

д Яндекс е в 2026

ек

Главные вопросы

Каждый второй контентный сайт сейчас висит на грани фильтра. Сама по себе ИИ-генерация тут ни при чём — палится конкретное: конвейер без редакции, без авторского взгляда, без проверяемой фактуры. Старые SEO-привычки 2018 года в 2026-м работают наоборот: чем больше пишешь по схеме, тем быстрее проседаешь.

НА ЧТО ОТВЕЧАЕТ ИССЛЕДОВАНИЕ

- 01 Чем именно Яндекс и Google отличают нормальный гибрид «ИИ + человек» от помойки.
- 02 Что изменилось у Алисы AI после апреля 2026 — и почему это важно, даже если ты не «делаешь SEO».
- 03 Сколько статей в месяц реально можно публиковать без риска фильтра.
- 04 Как должна выглядеть страница, чтобы её процитировали внутри AI-ответа.
- 05 Что общего у сайтов, которые сейчас растут на 30–80 материалов в месяц без потери качества.

Как собрано это исследование

Один и тот же бриф — четыре разные модели. Так картина становится объёмной, а ошибки одной модели не уезжают в финальный документ.

Я пропустил тему через четыре источника: GPT Pro Deep Research, GPT Pro Thinking, Gemini Pro и Claude. У каждой модели свой характер и свои искажения. Один прогон — риск получить уверенный, но кривой ответ. Четыре с разных углов дают шанс увидеть, где они сходятся (это можно брать), а где расходятся (разбираться отдельно). Дальше — критический синтез: отделил подтверждённое от выдуманного.

Четыре источника

01**ГЛУБОКИЙ РИСЁРЧ****GPT Pro · Deep Research**

Лучший по фактуре. Конкретные цифры, ссылки на апдейты Google и Яндекса, официальная модель ЭПОС. Держался в рамках проверяемых данных.

02**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РАЗБОР****GPT Pro Thinking**

Не SEO-конспект, а ответ на «что вообще делать». Дал стержневую формулу — Focused Expert Search Asset вместо «AI-сайта».

03**СТРУКТУРНЫЙ ОТЧЁТ****Gemini Pro**

Полезная таблица сравнения Яндекс vs Google. Местами галлюцинирует и пишет в помпезном AI-стиле, против которого сам же предостерегает.

04**ПРИКЛАДНОЙ ФРЕЙМВОРК****Claude**

Рабочий каркас: пайплайны, антипаттерны, реалистичная экономика производства. Конкретика по составу команды, темпам, контрольным точкам.

ПРИНЦИП СИНТЕЗА

В финальный документ попадает только то, что подтверждено минимум двумя независимыми источниками или проверяемо публично. Расхождения не замазываются — разбираются отдельно.

ЕСЛИ КОРОТКО — TL;DR В 200 ЗНАКАХ

В 2026 SEO работает на три цели одновременно: топ-10, цитирование в AI-ответах (Алиса AI, AI Overviews), рост брендового спроса. Гибрид AI + человек — единственный путь. Объём перестал быть активом и стал риском. 10–30 сильных страниц в месяц обгоняют 100 шаблонных.

Что *внутри*

01	Методология. Четыре источника	03
02	Что сломалось в поиске за 2024–2026	05
03	Тройная цель SEO в 2026	06
04	ЭПОС: чек-лист Яндекса в пяти буквах	07
05	E-E-A-T и почему у Google свой акцент	08
06	Где источники сошлись	09
07	Где источники расходятся	10
08	Что работает, что не работает	11
09	Шесть фильтров перед публикацией	12
10	Чек-лист запуска	13
11	Главное. Десять выводов	14
12	Частые вопросы	15
13	Где читать дальше	16

для кого это

Для тех, кто запускает или развивает контентные проекты, медиа, базы знаний и экспертные блоги — и использует ИИ в производстве. Не теория. Прикладные принципы, по которым можно собрать рабочую стратегию.

Что сломалось в поиске

Поиск перестал любить дешёвый объём. Самый короткий пересказ того, что случилось за 2024–2026.

