתיים
ד"ר ארנת טורין* | עו"ד ניר גורן****

תקציר

עניינו של מאמר זה בקמפיין הפרסומי של חברת IDI המוכרת בציבור כ"ביטוח ישיר" ובהליך המשפטי אשר ניהלה לשכת סוכני הביטוח נגד המפרסם. סלע המחלוקת הוא מסע פרסום הומוריסטי אשר שודר ברדיו ובטלוויזיה לאורך השנים 2006-2015. הפרסומות המשעשעות התקבלו באהדה על ידי רוב הצופים בעוד שסוכני הביטוח ובני משפחותיהם ראו בקמפיין פגיעה בכבודם ובמקור לחמם. לאחר שגברו קולות המחאה והביקורת מצד סוכני הביטוח ואנשי ציבור, הגישה לשכת סוכני הביטוח בכמה ערכאות ונקודות זמן תביעה בגין "פרסום לשון הרע", "פרסום תיאור כוזב", ו"תחרות בלתי הוגנת". מקרה הקמפיין של חברת הביטוח הישיר ינותח במאמר משלש זוויות משלימות; מן ההיבט התקשורתי ינותחו מסרי הקמפיין וההשפעה הפוטנציאלית שלו לאורם של מחקרי הומור וייצוגי משלח יד, התקבלותו בקרב הציבור וסוכני הביטוח. מן ההיבט המשפטי יסוקרו טענות התביעה, ההגנה ופסק הדין. מן ההיבט החברתי יידונו האתוסים החברתיים שסייעו להתקבלותו האוהדת של הקמפיין: מושג הפראייר, הדוגרי ושיח המחאה החברתית.

* ד"ר ארנת טורין ראשת המחלקה לאוריינות מדיה באקדמית גורדון – מכללה לחינוך
** ניר גורן עו"ד וכלכלן, עוסק בליטיגציה מסחרית