

# Рунет в тени

## AI-выдачи

Zero-click, AEO/GEO  
и новая SEO в эпоху AI-поиска.  
**Данные и методология 2026** —  
от основ до архитектуры  
присутствия в AI.



как AI выбирает  
источники



что делать с AEO/GEO  
уже сегодня



инструменты  
и измерение



стратегия  
и прогноз 2026

## АНДРЕЙ ГУСАРОВ

основатель агентства GUSAROV  
и образовательного центра EDU GUSAROV  
16+ лет в маркетинге



Андрей Гусаров

**Рунет в тени AI-выдачи**

«Автор»

2026

## **Гусаров А.**

Рунет в тени AI-выдачи / А. Гусаров — «Автор», 2026

Поиск больше не работает по старым правилам. Сайт может быть в топе — и не получать кликов, потому что ответ пользователю уже дала AI-выдача. В книге «Рунет в тени AI-выдачи» Андрей Гусаров разбирает, как zero-click, AI Overviews, Алиса AI, AEO/GEO и новая SEO меняют интернет-маркетинг в 2026 году. На основе исследований, данных по рынку и практики агентства GUSAROV автор показывает, почему позиции и трафик больше не являются единственными KPI, как AI выбирает источники для ответов и что бизнесу делать, чтобы оставаться видимым. Внутри — доказательная база, механика AI-поиска, метод «ОТВЕТ», чек-листы, инструменты измерения и практический план действий для SEO-специалистов, маркетологов, предпринимателей и digital-команд. Эта книга — о том, как перестать бороться только за место в выдаче и начать бороться за главное: чтобы AI называл именно вас.

© Гусаров А., 2026

© Автор, 2026

# **Андрей Гусаров**

## **Рунет в тени AI-выдачи**







**ОТРАСЛЕВАЯ КНИГА · GUSAROV · 2026**

Рунет

в тени

AI-выдачи

Zero-click, AEO/GEO и новая SEO в эпоху AI-поиска. Данные и методология 2026 — от основ до архитектуры присутствия в AI.

Андрей Гусаров

ОСНОВАТЕЛЬ АГЕНТСТВА GUSAROV

И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА EDU GUSAROV · 16+ ЛЕТ В МАРКЕТИНГЕ

GUSAROV

[t.me/gusarovby](https://t.me/gusarovby)









**О Б А В Т О Р Е  
Р У Н Е Т В Т Е Н И А I - В Ы Д А Ч И  
А В Т О Р К Н И Г И**

Андрей Гусаров

Основатель агентства **GUSAROV** и  
образовательного центра **EDU GUSAROV**. Более  
16 лет в интернет-маркетинге.

Эта книга выросла из отраслевого исследования  
«Рунет в тени AI-выдачи» и собственной  
практики агентства: как бизнесу в СНГ  
оставаться видимым, когда поиск всё чаще  
отвечает сам и не отдаёт клик.

Связь и материалы: [t.me/gusarovby](https://t.me/gusarovby) · [gusarov-group.by](https://gusarov-group.by) · [edugusarov.by](https://edugusarov.by) Данные книги актуальны на июнь 2026. У каждого раздела — своя дата заморозки данных и список первоисточников. Технологии AI-поиска меняются месяцами, поэтому книга задумана как обновляемое

издание.

**G U S A R O V  
С О Д Е Р Ж А Н И Е**

Что внутри

**01**

Что происходит

**13**

**ОСНОВЫ**

**02**

Доказательная база

**20**

**ДАННЫЕ**

**03**

Как AI выбирает источник

**27**

**МЕХАНИКА**

**04**

АЕО/ГЕО: что делать

**34**

**ПРАКТИКА**

**05**

Инструменты и измерение

**41**

**ИЗМЕРЕНИЕ**

**06**

Стратегия и прогноз

**48**

**СТРАТЕГИЯ**

Все данные книги актуальны на июнь 2026. У каждого раздела — свой список первоисточников с датой

заморозки. Книга задумана как обновляемое издание.

**G U S A R O V**

**Р А З Д Е Л 1 · О С Н О В Ы**

Что

происходит

Поиск перестал быть дверью на сайт. Zero-click, AI Overviews, AI Mode и Алиса AI — и почему «быть

первым» больше не значит «получать трафик».