Google

Большой Core Update марта 2024 + Helpful Content Update убрали из выдачи десятки тысяч сайтов с массовой AI-генерацией. Многие так и не вернулись. При этом Google публично не наказывает за ИИ как таковой — он наказывает за scaled content abuse и site reputation abuse. Грань тонкая: если контент производится конвейером без оригинальной ценности и опыта — это уже в риск-зоне, и неважно, кто его писал.

E-E-A-T поменял порядок. Раньше было три буквы — теперь четыре, и впереди Experience. Реальный опыт работы с темой. «Я делал это руками», скриншоты процесса, оригинальные данные. Без этого упор в потолок.

AI Overviews расширили на 200+ стран и 40 языков. К лету 2025-го — больше 2 миллиардов активных пользователей в месяц. Это уже не эксперимент, а часть поиска.

Яндекс

Поведенческие факторы как доминировали, так и доминируют. Дочитывания, возвраты в выдачу, глубина сессии. Накрутка ловится мгновенно — пометка «обнаружена накрутка ПФ» в Вебмастере означает 6–12 месяцев в карантине, а часто и дольше.

Главное событие — апрель 2026. Алиса AI зашла прямо в выдачу. Диалоговый режим внутри поиска, доля запросов с быстрым AI-ответом выросла в полтора раза. Цель смещается: теперь недостаточно попасть в топ-10. Надо попасть в источники, которые система цитирует в самом ответе.

≈ 59%

поисков Google заканчиваются без клика — SparkToro / Datos, 2024

−45%

low-quality контента в выдаче после Helpful Content Update

× 1,5

рост доли быстрых AI-ответов в Яндексе после апреля 2026

ЕСЛИ КОРОТКО

Безопасной единицей перестал быть отдельный текст. Безопасной единицей стала **польза на масштабе**. Сайт с тысячей шаблонных статей теперь слабее сайта с сотней живых.

Тройная цель *SEO* в 2026

Раньше цель была одна: топ-10 по ключевым запросам. Сейчас целей три. И работают параллельно. Перекосишься в одну — потеряешь долю на двух других.

Три цели *SEO* в 2026

01

Классическое ранжирование

топ-10 в Яндексе и Google

02

Цитируемость в AI-ответах

Алиса AI · AI Overviews

03

Рост брендового спроса

Telegram · YouTube · упоминания

Трибунский · SEO RESEARCH 2026

1. Классическое ранжирование

Топ-10 в Яндексе и Google. Это всё ещё основа — оттуда идёт большая часть трафика. Но классический CTR падает: пользователь чаще получает ответ прямо на странице выдачи и просто не кликает.

2. Цитируемость в AI-ответах

Алиса AI в Яндексе и AI Overviews в Google собирают ответ из нескольких источников и подсвечивают их в нём. Чтобы попасть в этот слой, страница должна быть удобной для цитирования: прямой ответ в первых 200 знаках, чёткие определения, структурированные списки, таблицы, FAQ, дата обновления, экспертная подпись.

3. Рост брендового спроса

Прямые бренд-запросы — самый сильный косвенный сигнал доверия для обеих систем. Подделать его сложно. Растёт через регулярные публикации в Telegram, YouTube, подкастах, через гостевые материалы, выступления, упоминания.

ЧТО ИЗ ЭТОГО СЛЕДУЕТ

SEO теперь строится одновременно под все три направления. Структура страницы — под классическое ранжирование. Формат подачи — под AI-цитирование. Внешняя активность — под бренд. Один проект, разложенный на три измерения.

ЭПОС.

Чек-лист Яндекса

Яндекс не публикует формулу ранжирования, но публикует модель оценки. Она называется ЭПОС. Удобно держать в голове перед публикацией любой страницы.

Э

Экспертность

П

Полезность

О

Оригинальность

С

Содержательность

+Р

Релевантность

Что значит каждая буква

Релевантность

Страница отвечает именно на тот запрос, под который сделана. Не на «всё про X», а на конкретный intent. Один кластер намерений — одна целевая страница.

Экспертность

Автор с верифицируемыми регалиями. Специалист с цифровым следом: профили на профильных платформах, публикации, упоминания. Для YMYL — без вариантов.

Полезность

Пользователь получает решение задачи, а не общий обзор. Прямой ответ в начале, шаги, примеры, инструменты, расчёты. Если после прочтения человек идёт обратно в выдачу — страница не полезна.

