



Time отмечает, что (WTA) Женская теннисная ассоциация под слоганом «Сильные – значит, красивые» своей новой рекламной компанией вызвала неоднозначную реакцию (перевод на сайте InoPressa.ru). Одни люди называют ролики "источником вдохновения", другие же - "пикантными", пишет журналист Уильям Ли Адамс. Каролин Возняцки подает теннисный мяч точно в театральный генератор ветра, Ким Клейстерс садится на шпагат в оранжевой юбке, а Виктория Азаренко за кадром произносит: « Я люблю бить по мячу со всей своей силы. Так, чтоб расплющился. А если мяч возвращается, то это намек: может быть надо чуть сильнее?»

Рекламные ролики и фото будут в течение двух лет демонстрироваться в 80 странах. «WTA запечатлела 38 теннисисток - Серены Уильямс до Петры Квитовой и Ли На, надеясь повысить статус женского тенниса. Девушки бьют по мячам, из которых сыплется цветная пудра и блестки. Образ женщин в спорте: напряженные руки, мускулистые бедра – призван для того, чтобы пробить завесу из кружев и шифона и дать понять, что красота порождается силой», - излагается в статье. «Суть этих образов – в упорстве и силе, а также и в эстетической красоте, которая противопоставляется физической красоте. Наши теннисистки лучшие в мире спортсменки и мы фокусируемся на этом», - замечает Эндрю Уокер, директор по маркетингу.

Однако многие эксперты заключают: как и многие другие рекламные компании, эта заметно преуменьшает достижения спортсменок, тем самым превращая этих женщин в объекты для сексуального вождения. «И это очень унижительно! Недавно было подсчитано, что крупные американские телеканалы предоставляют женскому спорту всего-лишь 1,6% эфирного времени, а печатные СМИ и телевидение в целом – 8% внимания и то в лучшем случае по сравнению с освещением спорта в целом», - сообщает издание.

Эротика в рекламе женского спорта

Автор: Administrator

07.07.2011 12:42 - Обновлено 14.10.2015 16:06

Автор популярного блога о женском спорте, Лавой полагает, что ничем не доказано, действительно ли эротичность эффективна для рекламы спорта. По ее мнению в рекламе женского спорта акцент на телах объясняется тем, что в менеджменте первенство занимают мужчины.

[Jacques: The Sports Issue Trailer, 'Squash'](#) from [Jacques Magazine](#) on [Vimeo](#) .