ЕСЛИ КОРОТКО · ВИДИМОСТЬ В ВЫДАЧЕ ≠ ТРАФИК. МОЖНО БЫТЬ №1 И НЕ ПОЛУЧИТЬ НИ ОДНОГО

ПЕРЕХОДА.

**G U S A R O V**

1 3

Р А З Д Е Л 1 · Ч Т О П Р О И С Х О Д И Т

Р У Н Е Т В Т Е Н И И А I - В Ы Д А Ч И

1 . 1 · С У Т Ь С Д В И Г А

Ты вышел в топ-1.

А клика — нет.

Раньше путь был простым: запрос → выдача → клик по сайту → ответ на сайте. Сегодня между запросом и сайтом встал AI-ответ. Пользователь читает его прямо в выдаче и закрывает вкладку.

Это и есть **zero-click** — поиск, который заканчивается без перехода на сайт. Сам по себе он не нов: ещё до AI около 60% запросов в Google завершались без клика — десятилетие копили этот эффект сниппеты, карточки и блоки быстрых ответов.

Новое в том, что AI резко ускорил процесс.

Цифры расходятся по методикам, но направление одно. Главное доказательство

пришло этой весной: первое причинно-следственное исследование (Agarwal–Sen, апрель

2026) показало, что само появление AI-ответа роняет органические клики на 38%. Это уже не корреляция — причина.

А внутри самого AI-блока по ссылкам уходит лишь **каждый сотый** — около 1% читателей (Pew Research, июль 2025). Ответ получен — сайт не нужен. Точные пороги бесклика — на следующей странице.

**И С К Л Ю Ч Е Н И Е — Б Р Е Н Д**

По брендовым запросам при AI-ответе CTR (кликабельность) не падает, а растёт на +18,7% (Amsive). Имя внутри ответа работает как штамп доверия. Это первый намёк на то, куда смещается вся игра: от позиции — к упоминанию.

Источники: SparkToro / Datos · Pew Research, 2025 · Semrush, 2025 · Seer Interactive ·

Amsive ·

Agarwal–Sen, 2026

**G U S A R O V**

1 4

Р А З Д Е Л 1 · Ч Т О П Р О И С Х О Д И Т

Р У Н Е Т В Т Е Н И И А I - В Ы Д А Ч И

1 . 1 · Т Р И Ц И Ф Р Ы , К О Т О Р Ы Е Л О М А Ю Т В О Р О Н К У

60%

83%

93%

БЕСКЛИК БЕЗ AI-ОТВЕТА

БЕСКЛИК, КОГДА ПОКАЗАН

БЕСКЛИК В ДИАЛОГОВОМ

(НАКОПЛЕННЫЙ ФОН)

AI OVERVIEW

## AI MODE

Semrush, 2025 · Seer Interactive, 25,1 млн показов · Bain, 2025

Старая цепочка «ключ → позиция → клик → визит» держалась на одном допущении: чтобы получить ответ, человек должен прийти на сайт. AI это допущение отменил.

Теперь ответ собирается и выдаётся *до* сайта — а сайт в лучшем случае становится сноской-источником.

## БЫЛО

Запрос

Сайт в топе

**Клик → визит**

## СТАЛО

Запрос

**AI-ответ в выдаче**

Вкладка закрыта

САЙТ = сноска-источник

РИС. 1.1 · КУДА ДЕЛСЯ КЛИК: САЙТ ИЗ ПУНКТА НАЗНАЧЕНИЯ ПРЕВРАТИЛСЯ В ИСТОЧНИК ДЛЯ AI-ОТВЕТА

## GUSAROV

15

## РАЗДЕЛ 1 · ЧТО ПРОИСХОДИТ

### РУНЕТ В ТЕНИ AI-ВЫДАЧИ

#### 1.2 · МАСШТАБ АУДИТОРИИ

Это уже не эксперимент

AI-поиск перестал быть бетой для гиков. Это инфраструктура, к которой люди привыкли — на этих же экранах они ищут тебя.

Возьми одно число. **900 млн** человек заходят в ChatGPT каждую неделю (OpenAI, февраль 2026). Не «попробовали разок» — возвращаются неделя за неделей.

