

# 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.

# Содержание

Что происходит	5
1.1 Ты вышел в топ-1. А клика — нет.	6
1.2 Это уже не эксперимент	8
1.3 Один запрос — десятки скрытых	10
1.4 Алиса, Нейро и «ИИ-блендер»	12
1.5 Видимость больше не равна трафику	13
Доказательная база	15
2.1 Семь замеров — один вывод	16
2.2 Где AI уже съедает выдачу	18
2.3 Три ниши — три сценария	20
Конец ознакомительного фрагмента.	21

**Андрей Гусаров**

**Рунет в тени AI-выдачи**

**РАЗДЕЛ 1 · ОСНОВЫ**

# Что происходит

Поиск перестал быть дверью на сайт. Что такое zero-click, AI Overviews, AI Mode и Алиса AI — и почему «быть первым» больше не значит «получать трафик».

## 1.1 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 — в таблице ниже.

**60%**

бесклик без AI-ответа (накопленный фон)

**83%**

бесклик при показе AI Overview

**93%**

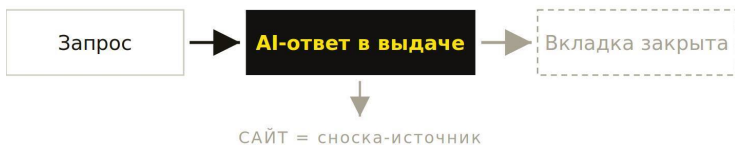
бесклик в диалоговом AI Mode

*Semrush, 2025 · Seer Interactive (25,1 млн показов) · Bain, 2025*

**БЫЛО**



**СТАЛО**



*Рис. 1.1 · Куда делся клик: сайт превратился из пункта назначения в источник для AI-ответа*

## **ИСКЛЮЧЕНИЕ — БРЕНД**

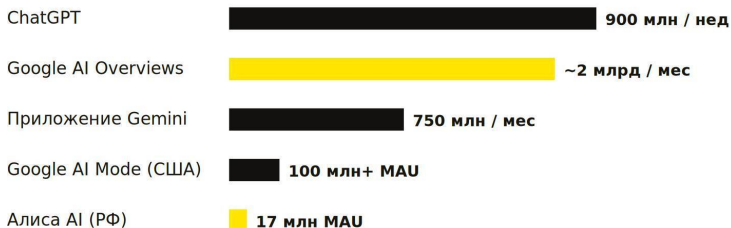
По брендовым запросам при AI-ответе CTR (кликабельность) не падает, а растёт на +18,7% (Amsive). Имя внутри ответа работает как штамп доверия. Это первый намёк на то, куда смещается вся игра: от позиции — к упоминанию.

## 1.2 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.



*Рис. 1.2 · Аудитория AI-поиска, начало–середина 2026. Источники: OpenAI · Alphabet · Mediascope / Яндекс*

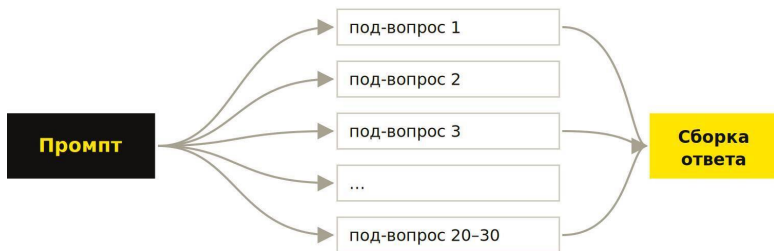
*Метрики несопоставимы напрямую: у ChatGPT — активные пользователи в неделю, у остальных — в месяц. Длина*

*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).

## 1.3 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.



*Рис. 1.3 · Query fan-out: до 20–30 под-запросов на один промт (iPullRank)*

На один промт 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. Бороться теперь надо не за позицию, а за попадание в сборку ответа.

## 1.4 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 НЕТ НА 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*

## 1.5 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** — не клик, а попадание в ответ и упоминание бренда.

**02 · KPI** — не только трафик, а доля голоса в AI-ответах (share of voice).

**03 · Контент** — не «под ключ и позицию», а «под извлечение» AI.

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 По-

## **РАЗДЕЛ 2 · ДАННЫЕ**

# Доказательная база

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

## 2.1 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

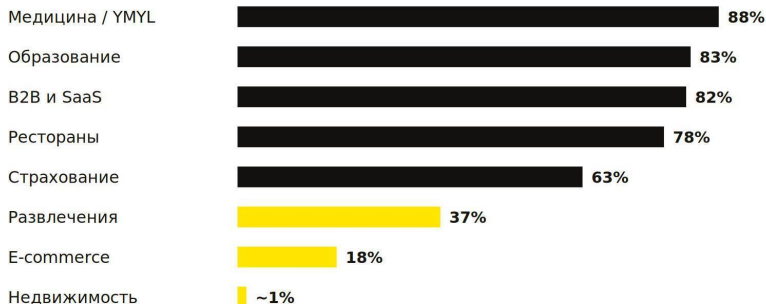
–30%

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 AIO-запросах (где показан AI Overview) за год даже снизился (45% → 38%) — люди привыкают и иногда кликают больше. Единой аудированной цифры по всему рынку нет, и кто её обещает — лукавит. Но направление тренда устойчиво.*

## 2.2 Где AI уже съедает выдачу

Доля запросов с AI-ответом по отраслям. Разрыв колоссальный.



*Рис. 2.1 · Доля запросов с AI-ответом по отраслям. Источник: BrightEdge · Semrush, дек 2025 – фев 2026*

За год покрытие AI-ответами выросло на +58% (BrightEdge, фев 2025 → фев 2026). Парадокс: лидер — медицина, то есть YMYL (темы «деньги и здоровье»), а коммерция и недвижимость пока защищены — Google держит их вне AI ради рекламных денег.

### ГЛАВНАЯ ЦИФРА РАЗДЕЛА

Лишь ~17% источников, попавших в AI-ответ, входят в

топ-10 органики по тому же запросу. Пять из шести цитат — со страниц, которых нет даже на первой странице поиска. Позиция и попадание в AI — разные игры.

## **2.3 Три ниши — три сценария**

**E-commerce — 18% покрытия.**

# 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.