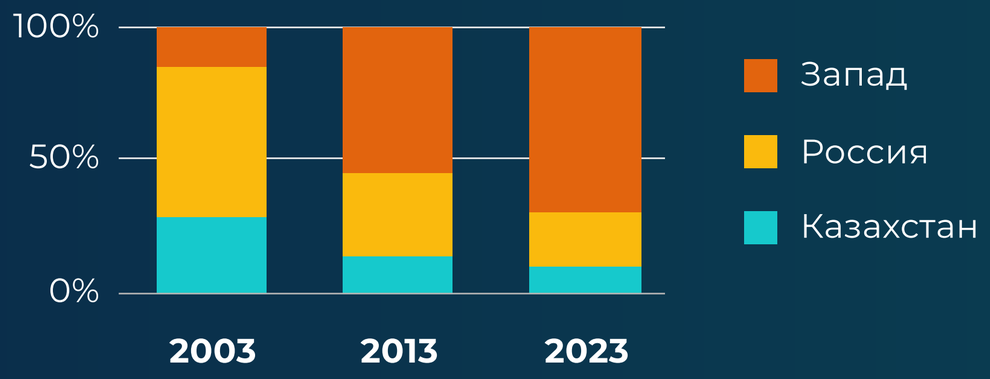
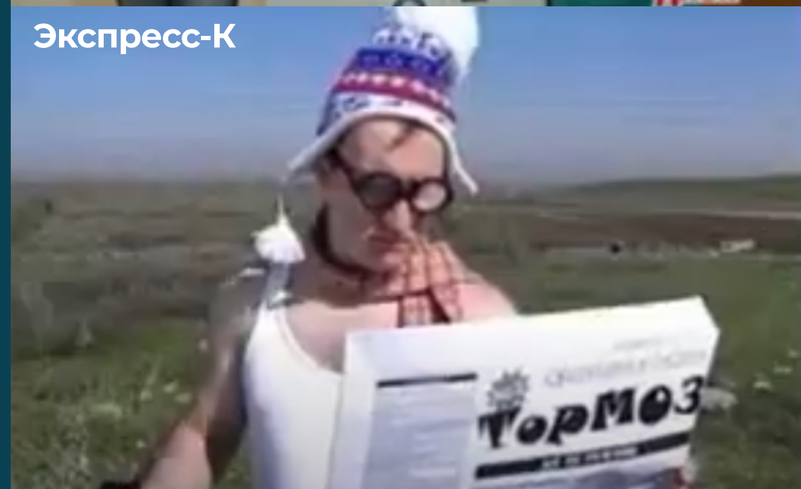
NUR MEDIA
медиахолдинг

Реклама
на государственном языке

РЕКЛАМА РАНЬШЕ



- **За 20 лет заметно сократился сегмент российской рекламы**
- **Время экспериментов прошло вместе с нулевыми**
  Но вместе с экспериментами ушли яркие примеры и юмор
- **Некачественная реклама нулевых**
  Значительная доля казахстанских роликов в 00-х — локальный бизнес
- **Появились требования к паритету рекламы на казахском и других языках**
  Реклама нулевых была исключительно на русском языке



