

2026

РАЗВИТИЕ НОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ в России и в мире

Содержание

Основные выводы. Вместо введения / 3

Социальные сети и мессенджеры / 6

Видеохостинги / 15

Онлайн-кинотеатры / 21

Игровые сервисы / 28

Продукты на основе технологий виртуальной
и дополненной реальности (B2C-сервисы) / 34

Продукты на основе поисково-рекомендательных технологий / 38

Продукты на основе технологий интеллектуальной
генерации и адаптации контента / 43

Продукты на основе технологий
распознавания сгенерированного контента / 50

Заключение / 55

Команда проекта / 57



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ВМЕСТО ВВЕДЕНИЯ



Социальные сети и мессенджеры

Соцсети перестали быть пространством общения «с друзьями» и окончательно стали развлекательными медиаплатформами. Профессиональный и алгоритмически продвигаемый контент вытесняет публикации друзей.

В прошедшем году регулирование соцсетей в мире строилось вокруг защиты детей и ужесточения требований к профессиональной компетентности авторов чувствительного контента (связанного с медициной, финансами и образованием).

В России 2025 год стал годом усиленного давления на иностранные платформы и каналы коммуникации. В результате часть пользователей зарубежных сервисов перешла на российские платформы.

Видеохостинги

Классические видеоплатформы развивают поддержку мобильных (вертикальных) форматов видео и внедряют функции «двойного стриминга» (горизонтальный и вертикальный) для адаптации к просмотру с мобильных устройств.

Ключевой особенностью развития российских видеосервисов в 2025 году стало продолжаю-

щееся импортозамещение зарубежных видеосервисов как платформ для размещения и потребления контента.

Общим трендом является увеличение влияния национальных регуляторов на регулирование контента. В том числе закрепляются новые требования к контенту, а также идет поиск подходов к определению возраста пользователей и ограничению доступа к использованию сервисов в зависимости от возраста.

Онлайн-кинотеатры

Мировые стриминговые сервисы после выхода на плато роста подписок в 2024 году концентрируются на монетизации имеющих подписчиков и оптимизации бизнес-стратегий. Вводятся опции более дешёвой подписки с рекламой. Для удержания аудитории онлайн-кинотеатры выходят в новые сегменты, предлагая прямые трансляции и конкурируя с платформами коротких видео.

В 2025 году российский рынок онлайн-кинотеатров вырос на 29% благодаря увеличению уровня цен на подписки и росту количества платных пользователей.

При этом абонентская база нарастает как за счет опытных пользователей подписок, так и тех, у кого в домохозяйстве подписки ранее не было. Частично это связано с распространением мультисервисных подписок.

Игровые сервисы

В 2025 году размер мирового рынка видеоигр наконец превысил пандемийные значения. Игровые студии активно внедряют технологии ИИ для ускорения и удешевления разработки. При этом российские разработчики отмечают высокую зависимость от иностранных ИИ-сервисов.

По всему миру страны предъявляют претензии к Roblox, связанные в первую очередь с безопасностью детей. В декабре 2025 года сервис был заблокирован в России из-за неоднократного распространения запрещённых материалов, а также из-за рисков вовлечения детей в противоправные действия, мошенничество и сексуализированную коммуникацию.

Аналогично сфере видеоконтента и онлайн-кинотеатров, в сфере видеоигр идет поиск подходов к ограничению доступа к видеоиграм и игровым сервисам в зависимости от возраста пользователя.

Продукты на основе технологий виртуальной и дополненной реальности

Рынок AR/VR делает ставку на умные очки как более жизнеспособный потребительский формат по сравнению с гарнитурами. Дополнительный импульс к росту востребованности умных очков в потребительском сегменте дает использование в них искусственного интеллекта.

В России AR/VR развивается не как массовый рынок устройств, а как набор прикладных сервисов для торговли, моды, туризма и маркетинга.

Продукты на основе поисково-рекомендательных технологий

Функциональность чат-ботов и классических поисковиков быстро сближается, нейропоисковики становятся все популярнее. Разработчики встраивают поисковые ИИ-модули в браузеры. В результате количество переходов на внешние сайты при поиске значительно сокращается.

Продукты на основе технологий интеллектуальной генерации и адаптации контента

В 2025 году генерация видео стала одним из самых быстрорастущих сегментов ИИ.

ИИ-видео в 2025 году приблизилось к уровню прикладного медиапроизводства. В 2025 году технологии ИИ уже применялись для создания финального видеоряда в профессиональном контенте, а по отдельным сценам ускорение производства достигает до 10 раз.

Российский BigTech продолжает развивать собственные B2C-решения в сфере генеративного ИИ, однако спрос со стороны крупных медийных компаний и геймдев-студий по-прежнему лишь частично закрывается отечественными профессиональными инструментами.

Продукты на основе технологий распознавания сгенерированного контента

В ЕС разрабатывают требования к маркировке ИИ-контента, основная задача – сделать так, чтобы маркировка была понятна людям и проверялась технически. На практике для технически проверяемой маркировки часто используют стандарт C2PA.

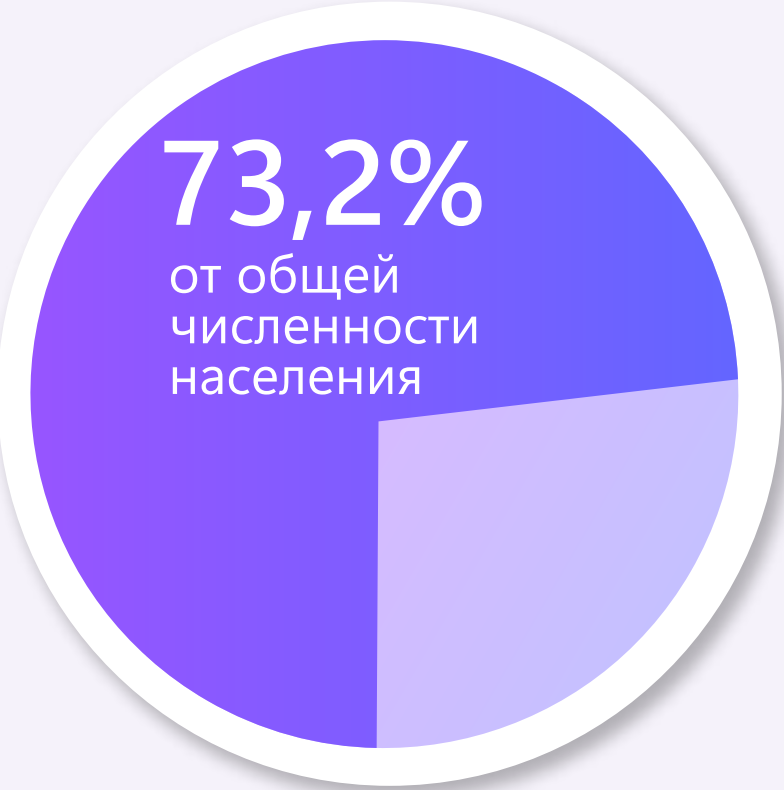
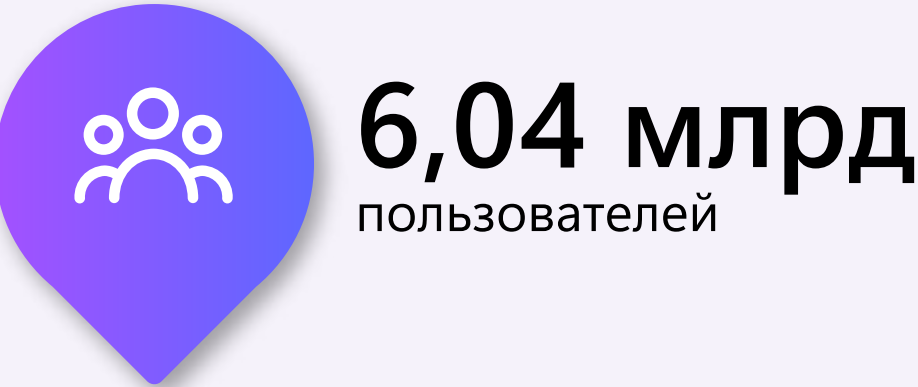
В России разрабатывается собственный стандарт скрытой маркировки. Крупные платформы по всему миру запускают инструменты выявления и маркировки ИИ-контента. Распространена практика выявления нанесенных водяных знаков и поиска несанкционированных deepfake-видео по схожести черт лиц. В России в 2025 году внедрило понижение веб-страницы в поисковой выдаче при выявлении следов генерации текста на ней.



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И МЕССЕНДЖЕРЫ

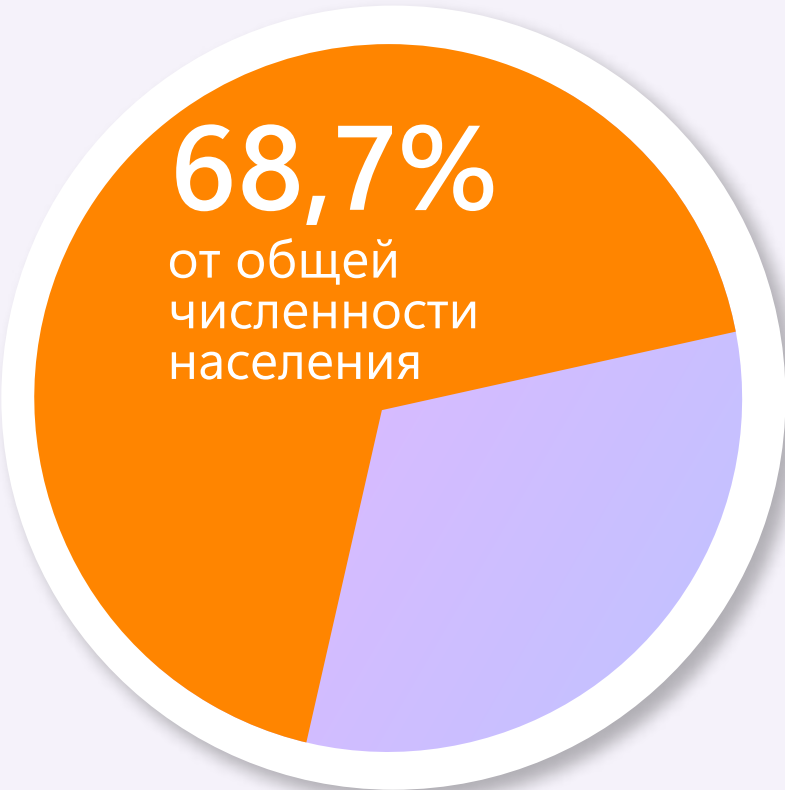
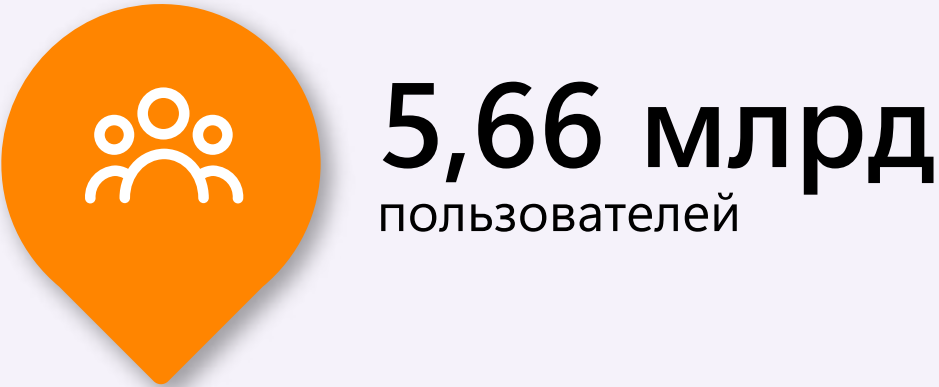