Оригинальность

Смысловая оригинальность: данные, кейсы, опыт, авторская позиция, локальный контекст, расчёт, сравнение. Рерайт топа оригинальностью не считается.

Содержательность

Глубина закрытия темы. Страница даёт ответ до конца, без пробелов, из-за которых пользователь возвращается в выдачу. Борьба с «pogo-sticking» — возвратом в SERP.

ПРОСТОЕ ПРАВИЛО

Перед публикацией прогнать страницу по пяти буквам. Хотя бы по одной не дотягивает — переделать или не выпускать. Этот фильтр чаще полезнее любого SEO-чек-листа.

E-E-A-T и *people-first*

Аналог ЭПОС в Google. Старая модель E-A-T (*Expertise, Authoritativeness, Trust*) теперь с дополнительной E впереди — *Experience*. И именно она сейчас определяющая.

Experience впереди всего

Google смотрит, есть ли у автора реальный опыт работы с темой. Признаки опыта в тексте: «я делал», «я тестировал», «я столкнулся», скриншоты процесса, фотографии, оригинальные данные, конкретные цифры из практики, разборы реальных ошибок. Без этих признаков статья упирается в потолок видимости. Это и есть главный фильтр против чисто AI-генерации: модель опыт иметь не может. Опыт привносит человек.

Authoritativeness

Авторитет домена в нише. Складывается из качественных ссылок, упоминаний, цитирований автора на чужих доменах, бренд-запросов. На старте — самое сложное, потому что не растёт быстро. Зато даёт самую устойчивую защиту от просадок.

Trust

Доверие на уровне сайта целиком. Страницы About и Editorial Policy, прозрачные контакты, реквизиты, авторские страницы с регалиями и соцсетями, дисклеймеры там, где нужны, фактчек и ссылки на первоисточники. Для YMYL — критично.

People-first

- Даёт оригинальную информацию или анализ
- Раскрывает тему полно
- Есть инсайты сверх очевидного
- Виден автор и источники
- Нет легко проверяемых ошибок

Search-engine-first

- Произведён массово, шаблонно
- Пересказывает уже существующие источники
- Создан под объём ключей, не под пользователя
- Нет автора или автор фейковый
- Темы расходятся с компетенцией сайта

ЕСЛИ ПО СУТИ

Google и Яндекс описывают одну логику разными словами. Прошёл ЭПОС — почти наверняка прошёл и E-E-A-T. Разница в акцентах: Яндекс жёстче на поведении, Google — на авторстве.

Где источники сошлись

Эти выводы повторяются во всех четырёх независимых прогонах. Когда модели с разной природой и разными базами знаний сходятся — это сигнал, что мы имеем дело с реальностью, а не с артефактом одной из них.

- **ИИ как таковой не наказывается.** Наказывается scaled content abuse, отсутствие добавленной ценности, шаблонность.
- **Гибрид ИИ + человек — единственный работающий путь.** Чистая AI-генерация без редактуры палится и не растёт. Чистая ручная работа не масштабируется.
- **Объём перестал быть активом и стал риском.** 100 слабых страниц вредят больше, чем помогают. Считается доля сильных в массиве.
- **YMYL без реальных экспертов не растёт.** Потолок видимости не пробивается никакими SEO-практиками.
- **Поведенческие факторы критичны для Яндекса.** Время на странице, дочитывания, возвраты, глубина сессии — главный сигнал ранжирования в Рунете.
- **Topic clusters работают, разрозненные статьи — нет.** Тематический авторитет считается на уровне домена.
- **Усиливать побеждает над «писать новое».** После первых 30–100 страниц фокус смещается с производства на оптимизацию того, что уже получило показы.
- **Бренд-запросы — сильнейший косвенный сигнал доверия.** Растут медленно, но устойчиво защищают от любых апдейтов.
- **Цитируемость в AI-ответах — отдельная цель.** Параллельная работа поверх классического SEO, со своей механикой.
- **Никаких бирж и прогонов на старте.** Покупные ссылки — путь под Минусинск и Penguin. Только PR-публикации, гостевые посты, естественные упоминания.

ЧТО С ЭТИМ ДЕЛАТЬ

Эти десять пунктов — то, на чём не стоит экспериментировать. Они согласованы независимо четырьмя источниками. Остальные тактики могут варьироваться по нише и команде, но эта база — не для дискуссий.

