

# 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

<https://litres.ru/74009774>

SelfPub; 2026

### Аннотация

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.

# **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 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 каж-  
дого раздела — своя дата заморозки данных и список  
первоисточников. Технологии AI-поиска меняются меся-  
цами, 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/GEO: 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**

13

РАЗДЕЛ 1 · ЧТО ПРОИСХОДИТ  
РУНЕТВТЕНИИ AI-ВЫДАЧИ

1.1 · СУТЬ СДВИГА

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.

## **ИСКЛЮЧЕНИЕ — БРЕНД**

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

**РАЗДЕЛ 1 · ЧТО ПРОИСХОДИТ**

**РУНЕТВТЕНИИ AI-ВЫДАЧИ**

**1.1 · ТРИЦИФРЫ, КОТОРЫЕ ЛОМАЮТ  
БОРОНКУ**

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.

**Б Ы Л О**

Запрос

Сайт в топе

**Клик → визит**

**С Т А Л О**

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

**G U S A R O V**

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**

16

РАЗДЕЛ 1 · ЧТО ПРОИСХОДИТ

РУНЕТ В ТЕНИ AI-ВЫДАЧИ

1.3 · МЕХАНИКА

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).

**ЧТО ЭТО МЕНЯЕТ**

В ответ попадает не тот, кто №1 по главному ключу, а тот, кто **лучше всех закрыл**

**конкретный под-вопрос.** Цепочка «ключ → позиция → клик» сломана. Борются

теперь надо не за позицию, а за попадание в сборку ответа.

**G U S A R O V**

17

**РАЗДЕЛ 1 · ЧТО ПРОИСХОДИТ**

**РУНЕТ В ТЕНИ AI - ВЫДАЧИ**

**1.4 · РУНЕТ - СПЕЦИФИКА**

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).

**СОБЫТИЕ 2026, КОТОРОГО НЕТН  
А ЗАПАДЕ**

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

**РАЗДЕЛ 1 · ЧТО ПРОИСХОДИТ**

**РУНЕТВТЕНИЯ I - ВЫДАЧИ**

**1.5 · ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ БИЗНЕСА**

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 · KPI

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**

19

## **РАЗДЕЛ 2 · ДАННЫЕ**

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**

20

## **РАЗДЕЛ 2 · ДОКАЗАТЕЛЬНАЯ БАЗА РУНЕТВТЕНИИ AI-ВЫДАЧИ**

### **2.1 · ПАДЕНИЕ СТР**

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 (DACH)**

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 АЮ-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.