Использование
интернета в мире¹



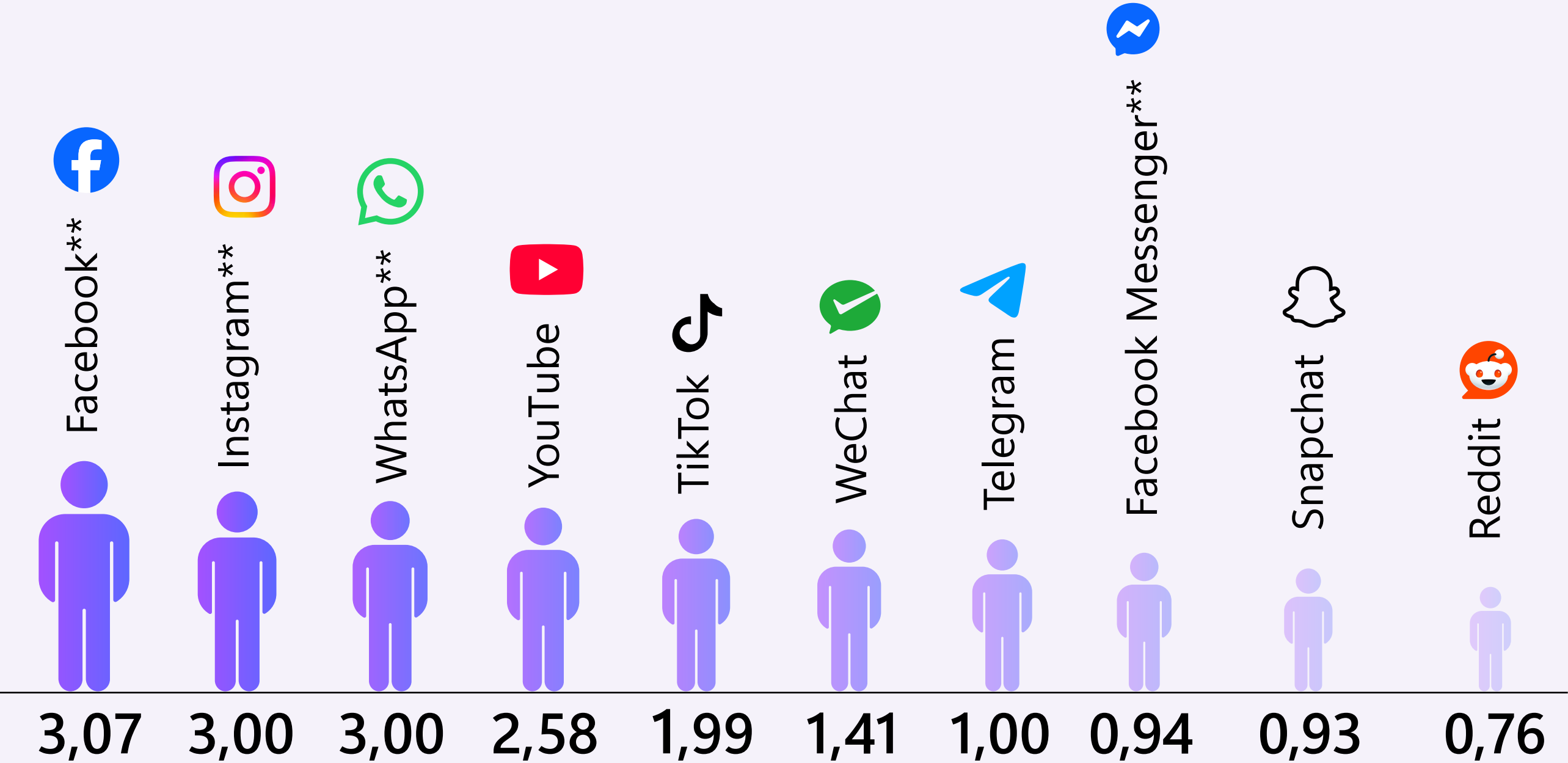
▲ +5,1% г/г
рост в основном за счет
пересмотра данных об
использовании Интернета
в Индии

Использование
социальных сетей
в мире¹

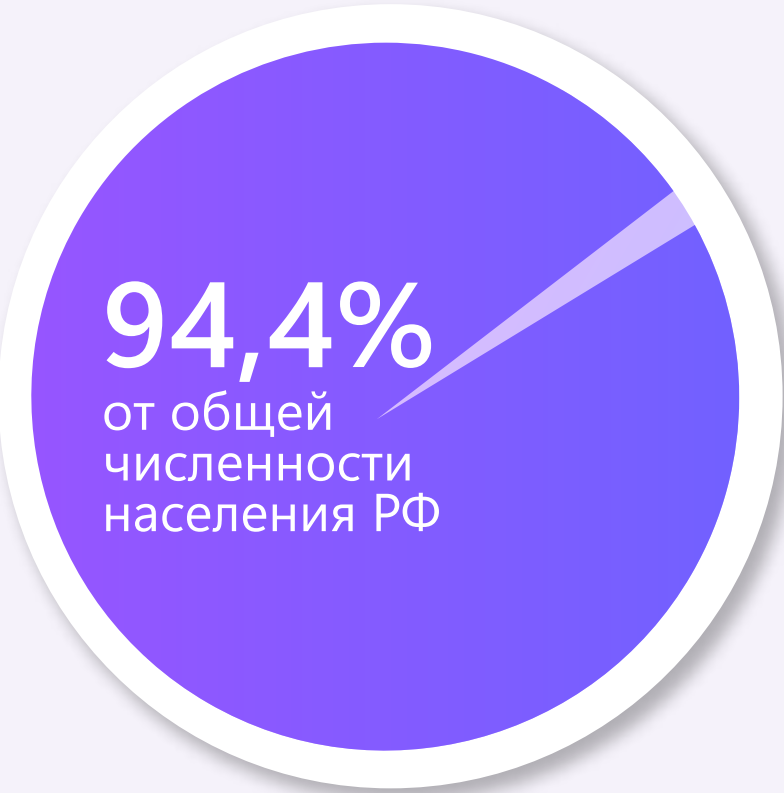
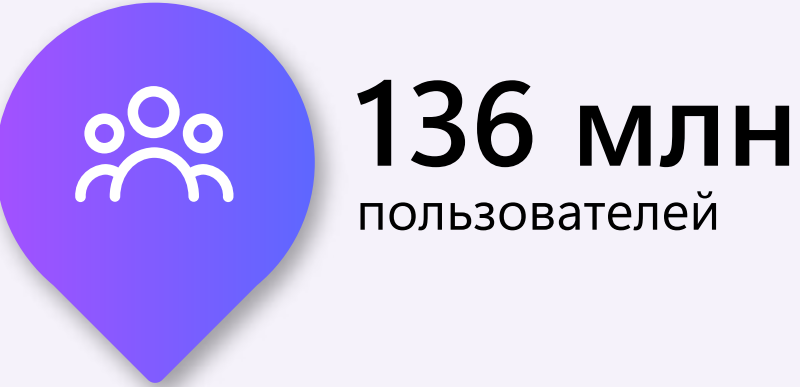


ТОП – 10

социальных сетей
и мессенджеров
по числу пользователей
(MAU) в мире¹
млрд пользователей

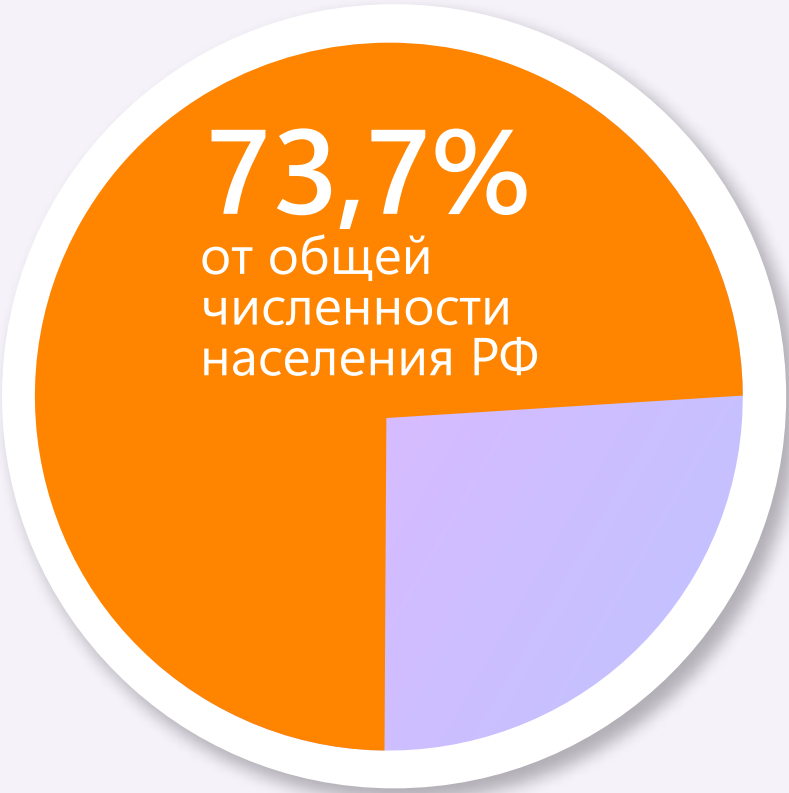
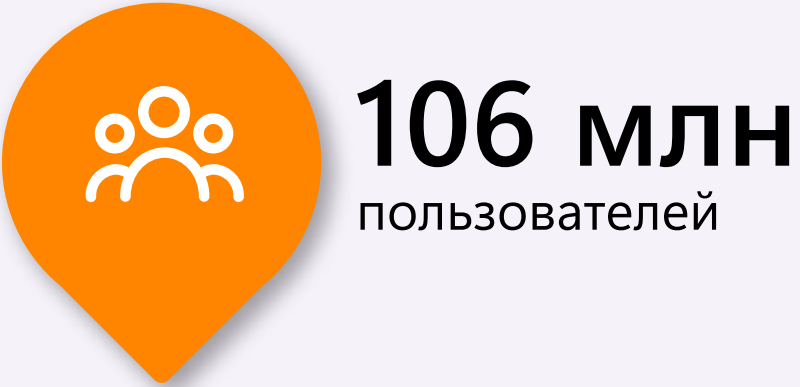