Где источники расходятся

В точках расхождения чаще всего и теряется больше всего бюджетов — разные источники дают разные советы, и непонятно, кому верить.

1. Поведенческие факторы у Google

Спор. Часть источников говорит «работают», часть — «официально не признаны».

На самом деле. Google действительно не признаёт ПФ прямым фактором ранжирования. Но они влияют косвенно — через сигналы для ML-системы и через NavBoost (известно из утечки Google API в 2024). Корректно так: для Google ПФ — индикатор качества для общей системы, не прямой фактор. Для Яндекса — прямой и доминирующий.

2. Региональные поддомены под Яндекс

Спор. Один источник советует сеть региональных поддоменов с AI-уникализацией. Другие — не делать псевдорегионализацию.

На самом деле. Регионы работают только при реальном присутствии: физическое предложение, цены, кейсы, контакты, локальный контекст. AI-уникализация «услуга + город» без реальной ценности палится. Слабая псевдорегионализация — красный флаг для Яндекса.

3. Объёмы публикаций

Спор. От «ИИ делает 70–85% работы» до «10–50 в месяц, не больше».

На самом деле. Для гибридов с реальным контролем качества: 10–30 материалов в месяц на старте, до 30–80 при зрелой редакции. Цифры выше — путь в фильтры. ИИ, делающий 70–85% работы, — это и есть тот самый scaled content abuse.

4. Широкий портал vs узкая глубина

На самом деле. В 2026 узкая глубина выигрывает почти всегда. Широкие порталы либо имеют огромный бюджет и редакцию (уровень РБК, Лайфхакера), либо это медленная смерть. Новый проект без серьёзного финансирования идёт в широкий охват — едет в AI-помойку.

Что работает, что *не работает*

Сводная карта практик. Слева — то, что подтверждено всеми источниками. Справа — антипаттерны, на которых сайты сгорают чаще всего.

SEO 2026 — СВОДНАЯ КАРТА ПРАКТИК

РАБОТАЕТ

- Глубокий контент, удовлетворяющий интент
- Органические ссылки через авторитет бренда
- Mobile-first оптимизация и Core Web Vitals
- Использование ИИ для планирования и анализа
- Удобный UX и структурированная внутренняя перелинковка
- Оптимизация под семантический поиск и natural language

НЕ РАБОТАЕТ

- ПОВЕРХНОСТНЫЕ СТАТЬИ И KEYWORD STUFFING
- ПОКУПНЫЕ ССЫЛОЧНЫЕ ПАКЕТЫ И PBN-СЕТИ
- ИГНОРИРОВАНИЕ ТЕХНИЧЕСКИХ ОШИБОК И МЕДЛЕННАЯ ЗАГРУЗКА
- ПОЛНОЕ ДОВЕРИЕ ИИ ПРИ СОЗДАНИИ КОНТЕНТА БЕЗ РЕДАКТУРЫ
- НАВЯЗЧИВАЯ РЕКЛАМА И ПЛОХАЯ НАВИГАЦИЯ ПО САЙТУ
- СТАВКА ТОЛЬКО НА ПРЯМЫЕ ВХОЖДЕНИЯ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ



ГЛАВНЫЙ АНТИПАТТЕРН

Если статью можно получить чистым AI-промптом без участия человека — её нельзя публиковать. Это не строгое правило для перфекционистов. Это фильтр выживания: такие материалы либо не растут, либо тянут вниз весь домен.

Шесть фильтров перед публикацией

Это не благие пожелания. Это отсеки. Каждая страница перед индексацией проходит шесть точек. Не прошла хотя бы одну — не выпускается.

ПРЕД-ПУБЛИКАЦИЯ

Шесть фильтров перед публикацией

01

Задача пользователя

Конкретный intent, не «всё про X»

02

Добавленная ценность

Таблица, методика, расчёт, кейс

03

Авторская позиция

Вывод: что брать, чего избегать

04

Доказательства

Источники, данные, имя эксперта

05

Связь с кластером

Входящие и исходящие ссылки

06

Следующий шаг

Что делает пользователь дальше

Расшифровка по точкам

01. Задача пользователя. Не «что такое CRM», а «как выбрать CRM для отдела продаж на 10 менеджеров». Размытый intent = страница не работает.