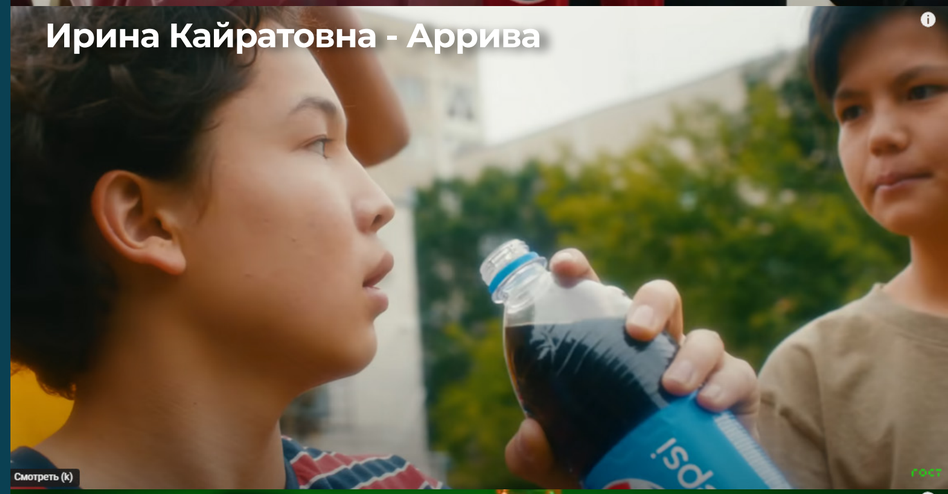
РЕКЛАМА СЕЙЧАС

- **Повысился уровень качества казахстанской рекламы**
  По качеству картинки и звука казахстанские ролики не уступают российским и западным

- **Появились адаптации для стран Центральной Азии в основном от российских брендов**
  Эти ролики культурно немного ближе, чем просто переведенные на казахский язык

- **Некоторые западные бренды успешно адаптируют собственные сценарии или снимают полностью оригинальную рекламу**
  Также создаются музыкальные интеграции

- **НО, по-прежнему большая часть роликов — простой дубляж на казахский язык**
  Эта реклама выглядит неестественно в т.ч. из-за отсутствия синхронизации губ и речи, из-за одинаковых голосов актеров дубляжа и качества дубляжа

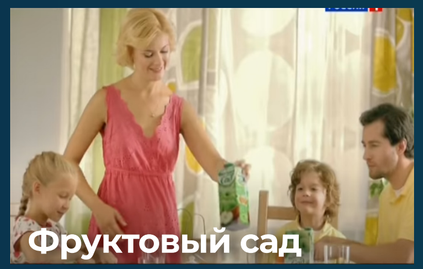


РЕКЛАМА СЕЙЧАС

- **Аутентичная казахская реклама чаще всего снимается казахстанскими брендами**
  Преимущественно это банки и производители чая, масла, муки

- **Аутентичная казахская реклама апеллирует к ценностям**
  К наиболее популярным можно отнести ценности семьи и национальной идентичности (традиции и история). Молодежная реклама чаще опирается на ценности творческой свободы и дружбы

- **Казахстанская реклама, снятая по стандартному шаблону**
  Такие ролики в целом мало отличаются от российских или западных, их общая проблема — нарочитая постановочность. В такую рекламу сложно поверить



РЕКЛАМА СЕЙЧАС

- **Коммерческая реклама перестала злоупотреблять шаблонными образами казахской национальной культуры: лошади, юрты, степь, парящий беркут и др.** Вместе с тем, стереотипные образы перекочевали в политическую рекламу

01 **НЕ НУЖНО БОЯТЬСЯ ЭКСПЕРИМЕНТОВ**
Самые запоминающиеся рекламные образы – результат смелых экспериментов

02 **БОЛЬШЕ АУТЕНТИЧНОЙ КАЗАХСКОЙ РЕКЛАМЫ**
Реклама по иностранным лекалам выглядит чужеродной и неестественной. Такие образы ничем не выделяются от зарубежных конкурентов, а преимущества отечественного продукта остаются нераскрытыми

03 **КАЧЕСТВЕННАЯ АДАПТАЦИЯ**
Казахстан переживает тренд увеличенного спроса на проявления национальной идентичности: история, язык, культура, традиции, современное творчество и искусство, современная поп-культура и т.д.

04 **СПРОС НА КАЗАХОЯЗЫЧНЫЙ КОНТЕНТ**
Отдельные компании и активисты генерируют казахоязычный контент, создают площадки, инструменты продвижения. Они креативны и заинтересованы в сотрудничестве

05 **РАЗВИТИЕ КАЗАХОЯЗЫЧНЫХ ТВОРЧЕСКИХ РЕСУРСОВ**
Обеспечение доступа к качественным казахоязычным талантам поможет создать рекламные материалы высокого уровня

06 **СОТРУДНИЧЕСТВО С КАЗАХОЯЗЫЧНЫМИ МЕДИА**
Совместные усилия ТВ, интернет-ресурсов, печатных СМИ помогут найти решения актуальных проблем и повысить эффективность рекламы на казахском языке