Использование интернета в России²



▲ **+2,2% г/г**

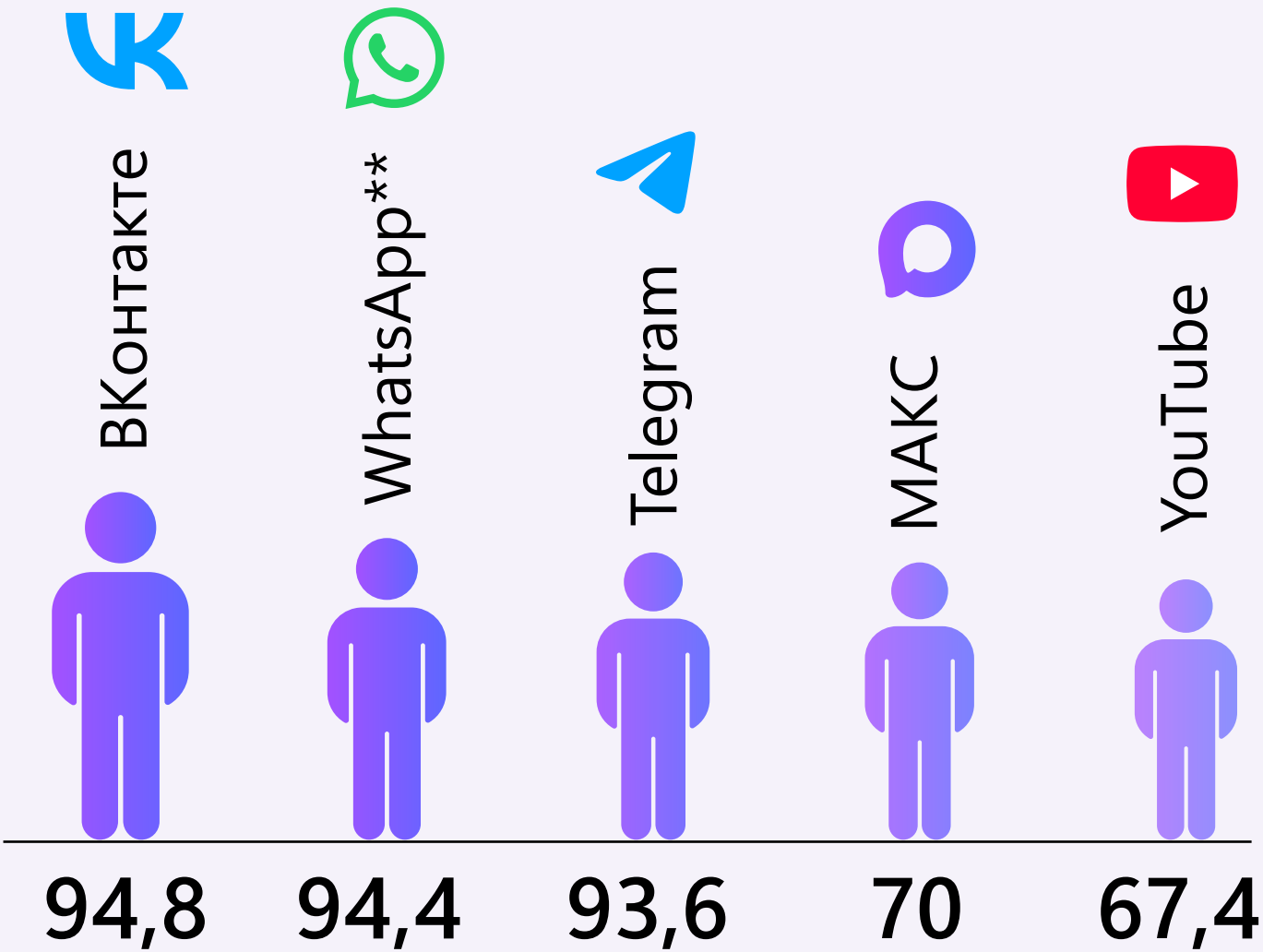
Использование социальных сетей в России²



ТОП – 5

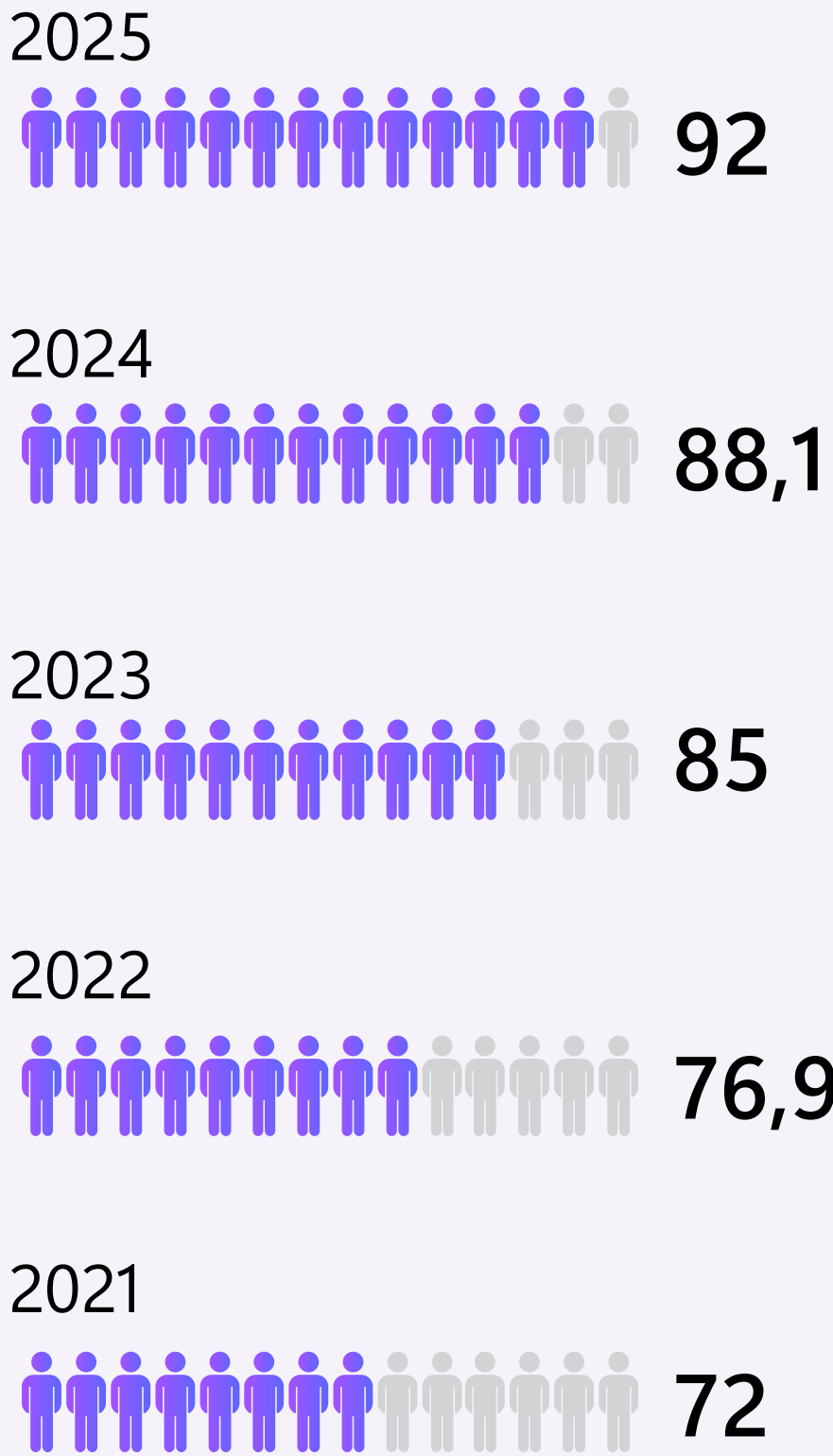
социальных сетей и мессенджеров по числу пользователей в России³

млн пользователей
декабрь 2025 г. Россия 12+, MAU



Число пользователей ВКонтакте (MAU) по годам

млн чел, Q3 (9м)



Источник данных:
отчетность компании

Ключевые тренды в мире

Социальные сети окончательно превратились в развлекательные медиа

В 2025 году до 93% времени пользователи тратят на просмотр профессионально созданного контента. Доля контента «от друзей» в традиционных социальных сетях резко сокращается; доминирующим контентом становится развлекательный. В частности, в 2025 году на просмотр контента «от друзей» пользователи платформы Instagram** тратят только 7% времени, Facebook** – 17%; при этом в 2023 году эти показатели составляли 11 и 22% соответственно⁴.

Общение в социальных сетях и мессенджерах перемещается из зоны публичного постинга в закрытые сообщества и группы

Основным коммуникационным компонентом и способом взаимодействия с персональным «социальным графом» в социальных сетях становятся личные сообщения (в частности, на платформе Facebook** в день отправляется в 63 раза больше сообщений, чем публичных постов). Реагируя на этот тренд, YouTube снова начал тестировать личные сообщения и чаты на платформе⁵ (предыдущий тест был свернут в 2019 году).

Потребительский спрос на приватность и личное общение уже привел к росту инве-

стиций в закрытые сети и приложения, которые фокусируются на персональном общении и офлайн-событиях.

В 2025 году сооснователь Twitter*** Эв Уильямс запустил новую «приватную» социальную сеть Mozi, ориентированную на организацию личных встреч и коллективных мероприятий/событий. Приложение позиционируется как «здоровая» альтернатива традиционным социальным сетям, которые превратились в медийные платформы и площадки для продаж – в ущерб социальным связям⁶.