02. Добавленная ценность. Что есть на странице, чего нет в топ-10. Таблица. Методика. Расчёт. Кейс. Сравнение. Шаблон. Нет ничего — опубликовать нечего.

03. Авторская позиция. Что брать, чего избегать, в каких условиях инструмент не подходит. Пересказ топа в этой роли не работает.

04. Доказательства. Источники. Данные. Имя эксперта. Дата ревью. Для YMYL — ссылки на первоисточники обязательны.

05. Связь с кластером. Страница не висит сиротой. Входит в кластер, имеет входящие, даёт исходящие.

06. Следующий шаг. Что делает пользователь после прочтения. Скачивает шаблон, переходит к гайду, оставляет заявку. SEO-страница обязана иметь выход.

ГЛАВНОЕ ПРАВИЛО

Если после человеческой доработки в материале не осталось ничего, чего нельзя получить чистым AI-промптом — страницу не публикуем. Лучший фильтр от AI-помойки в одной строке.

Чек-лист запуска

Свёрнутый запуск AI-проекта одним списком. По нему за один проход видно, готов ли проект к старту, или ещё рано лить контент.

Ниша определена, YMYL-фактор учтён

Одна узкая ниша. Если YMYL — есть план по экспертам и редполитике, без них не стартуем.

Семантика собрана и кластеризована

Карта запросов на 3 месяца зафиксирована. 4-6 кластеров. Приоритет — низкочастотные информационные.

Команда собрана

Главред / эксперт + 1-3 редактора с AI-инструментами + SEO-специалист + внешние эксперты для интервью.

Пайплайн ИИ → человек описан

Кто делает research, кто черновик, кто факт-чек, кто экспертизу, кто финальную редактуру. Без размытых ролей.

Авторские страницы и редполитика готовы

Страница автора с регалиями. Страница «О редакции». Контакты. Реквизиты. Дисклеймеры — для YMYL.

Техническая база

Core Web Vitals в зелёной зоне. Mobile-first. Schema. Sitemap. Canonical. Турбо — для медиа.

Аналитика подключена

Яндекс.Вебмастер. Метрика с целями. Google Search Console. Цели на скролл, время, переходы, заявки.

Региональность определена

Регион в Вебмастере, если применимо. Никакой псевдорегионализации без реального присутствия.

Внешний канал запущен

Telegram, YouTube, подкаст или гостевые публикации. Без бренда долгосрочно не растёт ничего.

График актуализации зафиксирован

Месяц 3 — аудит. Месяц 6 — массовое обновление. Без графика старый контент гниёт.

KPI и точки диагностики

Контрольные точки на 3, 6, 9, 12 месяце. Не растёт — диагностика, а не «напишем ещё».

Главное. Десять *выводов*

Если из всего исследования вспомнить только эти десять пунктов — этого хватит, чтобы не делать худших ошибок при запуске AI-проекта в 2026.

- 01 **Стратегия — Focused Expert Search Asset.** Узкая дорогая тема. Глубокое покрытие. ИИ как ускоритель производства. Человек как источник смысла. Страницы делаются как продукты, а не как тексты под индекс.
- 02 **Тройная цель SEO в 2026.** Топ-10, цитирование в AI-ответах, рост брендового спроса. Все три параллельно. Перекусишься в одну — потеряешь долю на двух других.
- 03 **Объём теперь читается как риск.** 100 слабых страниц вредят больше, чем помогают. Реалистичный темп — 10–30 сильных в месяц. 70–85% работы на ИИ — путь в фильтры.
- 04 **ЭПОС — рабочий чек-лист Яндекса.** Релевантность, экспертность, полезность, оригинальность, содержательность. Каждая страница — через этот фильтр.
- 05 **Experience впереди в Google.** Сигналы первого лица: «я делал», скриншоты, оригинальные данные. Без этого упор в потолок.
- 06 **YMYL — только с реальными экспертами.** Иначе потолок видимости не пробивается. Никаких сгенерированных персон-авторов.
- 07 **Жёсткое правило публикации.** Можно получить текст чистым AI-промптом без человеческой ценности — не публикуем.
- 08 **Регионы — только при реальном присутствии.** Никакой AI-уникализации поддоменов «услуга + город» без реального предложения.
- 09 **Усиление побеждает написание нового.** После первых 30–100 страниц — фокус на работе с уже получившими показы материалами.
- 10 **Бренд-спрос нельзя подделать.** Telegram, выступления, гостевые публикации — обязательная часть SEO-стратегии, не отдельная активность.