И это лишь один игрок. Рядом — Google: его AI-ответы (AI Overviews) видят около 2 млрд человек в месяц. А отдельный диалоговый режим AI Mode за полгода вырос вчетверо. Полную картину по игрокам видно на схеме ниже.

ChatGPT

**900 млн / нед**

Google AI Overviews

**~2 млрд / мес**

Приложение Gemini

**750 млн / мес**

Google AI Mode (США)

**100 млн+ MAU**

Алиса AI (РФ)

**17 млн MAU**

РИС. 1.2 · АУДИТОРИЯ AI-ПОИСКА, НАЧАЛО–СЕРЕДИНА 2026. ИСТОЧНИКИ: OPENAI · ALPHABET ·

MEDIASCOPE / ЯНДЕКС

△ Метрики несопоставимы напрямую: у ChatGPT — активные пользователи в неделю, у остальных — в

месяц. Длина полос иллюстративна, это не рейтинг «кто больше».

Отдельное приложение Gemini — 750 млн пользователей в месяц (MAU). И поведенческий сигнал, который важнее любых абсолютных чисел: 37% потребителей уже начинают поиск с AI-инструмента, а не с поисковика

(исследование агентства Eight Oh Two, 2026).

**G U S A R O V**

1 6

**Р А З Д Е Л 1 · Ч Т О П Р О И С Х О Д И Т**

**Р У Н Е Т В Т Е Н И А I - В Ы Д А Ч И**

**1 . 3 · М Е Х А Н И К А**

Один запрос —

десятки скрытых

AI не ищет «по одному ключу». Он разбирает твой запрос на множество под-запросов, ищет по каждому и собирает ответ из лучших фрагментов.

Это называется query fan-out.

под-вопрос 1

под-вопрос 2

под-вопрос 3

**Промпт**

**Сборка**

**ответа**

под-вопрос 4

...

под-вопрос 20–30

РИС. 1.3 · QUERY FAN-OUT: ДО 20–30 ПОД-ЗАПРОСОВ НА ОДИН ПРОМПТ (IPULLRANK) На один промпт приходится до **20–30 под-запросов** (iPullRank): поиск дробит твой

вопрос на десятки мелких и по каждому ищет отдельно. А потом собирает финальный ответ почти мгновенно — яндексовский «ИИ-блендер» делает это из 40+ блоков (Яндекс, «День Поиска» 2026).

**Ч Т О Э Т О М Е Н Я Е Т**

В ответ попадает не тот, кто №1 по главному ключу, а тот, кто **лучше всех закрыл конкретный под-вопрос**. Цепочка «ключ → позиция → клик» сломана. Бороться теперь надо не за позицию, а за попадание в сборку ответа.

**G U S A R O V**

1 7

**Р А З Д Е Л 1 · Ч Т О П Р О И С Х О Д И Т**

**Р У Н Е Т В Т Е Н И А I - В Ы Д А Ч И**

**1 . 4 · Р У Н Е Т - С П Е Ц И Ф И К А**

Алиса, Нейро

и «ИИ-блендер»

На Западе угроза — Google AI Overviews и ChatGPT. В Рунете расклад свой: лидер поиска — Яндекс (~70% в РФ), и его AI-слой живёт по своим правилам.

Нейро встроен в выдачу с октября 2024, а усиленная Алиса AI стала полноценным AI-поиском. Локальный масштаб уже серьёзный: около 17 млн MAU и ~137 млн ответов в день (Mediascope / Яндекс).

**С О Б Ы Т И Е 2 0 2 6 , К О Т О Р О Г О Н Е Т Н А З А П А Д Е**

В апреле 2026 Яндекс ввёл критерии ЭПОС (Экспертность, Полезность, Оригинальность, Содержательность) и выкатил в Вебмастере инструмент «Видимость сайта в Алисе AI» — по сути первую в мире официальную метрику попадания в AI-ответы. Метрика SoV показывает долю запросов, где твой сайт оказался среди источников ответа.