Кроме того, в 2025 году привлекли инвестиции несколько приложений, работающих в смежных нишах: Pie⁷ (организация офлайн-событий для поиска друзей; работает в Сан-Франциско и Чикаго, 130 тыс. пользователей) получило 11,5 млн долл.; Clux (планирование встреч с друзьями и знакомство с новыми людьми; Нью-Йорк, Сан-Паулу, Майами) привлекло 14 млн; Meet5 (знакомство с людьми на публичных мероприятиях/ групповых событиях – йога, концерты и пр.; базируется в Германии, в 2025 году расширилось на США) получило 8 млн евро⁸.

Помимо указанных приложений, в последние 5–7 лет на «рынке одиночества» появилась целая плеяда аналогичных – и уже относительно известных – приложений/решений: 222, Clockout, Timeleft, функция «свайпа для поиска друзей» в дейтинг-приложении Bumble.

Развитие встроенных ИИ-сервисов социальными платформами

Реагируя на «профессионализацию» контента, соцсети развивают встроенные ИИ-сервисы, оптимизирующие работу креаторов (генерация и редактирование контента, в первую очередь – изображений и видео).

Социальные сети и платформы внедряют новые встроенные ИИ-сервисы для контента, ориентированные в первую очередь на креаторов. Сервисы и утилиты становятся более кастомизированными и нишевыми и позволят автоматизировать целый ряд технических задач.

Например, в 2025 году Meta* запустила на платформах Facebook** и Instagram** функцию автоматического перевода речи из видео для Reels⁹ (в октябре 2025 года поддерживались английский, испанский, хинди и португальский языки). При этом технология не только позволяет осуществлять перевод, но и использует образцы речи автора и синхронизирует движение губ и перевод для достижения максимальной естественности ИИ-дубляжа.

TikTok запустил встроенную функцию генерации видео на основе изображения – AI Alive¹⁰, доступную через Story Camera TikTok. Для обеспечения безопасности (и предотвращения создания вредоносных дипфейков) для AI Alive введена трехуровневая модерация – проверка изображения, промта и видео перед публикацией. Кроме того, все видео, сгенерированные с использованием AI Alive, автоматически помечаются как «ИИ-контент».

TikTok также внедрил функцию автоматиче-

ской генерации описаний для загружаемых изображений. Пользователи имеют возможность вставлять собственный текст или применять описания, сгенерированные ИИ прямо на платформе.

Наконец, YouTube обновил встроенный редактор коротких видео Shorts¹¹ и заключил партнерское соглашение с Adobe: креаторы получают доступ к бесплатному Adobe Premier (для iOS), который будет интегрирован с редактором, вплоть до прямой загрузки отредактированных видео в каналы.

Соцсети развивают профессиональные встроенные инструменты для продаж и маркетинга, реагируя на растущий спрос: в 2025 году от 20 до 50%+ пользователей совершают покупки прямо на контент-платформах¹².

Оптимизация продаж на социальных платформах

На фоне быстрого роста объемов шопинга прямо в социальных сетях (social e-commerce) крупные контент-платформы превращаются в полноценные торговые площадки, позволяя креаторам (брендам, экспертам) продавать цифровые товары, физическую продукцию и услуги напрямую потребителям. Кроме того, платформы активно развивают инструменты для спонсорских интеграций, которые позволяют создателям контента зарабатывать на рекламе в более гибких и эффективных форматах.

Одно из заметных событий 2025 года в части оптимизации продаж на контент-плат-

*Признана в России экстремистской организацией и запрещена
**Продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России

***Заблокирован на территории России

формах – расширение программы YouTube Shopping на новые рынки, такие как Бразилия, и подключение к программе Nike, Etsy и Best Buy. За первое полугодие 2025 года в программе зарегистрировалось более 500 тыс. креаторов, а в сентябре объем товарооборота через YouTube Shopping вырос в пять раз (год к году)¹³.

Кроме того, YouTube запустил QR-коды товаров для видео, которые пользователи смотрят в ТВ-приложениях: зрители могут сканировать коды и переходить непосредственно на страницы товаров¹⁴.

Активно работает с повышением конверсии и поиском товаров Instagram^{**}: в 2025 году платформа оптимизировала поисковые алгоритмы, связанные с товарами и услугами, таким образом, чтобы «коммерческий» контент (бренды, продукты) получал больший органический трафик и позволял пользователям находить нужные товары через режим Explore и тренды, как это происходит в TikTok, а не только через уже имеющиеся подписки на магазины, бренды и пр.

Кроме того, в 2025 году Instagram^{**} обновил функционал личных сообщений (direct messages) для профессиональных пользователей, продающих те или иные товары прямо через платформу: появились функция отправки сообщений по расписанию и автоматический перевод, нацеленные на персональные продажи и постпродажный сервис прямо на платформе¹⁵.

В части оптимизации рекламных интеграций и «натификации» рекламы в 2025 году самые заметные новшества появились у YouTube и TikTok.

YouTube анонсировал функцию «динамически заменяемых» спонсорских сегментов для длинных видео (после завершения сотрудничества с рекламодателем креаторы будут иметь возможность удалить интеграцию и предложить/продать имеющийся слот новому бренду), что позволит монетизировать старые видео с новыми партнерами¹⁶.

Кроме того, платформа запустила механизм «открытого отбора» (open call) в партнерской программе: рекламодатели получили возможность публиковать открытый бриф в хабе программы, а креаторы – подавать заявки на участие. С одной стороны, это расширяет пул креаторов для брендов (особенно для тех, кто нуждается в нишевых аудиториях или площадках для тестирования разных креативов), с другой – демократизирует доступ креаторов к сделкам¹⁷.

TikTok, в свою очередь, свернул свой «маркетплейс креаторов» (Creator Marketplace) и заменил его на новую ИИ-платформу TikTok One, которая фактически работает по модели «кампания под ключ»: позволяет подбирать креаторов, оптимизировать креативы и замерять эффективность прямо в экосистеме TikTok, без использования дополнительных внешних ресурсов и сервисов¹⁸.

Контент-платформы развивают новые форматы показа ИИ-контента

ИИ-генерация стала основным способом производства текстового контента в Сети: с конца 2024 года более 50% статей и иного текстового контента в интернете создается ИИ-моделями. Для изображений этот показатель еще выше – в 2025 году доля изображений с признаками ИИ-редактуры или ИИ-генерации составила 70%+. За год с момента запуска ChatGPT (2022) доля онлайн-статей, сгенерированных ИИ, выросла до 39%. По состоянию на январь 2025 года этот показатель достиг 55%¹⁹ (даже без учета статей формата «написано ИИ, отредактировано человеком»).

Иными словами, большая часть текстовой информации, размещаемой в интернете – и используемой после этого для обучения ИИ-моделей, – представляет собой продукт ИИ-генерации.

С учетом запуска новых моделей и приложений для ИИ-генерации видео, в ближайшие годы схожая ситуация будет наблюдаться и в части видеоконтента.

Резкое увеличение объемов контента, сгенерированного ИИ, привело к тому, что в 2025 году социальные сети начали тестировать разные форматы показа ИИ-контента пользователям.

В частности, корпорация Meta* запустила

ленту для показа сгенерированного контента (Vibes) внутри своего приложения Meta AI. Показатели у Vibes пока скромные: в первой половине ноября 2025 года количество активных пользователей Vibes не превышало 2 млн чел. в сутки, абсолютное большинство заходов совершалось через Индию (более 700 тыс. чел.) и Бразилию (114 тыс. чел.). В ЕС количество активных пользователей приближается к 23 тыс. чел. в сутки (для сравнения: приложение Threads, запущенное в июле 2023 года, по состоянию на осень 2025 года имело порядка 150 млн активных пользователей в сутки)²⁰.

Еще радикальнее к вопросу публикации сгенерированного контента подошла компания OpenAI: осенью 2025 года компания запустила приложение Sora (на базе модели Sora 2), которое работает как социальная платформа коротких (до 10 сек.) видео, где весь контент генерируется ИИ. За первые пять дней после запуска приложение скачали более 1 млн пользователей – больше, чем во время запуска ChatGPT²¹. Однако в марте 2026 года приложение было закрыто.

На фоне роста ИИ-контента отдельные платформы начинают предоставлять пользователям инструменты для ограничения количества сгенерированного контента («ИИ слоп») в их персонализированных лентах. Например, Pinterest внедрил новые настройки, позволяющие пользователям ограничивать объем ИИ-контента в отдельных категориях, и сделал метки GenAI content более заметными.

*Признана в России экстремистской организацией и запрещена
**Продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России

Социальные сети продолжают развивать рекомендательные алгоритмы для повышения вовлеченности и удержания пользователей

Основные тенденции в рекомендательных алгоритмах для социальных сетей в 2025 году – межплатформенная интеграция данных о пользователях и повышение качества рекомендаций за счет проактивного подключения пользователей к настройке алгоритмов.

Самые заметные сдвиги в части рекомендательных алгоритмов произошли у корпорации Meta*.

О межплатформенной интеграции данных о пользователях было объявлено в начале 2025 года: компания анонсировала функцию памяти для своего ИИ-ассистента Meta AI²², который начнет выдавать пользователям персонализированные рекомендации на основании их активности в Facebook** и Instagram**, а также истории взаимодействия пользователя с Meta AI. При этом пользователи из США не смогут отказаться от этой функции – в отличие от жителей ЕС с его гораздо более строгим законодательством, касающимся использования личных данных.

А осенью 2025 года Meta* анонсировала и начала тестировать новый инструмент, позволяющий пользователям самостоятельно настраивать рекомендательный алгоритм в Instagram** (пока для ленты Reels) через переключение тем,

которые пользователи хотят или, наоборот, не хотят видеть в своей ленте²³. Чуть позже похожий функционал был внедрен и в рекомендательные алгоритмы Facebook** – и тоже для коротких видео²⁴.

Государства активно внедряют национальные мессенджеры, в первую очередь для использования госслужащими

В 2025 году ряд стран ужесточил требования по использованию мессенджеров, прежде всего для госслужащих. В частности, перевод всех официальных коммуникаций в национальный мессенджер Aitu начался в Казахстане.

12 ноября 2025 года государственной службой связи Таджикистана запущен национальный мессенджер ORIZ. Инициативу позиционировали как шаг к «цифровой независимости» и снижению зависимости от иностранных платформ. Отдельно подчеркивалось, что данные пользователей будут храниться внутри страны, а зависимость от зарубежных сервисов несет риски для информационной безопасности. Заявлялась и прикладная цель для граждан за рубежом. ORIZ ориентировали в том числе на трудовых мигрантов из Таджикистана, работающих в России, где доступ к Telegram и WhatsApp** может быть ограничен.