Частые вопросы

Возражения, которые приходят в комментариях и личке чаще всего. Если читали по диагонали — здесь сжатые ответы на главное.

Чем именно Яндекс и Google отличают нормальный гибрид AI+человек от помойки?

По наличию опыта в тексте, оригинальных данных, авторской позиции, прохождения ЭПОС-фильтра и поведенческих сигналов. Чистая AI-генерация без редактуры палится. Чистая ручная работа не масштабируется. Работающий путь — гибрид с реальным контролем качества: ИИ на research и черновик, человек на смысл, опыт и факт-чек.

Что изменилось у Алисы AI после апреля 2026?

Алиса AI зашла прямо в выдачу. Диалоговый режим внутри поиска, доля запросов с быстрым AI-ответом выросла в полтора раза. Теперь недостаточно попасть в топ-10 — надо попасть в источники, которые система цитирует в самом ответе.

Сколько статей в месяц можно публиковать без риска фильтра?

Для гибридов с реальным контролем качества: 10–30 материалов в месяц на старте, до 30–80 при зрелой редакции. Цифры выше — путь в фильтры. ИИ, делающий 70–85% работы, — это и есть scaled content abuse.

Как должна выглядеть страница, чтобы её процитировали внутри AI-ответа?

Прямой ответ в первых 200 знаках. Чёткие определения. Структурированные списки и таблицы. FAQ. Дата обновления видна на странице. Экспертная подпись. Микроразметка Article, FAQ, HowTo, Person, Organization.

Что общего у сайтов, которые сейчас растут на 30–80 материалов в месяц без потери качества?

Зрелая редакция. Узкое тематическое ядро, 4–6 кластеров. Pillar-страницы с дочерними спутниками. Экспертные авторы с регалиями. Регулярная актуализация. Внешний канал для бренда. Метрика и Вебмастер используются как продуктовый радар, а не как формальность.

Что делать с уже опубликованным AI-контентом, который не растёт?

Аудит: что на странице такого, чего нет в топ-10. Если ничего — переписать через человека: добавить опыт, цифры, скриншоты, авторскую позицию. Если страница совсем шаблонная — закрыть от индексации через noindex или удалить. Слабые страницы тянут вниз весь домен.

Как проверить, попала ли страница в цитирование Алисы AI?

Вручную: запрос в Яндексе с интендом, который закрывает страница, проверка блока с AI-ответом. Системно: трекинг переходов из Алисы AI в Метрике (отдельный источник в отчёте «Источники, сводка»), сравнение с обычной органикой по той же странице.

ДАЛЬШЕ

Где читать автора

Это исследование — кусок большой работы по AI-инструментам, контент-стратегии и системному росту. Если зашло — есть ещё.

ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС

У вас сейчас контентный проект, который рос до 2024 и просел после Helpful Content Update или весенних апдейтов Яндекса 2026 — что в нём сломалось первым: объём, авторство, поведение? Напишите в Telegram [@tg_trib](#) — соберу обезличенные паттерны в отдельный материал.

TELEGRAM-КАНАЛ · ЕЖЕДНЕВНО

Трибуна Трибунского

Прикладные разборы по AI, контенту, продажам, стратегии. Без воды и инфоцыганщины. То, что реально работает в 2026, — и то, что не работает, как бы красиво это ни звучало.

→ t.me/iptribunskii

САЙТ · БОЛЬШИЕ ТЕКСТЫ И КЕЙСЫ

tribunsk.ru

Стратегия и развитие бизнеса в сложных B2B. Тексты, кейсы, материалы из работы с фаундерами, SMB и крупными компаниями в России, Германии и США. Архив того, что слишком объёмно для Telegram.

→ tribunsk.ru

© 2026 · Александр Трибунский

Документом можно делиться целиком, без вырезаний и без изменений.

Версия: 14 мая 2026