Практический вывод: впервые попадание в AI можно измерять прямо из панели вебмастера, а не только сторонними сервисами. Но мониторить в СНГ нужно **два фронта сразу** — Яндекс (Алиса / Нейро) и глобальные AI (ChatGPT, AI Overviews), потому что аудитория давно сидит и там, и там.

Источники: Statcounter · Mediascope · Яндекс «День Поиска» 2026 · Яндекс Вебмастер, апрель 2026

**G U S A R O V**

1 8

**Р А З Д Е Л 1 · Ч Т О П Р О И С Х О Д И Т**

**Р У Н Е Т В Т Е Н И А I - В Ы Д А Ч И**

**1 . 5 · Ч Т О Э Т О З Н А Ч И Т Д Л Я Б И З Н Е С А**

Видимость больше

не равна трафику

Главный сдвиг одной фразой: можно быть первым — и не получить ни одного перехода. Это меняет три вещи сразу.

01 · Цель

02 · КРІ

03 · Контент

Не клик, а попадание в

Не только трафик, а доля

Не «под ключ и позицию», а

ответ и упоминание

голоса в AI-ответах (share

«под извлечение» AI.

бренда.

of voice).

Каждую из этих трёх линий книга разбирает дальше: **Раздел 2** — вся доказательная база (сколько именно теряют ниши и кто). **Раздел 3** — как AI выбирает источник изнутри. **Раздел 4** — что конкретно делать: методология AEO/GEO по шагам.

Поиск больше не присылает гостя к двери. Теперь он сам пересказывает, что у тебя внутри, — и решает, упоминать тебя или нет. Эта книга — про то, как сделать так, чтобы упоминал.

Данные раздела актуальны на июнь 2026. Технологии AI-поиска меняются месяцами — у каждого раздела

книги своя дата заморозки данных.

Источники раздела: OpenAI · Alphabet (Q4 2025) · Pew Research · Seer Interactive · Semrush · Bain

· Amsive · iPullRank · Mediascope · Яндекс («День Поиска» 2026; Вебмастер, апрель 2026) · Agarwal–Sen (2026).

**G U S A R O V**

1 9

**Р А З Д Е Л 2 · Д А Н Н Ы Е**

Доказа-

тельная

база

Семь замеров падения CTR, покрытие AI по отраслям и реальный счёт ущерба — в визитах и деньгах. Методики разные. Вывод один.

ЕСЛИ КОРОТКО · ПРИ AI-ОТВЕТЕ КЛИК ПО ОРГАНИКЕ ПАДАЕТ В 1,5–2 РАЗА.  
ЭТО УЖЕ НЕ ПРОГНОЗ —

ЭТО ЗАМЕРЫ.

**G U S A R O V**

2 0

Р А З Д Е Л 2 · Д О К А З А Т Е Л Ь Н А Я Б А З А

Р У Н Е Т В Т Е Н И И А I - В Ы Д А Ч И

2 . 1 · П А Д Е Н И Е С Т Р

Семь замеров —

один вывод

Разные команды, разные методики, разные цифры. Но направление у всех одно.

ИСТОЧНИК

ЧТО МЕРИЛИ

ИЗМЕНЕНИЕ

**Pew Research**

клик при показе AI-ответа (8% vs 15%)

–47%

**Ahrefs (дек 2025)**

CTR позиции №1

–58%

**Sistrix (ДАЧ)**

CTR позиции №1 (27% → 11%)

–59%

**Seer Interactive**

CTR на инфо-запросах (1,76% → 0,61%)

–61%

**Agarwal–Sen**

причинный эффект AI-ответа (2026)

–38%

**MailOnline**

десктоп-CTR при AIO (25% → 2,8%)

–89%

**Кокос (РФ)**

органика инфо-сайтов рунета

–30%

Цифры пляшут от –30% до –89% — потому что мерили разное и в разных нишах. Но в каждом замере итог один: при появлении AI-ответа клик по органике падает в 1,5–2 раза. Единственное исключение — бренд: по брендовым запросам CTR при AI-ответе растёт на +18,7% (Amsive).

Честный контр-сигнал: по части ниш Semrush фиксирует, что бесклик на AIO-запросах (где показан

AI Overview) за год даже снизился (45% → 38%) — люди привыкают и иногда кликают больше. Единой

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.