Во Франции госслужащим запрещено использовать WhatsApp** и Telegram для профессионального общения. С 1 сентября 2025

года обязательным мессенджером для официальной коммуникации госслужащих во Франции стал Tchar — защищённый мессенджер для служебной переписки французского госаппарата (запущен в 2019 году)²⁵. Доступ к платформе для открытой общественности ограничен, сервис используется только чиновниками. Примечательно, что в конце 2023 года правительство Франции предпринимало попытки перевести чиновников на другой французский мессенджер – Olvid, который создан в целях поддержания цифрового суверенитета и государственно-корпоративного использования. В отличие от Tchar, это не мессенджер для государственного сектора как таковой, а частный французский продукт, который государство тоже использует для защищённых коммуникаций.

Некоторые страны вложились в «официальные» мессенджеры ещё раньше: Германия начала внедрять закрытый государственный мессенджер BundesMessenger ещё в 2020 году (с Министерства обороны) – и по состоянию на 2025 год им пользуются порядка 100 тыс. госслужащих²⁶.

Индия анонсировала разработку национального государственного мессенджера Sandes (служебно-государственный мессенджер с доступом и для гражданских пользователей) в 2019 году, в 2024 году начались пилотные внедрения в отдельных штатах).

Таким образом, мировой тренд – создание под эгидой государства мессенджеров, предназначенных для коммуникации чиновников.



*Признана в России экстремистской организацией и запрещена
**Продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России

RU Ключевые тренды в России

Самый заметный качественный сдвиг, связанный с российскими социальными сетями, произошел в области контента

В 2025 году доминирующим форматом потребления контента в России, как и во всем мире, стали короткие вертикальные видео, только за лето 2025 года количество просмотров коротких видео на российских платформах (в том числе в VK) увеличилось более чем в девять раз. Например, в конце июля 2025 года рост составил 810% по сравнению с маем²⁷. Такой стремительный рост связан с развитием российскими видеоплатформами привычных и востребованных клиентами сервисов и форматов.

В частности, во втором квартале 2025 года среднее количество просмотров VK Клипов составило 2,93 млрд (рост на 70% год к году). Время, которое тратят пользователи на просмотр клипов, выросло в 2,2 раза, количество загруженных коротких видео выросло в 6 раз, а количество авторов – на 118%.

Рост стал возможен в том числе благодаря чисто техническим возможностям: VK уже несколько лет развивает формат «историй» и коротких вертикальных видео. К моменту резкого роста спроса в России был создан инструментарий для размещения и продвижения соответствующего контента.

Сервисы для креаторов и профессиональных пользователей на основе ИИ продолжают развиваться. Например, в 2025 году VK представила функционал «Тренды» для ленты коротких видео – сервис, позволяющий авторам автоматически получать подсказки/рекомендации популярных хэштегов, музыки и пр.²⁸

Кроме того, в ноябре 2025 года VK представила обновленную версию собственной ИИ-модели Diona (LLM) – Diona 2.0, которая ориентирована на выполнение генеративных функций во внутренних сервисах и продуктах экосистемы VK (в том числе в сервисах, ориентированных на профессиональных пользователей/креаторов: написание карточек товаров, автоматическая генерация объявлений в рекламном кабинете). Помимо улучшенного «текстового» функционала, были анонсированы планы по дообучению модели до мультимодальной (анализ видео, аудио)²⁹.

Реагируя на общемировой тренд роста популярности social e-commerce российские компании развивают собственные решения:

Wibes — социальная сеть от Wildberries, которая сочетает функции соцсети и маркетплейса. Запущена в марте 2025 года. Создатели называют Wibes «контентплейсом» — новым форматом цифровой витрины. Пользователю предлагается листать бесконечную ленту с короткими видео и статьями, в которых рас-

сказывается о потенциально интересных ему товарах. Wibes формирует ленту на основе интересов пользователя и ранее совершённых им покупок. Максимальная длина ролика — 90 секунд. Во время просмотра видео или чтения статей Wibes можно добавлять товары в корзину, которая синхронизируется с приложением и сайтом Wildberries.

По информации Wildberries, в первой половине 2025 года в приложении было зарегистрировано 30 тыс. создателей контента (продавцов), размещено более 1 млн видеороликов, а общее количество просмотров превысило 40 млн.

Яндекс Ритм – новая платформа Яндекса для продвижения товаров и услуг, объединяющая возможности соцсети и онлайн-магазина в одном пространстве. Покупатели получают ленту с персональной подборкой, бренды — бесплатный способ привлечь аудиторию, а блогеры — возможность заработать на рекомендациях. В 2025 году завершена стадия тестирования и теперь сервис доступен всем желающим.

Запущен и развивается национальный мессенджер МАКС: MAU порядка 70 млн на конец 2025 года

В 2025 году в России появился собственный национальный мессенджер МАКС, который активно продвигают как альтернативу западным платформам. Мессенджер был официально представлен летом 2025 года и должен объединить обмен сообщениями,

государственные услуги, платежи, функции электронной подписи и идентификации. К концу декабря 2025 года ежемесячный охват мессенджера МАКС составлял около 70 млн уникальных пользователей³⁰ (декабрь 2025, Россия 12+).

Факторами роста аудитории послужили в том числе перевод образовательного сервиса «Сферум» в МАКС³¹, блокировка учётных записей «Госуслуг» на 72 часа с возможностью восстановления только через МАКС или личное посещение МФЦ³², привлечение студентов³³ и сотрудников вузов³⁴ в МАКС через различные инициативы.

В то же время активного интереса к площадке со стороны рекламодателей не наблюдается: полноценных сервисов для размещения рекламы (таргетинг, мультимодальные форматы, аналитика, цены) в мессенджере МАКС пока нет. По самым оптимистичным оценкам, объёмы рекламных размещений в 2025 году составят порядка 500 млн руб³⁵.

Средне- и долгосрочные перспективы дальнейшего развития национального мессенджера будут зависеть от многих факторов – от наличия оригинального контента, способного привлечь пользователей, до сохранности персональных данных.

Тенденции в нормативном регулировании в мире

Ограничение доступа несовершеннолетних к социальным сетям

Одним из самых показательных кейсов системного ограничения доступа несовершеннолетних к социальным сетям является законодательное регулирование в Австралии: поправки к Online Safety Act 2021, принятые в конце 2024 года, ввели рамку «минимального возраста» и закрепили принцип, что ответственность за допуск детей к аккаунтам лежит не на семьях, а на платформах³⁶. Регулятор публиковал параметры сервисов, попадающих под ограничения: это крупные соцсети и сервисы с лентами и подписками, включая Facebook**, Instagram**, TikTok, Snapchat, X, YouTube, Reddit, Twitch, Threads**. По данным, которые в январе 2026 года приводили крупные СМИ со ссылкой на власти и регулятора, после вступления требований в силу платформы деактивировали, удалили или ограничили около 4,7 млн аккаунтов, связанных с пользователями младше 16 лет³⁷. При этом подростки начали массово обходить ограничения, обманывая методы верификации. Согласно соцопросам, лишь четверть подростков заявили о готовности соблюдать запрет³⁸. Некоторым подросткам получить доступ к сервисам помогают родители³⁹.

В 2025 году ужесточение или ограничение доступа несовершеннолетних к социальным сетям прорабатывалось регуляторами целого ряда стран: Великобритания, Дания, Франция, Греция, Италия, Испания, Польша, Индонезия, Малайзия⁴⁰.

Ужесточение требований к профессиональной компетенции блогеров

С 25 октября 2025 года в Китае вступили в силу правила (приняты Управлением по контролю в киберпространстве (CAC)), обязывающие блогеров подтверждать свою квалификацию при обсуждении определённых тем. Блогеры, создающие контент на темы медицины, права, финансов и образования, должны предоставить диплом о высшем образовании, лицензию или сертификат, подтверждающий их компетентность в выбранной области.

Платформы обязаны проверять учётные данные авторов и следить за тем, чтобы их контент включал достоверные цитаты, дисклеймеры и ссылки на источники.

Кроме того, в рамках этой инициативы запрещена реклама медицинских товаров, пищевых добавок и продуктов для здорового питания под видом «образовательного» контента.

Цель инициативы — борьба с дезинформацией и защита пользователей от вредоносных советов.

RU Тенденции в нормативном регулировании в России

Запрет рекламы на информационных ресурсах, доступ к которым ограничен в РФ

В 2025 году в России закрепили прямой запрет на размещение рекламы на ряде интернет-ресурсов. Норма введена Федеральным законом от 07.04.2025 № 72-ФЗ, который вступил в силу с 1 сентября 2025 года. Запрещается распространять рекламу на информационных ресурсах иностранной или международной организации, деятельность которой признана нежелательной на территории Российской Федерации, а также на ресурсах организаций, в отношении которых судом принято вступившее в законную силу решение о ликвидации или запрете деятельности по основаниям законодательства о противодействии экстремизму и терроризму. Также запрет распространяется на другие информационные ресурсы, доступ к которым ограничен в соответствии с законодательством об информации.

В первую очередь под риск попадают и обычные интеграции у авторов, продвижение через сообщества и размещения через посредников, если в итоге реклама оказывается на запрещённом ресурсе, в частности, Instagram**⁴¹. В результате резко сократилось легальное рекламное присутствие бизнеса

на данной площадке: по данным Роскомнадзора из Единого реестра интернет-рекламы, за сентябрь–октябрь 2025 года объём маркированной рекламы в Instagram** составил 15,7 млн руб., что в 64 раза меньше, чем за тот же период 2024 года (около 1 млрд руб.)⁴².

При этом для снижения рисков рекламодателей и переориентирования на другие рекламные каналы весной 2026 года Федеральная антимонопольная служба ввела переходный период до конца года, в течение которого меры ответственности за распространение рекламы в YouTube и Telegram применяться не будут.

Расширение ограничений использования иностранных мессенджеров для коммуникации с клиентами

С 1 июня 2025 года на территории России начал действовать федеральный закон № 41-ФЗ⁴³, который запрещает более широкому кругу компаний использовать иностранные мессенджеры для персонального информирования клиентов.

Если ранее ограничения для коммуникации с клиентами действовали для организаций государственного сектора и различных финансовых организаций, то после вступления в силу данного закона запрет распространился на операторов связи, владельцев маркетплейсов, агрегаторов объявлений, владельцев соцсетей с российской аудиторией. В перечень приложений, которые

попадают под ограничения, входят Telegram, WhatsApp**, Viber, Discord, Snapchat, Microsoft Teams, Threema, WeChat⁴⁴.

Закон призван обезопасить российских граждан от мошенников, но потребует от компаний вложений в выстраивание новых каналов информирования, а также обучения сотрудников, так как организация не вправе отвечать через иностранный мессенджер, даже если потребитель первым написал через этот канал.

Ограничения на голосовые звонки через мессенджеры

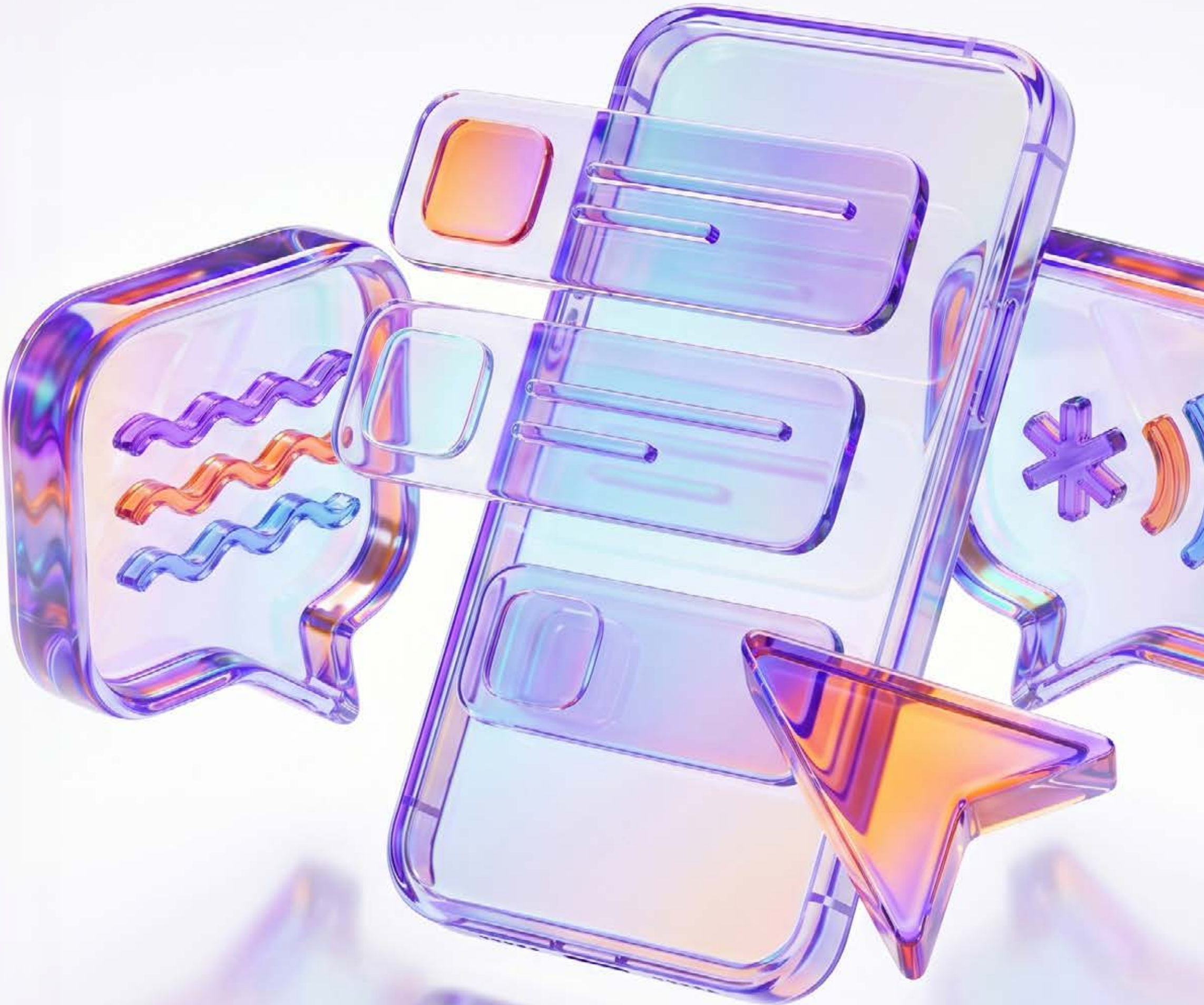
В августе 2025 года надзорный орган сообщил о мерах по частичному ограничению голосовых звонков в Telegram и WhatsApp**. Указывалось, что эти функции стали одним из ключевых каналов, который используют преступники, в том числе для обмана, вымогательства, а также для вовлечения граждан в диверсионную и террористическую деятельность. При этом заявлялось, что речь идёт именно о звонках, а не о полном ограничении работы приложений⁴⁵.

Решение ударило по привычным сценариям взаимодействия клиентов с бизнесом: консультации, продажи, запись на услуги, первичный контакт, поддержка, верификация личности по звонку. Всё это пришлось перестраивать на альтернативные каналы,

которые менее зависимы от работы интернет-звонков. Одновременно выросла нагрузка на обычную телефонную связь, потому что часть коммуникаций вернулась в традиционные звонки через операторов. В среднем по стране он увеличился примерно на 9%, а в Москве более чем на 47% по сравнению с периодом до ограничений⁴⁶.

Налог на рекламу в Интернете

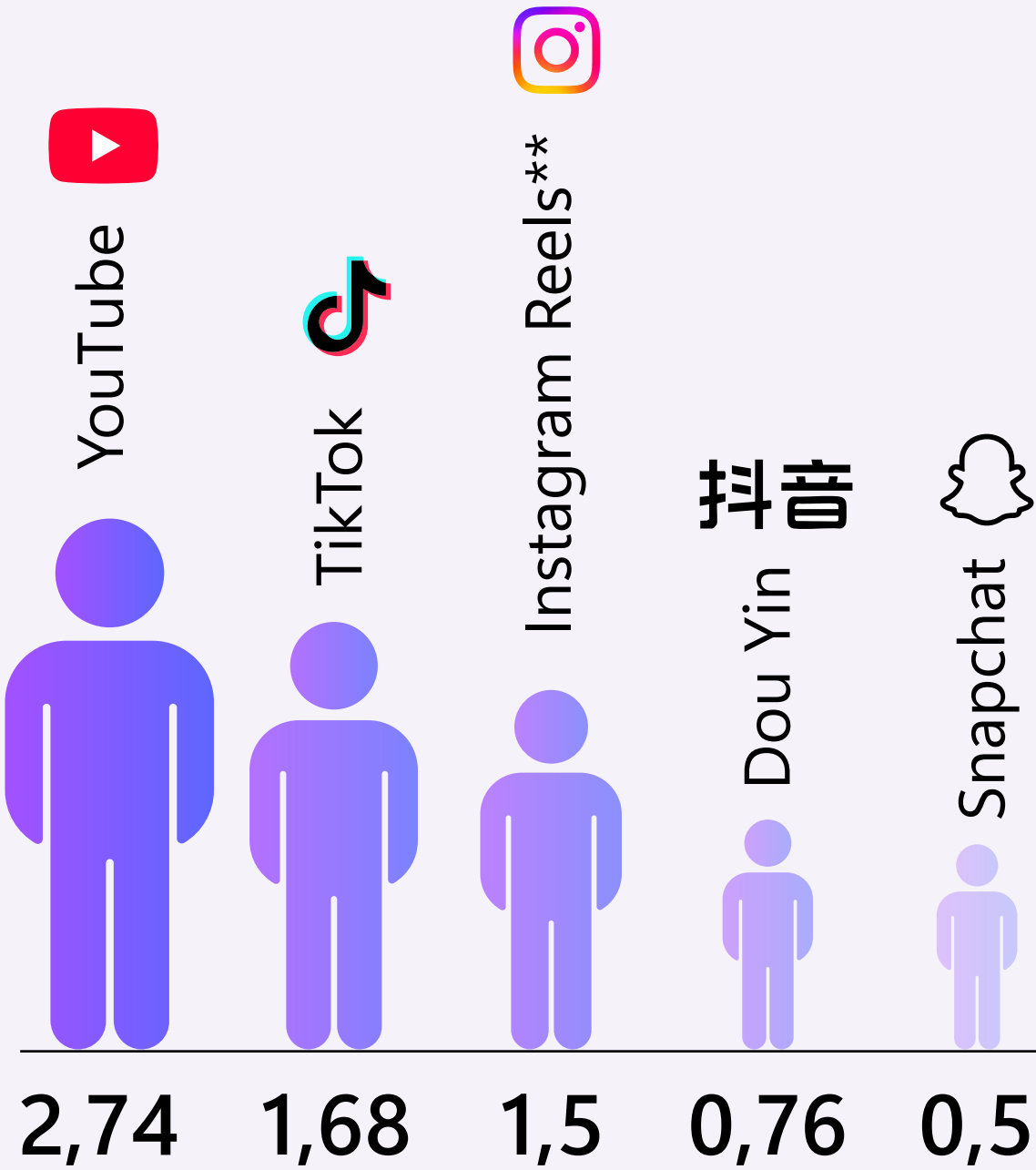
С 1 апреля 2025 года в закон «О рекламе» добавлена статья 18.2 об обязательных отчислениях за распространение рекламы в сети Интернет. Статья введена Федеральным законом от 26.12.2024 № 479-ФЗ и закрепляет общий принцип: рекламодатели или операторы рекламных систем перечисляют обязательные отчисления, размер которых составляет 3% от дохода за распространение интернет-рекламы. Для социальных сетей и рекламного рынка это одно из самых чувствительных изменений 2025 года, потому что оно влияет на экономику рекламных размещений. Если раньше стоимость размещения чаще обсуждалась как цена рекламного контакта, то теперь появляется дополнительный обязательный платёж, который участники рынка закладывают в расчёты и в договоры. Это особенно заметно в сегментах с большим объёмом размещений и длинной цепочкой посредников, включая рекламу у авторов, рекламу в сообществах и размещение через агентства⁴⁷.



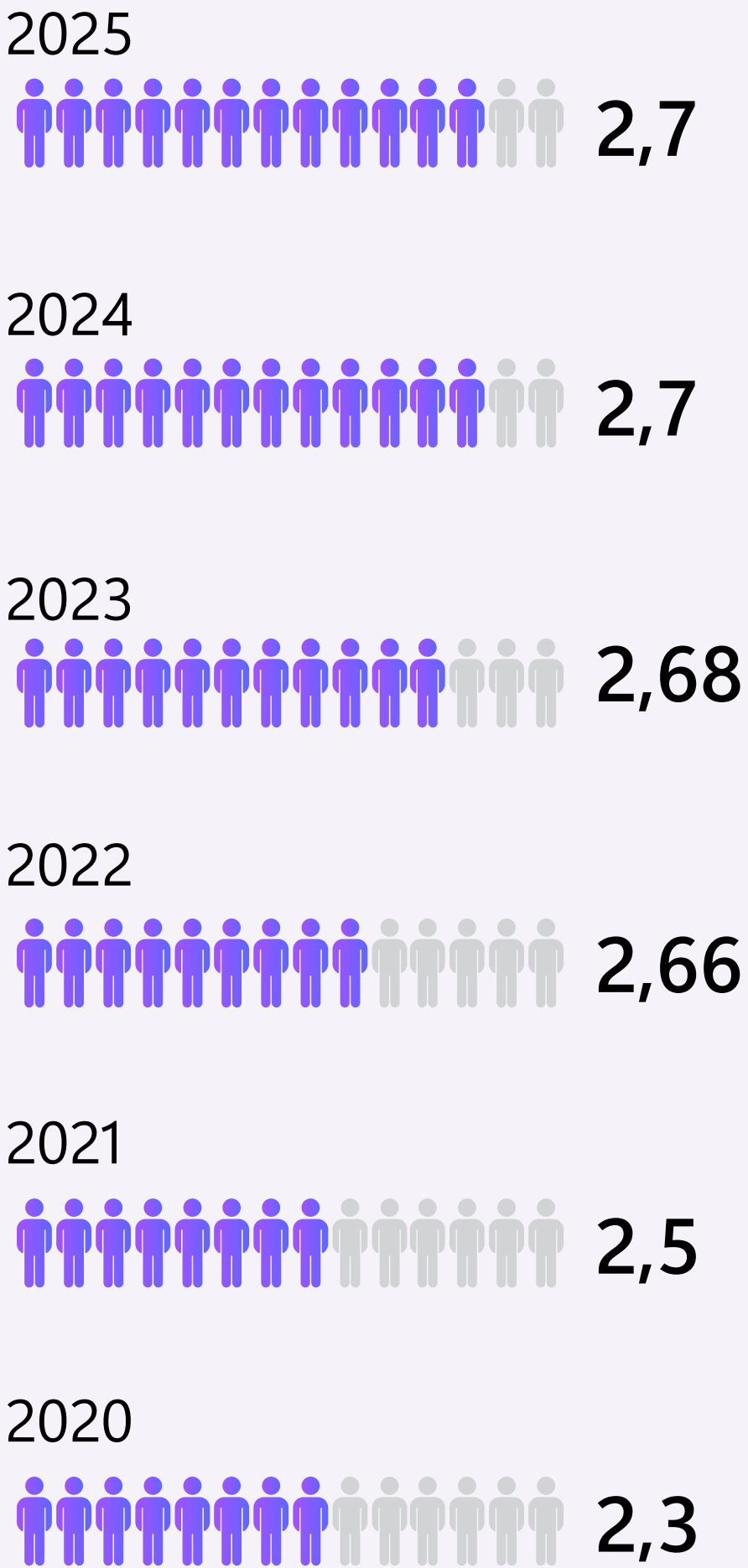
ВИДЕОХОСТИНГИ



Аудитория
основных
рыночных игроков
в мире⁴⁸ (MAU)
млрд пользователей



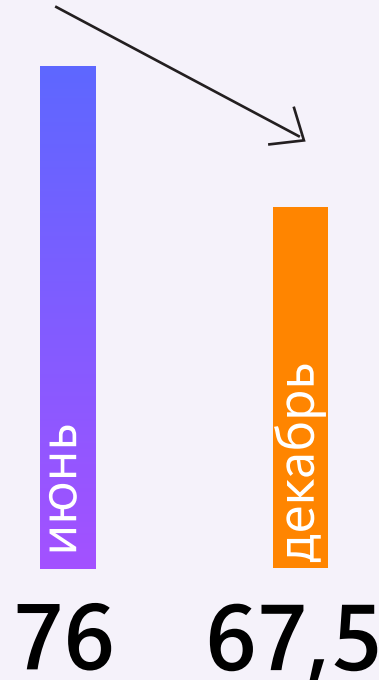
Число пользователей
YouTube в мире⁴⁹
млрд чел.



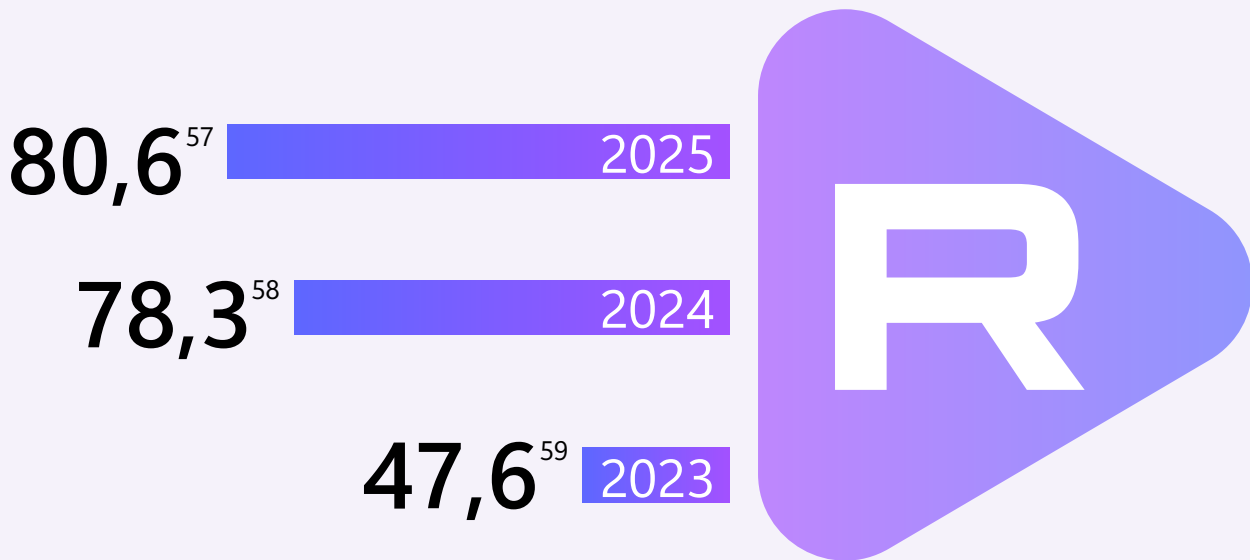
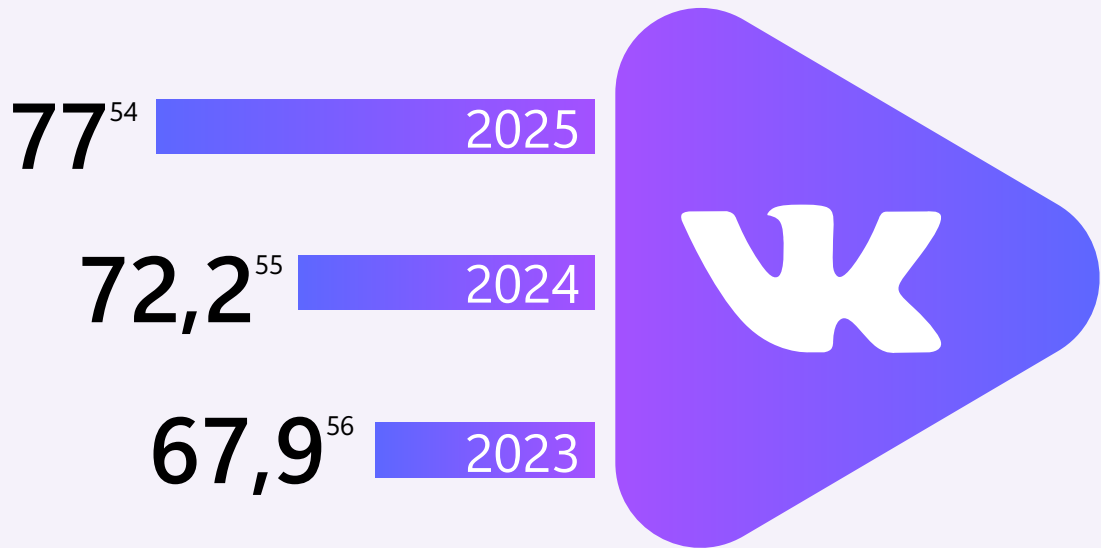
Показатели
Youtube в мире⁵⁰



MAU
Youtube
в России⁵³
млн пользователей,
июнь и декабрь
2025 г., Россия 12+



Аудитория основных
рыночных игроков
в России (MAU)
млн пользователей



**Продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России

Ключевые тренды в мире

Крупные платформы развивают встроенные генИИ-решения для генерации и обработки контента

В 2025 году целый пакет сервисов и инструментов (автоматическое создание клипов из подкастов, генерация видео для аудиоподкастов и пр.), ориентированных на профессиональных создателей видео (пока для Shorts), запустил YouTube – на базе ИИ-модели Veo 3 Fast (Google DeepMind)⁶⁰. Модель работает по принципу «текст-в-видео» и выдает видеоролики в разрешении 480p. В ближайшее время функционал будет расширен за счет стилизации видео, возможности добавления новых объектов в соответствии с запросом. В Shorts и приложении YouTube Create было запущено тестирование режима «редактирование с ИИ» (Edit with AI), способного автоматически собирать черновое видео из камеры или галереи, добавлять музыку, переходы⁶¹.

Кроме того, YouTube объявил о расширении функции многоязычного автоматического дублирования на всех креаторов, участвующих в партнерской программе. По итогам пилотного периода порядка 25% времени просмотра контента приходилось на видео на «неосновных» для пользователей языках⁶².

Несмотря на тенденцию вывода ИИ-контента из основных лент крупнейших соцсетей,

в 2025 году OpenAI предприняли попытку запустить приложение Sora, по функционалу напоминающего платформу для коротких видео (класса TikTok). Все видео в приложении генерировались пользователями прямо внутри платформы, на базе генИИ-модели Sora 2⁶³. Однако в марте 2026 года компания OpenAI объявила о закрытии нейросети для генерации видео Sora.

Платформы работают над улучшением монетизации, в т.ч. за счет выявления наиболее удачных мест в видео для вставки рекламы с помощью ИИ

Платформы внедряют новые технические решения для рекламы и меняют форматы выплат креаторам.

В мае 2025 года YouTube объявил о тестировании нового рекламного ИИ-инструмента (Peak Points), который должен показывать пользователям рекламу после пиковых моментов каждого видео, когда, как предполагается, пользователи наиболее вовлечены в просмотр. Инструмент базируется на модели Gemini и должен автоматически анализировать видео на предмет пиковых моментов. По состоянию на ноябрь 2025 года публичной информации по итогам тестирования инструмента нет, однако отдельные новости о Peak Points выходили с заголовками класса «реклама в YouTube станет ещё более раздражающей и навязчивой»⁶⁴.

Помимо Peak Points, в 2025 году YouTube те-

стировал новый формат размещения mid-roll рекламы: вместо случайных показов в самые неподходящие моменты рекламу начали демонстрировать пользователям во время «естественных пауз» в видео. По первым оценкам, эти изменения привели к увеличению доходов креаторов примерно на 5%⁶⁵.

Параллельно с запуском новых решений для рекламы видеоплатформы пересматривают модели выплат создателям контента, переходя от «фондов для выплат» (creator funds) к доле от прибыли (revenue sharing) от размещения/показа рекламы, в первую очередь для коротких видео, и работают над улучшением конверсии.

Самые заметные изменения в этой части произошли у TikTok: в 2025 году платформа официально запустила новую программу выплат Creator Rewards (бета-тестирование начато в ноябре 2024 года), которая заменила предыдущий Creator Fund. В рамках новой программы выплаты креаторам прямо связаны с «качеством» просмотров их контента – система автоматически анализирует вовлеченность подписчиков (время просмотра рекламы, лайки, шеры) и определяет объем выплат⁶⁶.

В свою очередь, YouTube несколько смягчил правила монетизации. В частности, в 2025 году был частично отменен запрет на использование ненормативной лексики – и, соответственно, видео с ненормативной лексикой начали попадать в программу монетизации. При этом для заголовков и тамбнейлов ограничения по

ненормативной лексике сохранились⁶⁷.

Крупнейшие платформы [с опозданием] адаптируются к мобильным и коротким форматам видео

Видеоплатформы развивают поддержку мобильных (вертикальных) форматов видео и внедряют функции «двойного стриминга» (горизонтальный и вертикальный) для адаптации к просмотру с мобильных устройств, в первую очередь в части стриминга в режиме реального времени. Так, 33% времени просмотра Instagram** в 2025 году приходится на Reels. 55% пользователей YouTube просматривают Shorts.

В 2025 году к платформам, уже активно использующим вертикальные форматы (TikTok, Instagram** / Facebook Reels** и YouTube Shorts), присоединился Twitch – в июле 2025 года платформа начала тестировать вертикальные видеопотоки. В этой же логике движется YouTube Live⁶⁸, запустивший функцию одновременной трансляции видео в горизонтальном и вертикальном форматах с единым чатом для всех зрителей.

Кроме того, тренд на вертикализацию уже поддержан сторонними сервисами и приложениями: например, в 2025 году Microsoft выпустила бесплатный генератор видео Bing Video Creator⁶⁹ на базе ИИ-модели Sora, который генерирует видео только в портретном формате 9:16, оптимальном для размещения контента в TikTok и YouTube Shorts.

60 61 62 63 64 65 66 67 68 69

**Продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России

RU Ключевые тренды в России

Импортозамещение и рост аудитории отечественных платформ

Ключевой особенностью развития российских видеосервисов в 2025 году стало продолжающееся импортозамещение зарубежных видеосервисов как платформ для размещения и потребления контента.

Рост популярности VK Видео связывают в том числе с увеличением количества создателей контента на платформе: за год число авторов увеличилось вдвое и составило 400 тысяч креаторов⁷⁰.

Растет доля российских видеосервисов в общем объеме трафика мобильных пользователей. Так, в 2025 году доля VK выросла в 1,5 раза и составила без малого 23%; доля RuTube – почти в 4 раза, до 4,5%⁷¹.

Замедление работы YouTube

По данным Mediascope, замедление YouTube за период с июля 2024 года по октябрь 2025

года привело к падению времени просмотра ресурса из России на 67%, а среднесуточный охват ресурса сократился с 52 млн в августе 2024 года до 29 млн чел. в феврале 2025 года. В «Кинопоиске» отметили на фоне замедления YouTube рост детского просмотра на платформе – почти в два раза. Но перераспределение происходит и в целом.

Замедление работы видеохостинга способствует популярности VPN-сервисов

По данным ФОМ, VPN для доступа к заблокированным ресурсам используют 25% интернет-пользователей. Рост спроса на VPN-сервисы косвенно подтверждают и данные Роскомнадзора: за январь–март 2025 года служба заблокировала 12,6 тыс. материалов, популяризирующих такие сервисы, что почти в 2 раза больше, чем за весь 2024 год (6,9 тыс.).

Опрос ВЦИОМ показал, что 22% российских граждан одобряют использование таких сервисов, 17% – не одобряют, остальные – относятся безразлично или затруднились с ответом.



Тенденции в нормативном регулировании в мире

Передача TikTok под контроль американского бизнеса в США

Продажа зарубежного сервиса местному владельцу под угрозой блокировки – это один из наиболее прямых способов «приземления». В январе 2025 года вступил в силу принятый в апреле 2024 года в США закон, который предписывал китайской компании ByteDance продать принадлежащий ей видеосервис TikTok, действующий на территории США, американскому лицу при сохранении за компанией аналога на территории Китая – DouYin, иначе сервис будет заблокирован. Однако принятый закон к назначенному сроку не был исполнен – Президент США Д. Трамп отсрочил исполнение закона и несколько раз продлевал отсрочку. В сентябре 2025 года Министерство коммерции КНР сообщило о достижении консенсуса по вопросу работы TikTok в США. Американское приложение TikTok будет управляться новой компанией с совместным капиталом, находящейся в США, и перестанет контролироваться китайской компанией. Такая компания создана в январе 2026 года.

Претензии к TikTok в ЕС

В 2025 году европейские регуляторы также усилили административный контроль в отношении видеосервиса с китайским происхождением. В мае 2025 года Комиссия по за-

щите данных Ирландии (Irish Data Protection Commission) назначила оператору сервиса штраф в размере 530 млн евро.

Как выяснил регулятор, сервис передавал данные пользователей из ЕС в Китайскую Народную Республику. Комиссия заявила, что TikTok не смог гарантировать таким данным надлежащий уровень защиты, что не соответствует требованиям Общего регламента по защите данных (GDPR).

В том же месяце СМИ сообщили о претензиях Европейской комиссии к сервису. По мнению регулятора, TikTok не выполнил требования Закона о цифровых услугах (Digital Services Act, DSA), предписывающие опубликовать рекламные данные, с помощью которых возможно выявить мошеннические объявления, и не представил необходимых сведений относительно содержания рекламы, целевой аудитории и рекламодателей. На 2025 год штраф сервису не назначен.

Ограничение доступа несовершеннолетних к UGC-платформам в Австралии

В декабре 2025 года в Австралии вступил в силу принятый в 2024 году закон, устанавливающий запрет на использование онлайн-сервисов с пользовательским контентом лицам до 16 лет. Подробнее в разделе про соцсети и мессенджеры на стр. 6-15.

Поправки в законодательство о видеоиндустрии в Южной Корее

Согласно действующему до октября 2025 года в Южной Корее законодательству, производители контента могли самостоятельно присваивать оценки только основному содержанию видео. При распространении рекламы или трейлеров они должны были получить подтверждение от Совета по рейтингу видео о том, является ли материал вредным для несовершеннолетних. В результате задержки с проверкой рекламы приводили к отсрочкам выхода основного контента.

26 октября 2025 года Национальная ассамблея Южной Кореи приняла поправки к «Закону о продвижении кинофильмов и видеопроизводства». Основной смысл поправок – упрощение процедур распространения онлайн-видеорекламы, производители контента теперь могут самостоятельно присваивать рейтинги не только основному видео, но и рекламе и трейлерам к нему.

Запрет публикации сгенерированных ИИ интимных изображений

В мае 2025 года президент США подписал закон «Take It Down Act», который запретил публикацию интимных изображений, в том числе сгенерированных ИИ, без согласия изображенного на них, в том числе в рамках так называемой «порномести». Под термином «согласие» в настоящем законе подразумевается подтвержденное, сознательное и добровольное согласие, данное физическим лицом без применения силы, обмана, угрозы, введения в заблуждение или принуждения.

В источнике приводятся положения о толковании термина «согласие»:

- тот факт, что идентифицируемое физическое лицо дало согласие на создание визуального изображения интимного характера, не означает, что это физическое лицо дало согласие на публикацию визуального изображения интимного характера;

- тот факт, что идентифицируемое физическое лицо раскрыло интимное визуальное изображение другому физическому лицу, не означает, что идентифицируемое физическое лицо дало согласие на публикацию интимного визуального изображения другим лицом.

Связанный с «Take It Down Act» Закон о борьбе с явно подделанными изображениями и редактированием без согласия (DEFIANCE) предполагает возможность жертв требовать возмещения ущерба в гражданском порядке от тех, кто создал изображения (принят Парламентом США в январе 2026 года). В DEFIANCE Act предусматривается широкий перечень средств правовой защиты – штрафные санкции, временный запретительный судебный приказ, предварительный или постоянный судебные запреты.

В совокупности эти два акта создали нормативную базу для борьбы в США с распространением явлением «порномести» и потенциально могут заметно снизить количество таких прецедентов с учетом возможной ответственности.

RU Тенденции в нормативном регулировании в России

Обязательная маркировка видеоматериалов, созданных с использованием ИИ

В ноябре 2025 года в Государственную Думу РФ внесены законопроекты регулирующие маркировку синтетического видео-контента⁷². Первый законопроект определяет понятие синтетического видеоматериала, а также обязанность осуществлять маркировку синтетических видеоматериалов для всех владельцев социальных сетей, видео-хостингов и иных сайтов или программ в сети Интернет, используемых для распространения видеоматериалов неопределенному кругу лиц.

Маркировка должна содержать видимое текстовое обозначение «Создано с использованием искусственного интеллекта»

или «Сгенерировано ИИ», размещаемое на видном месте при воспроизведении видеоматериала, а также машиночитаемую метку в метаданных видеофайла.

Второй законопроект предусматривал наложение административного штрафа на граждан в размере от 10 до 50 тыс. руб., на должностных лиц – от 100 до 200 тыс. руб., на юридических лиц – от 200 до 500 тыс. руб.

Принятие законопроектов в текущем виде значительно повлияет на всю отрасль производства видеоконтента и потребует принятия ряда подзаконных актов, определяющих процедуры использования маркировки, ответственность за неисполнение установленных требований, механизмы мониторинга и выявления нарушений.

Одним из возможных последствий может стать снижение на зарубежных рынках конкурентоспособности отечественной видеопродукции, так как видимая маркировка будет значительно ухудшать восприятие содержания и художественный замысел произведения.



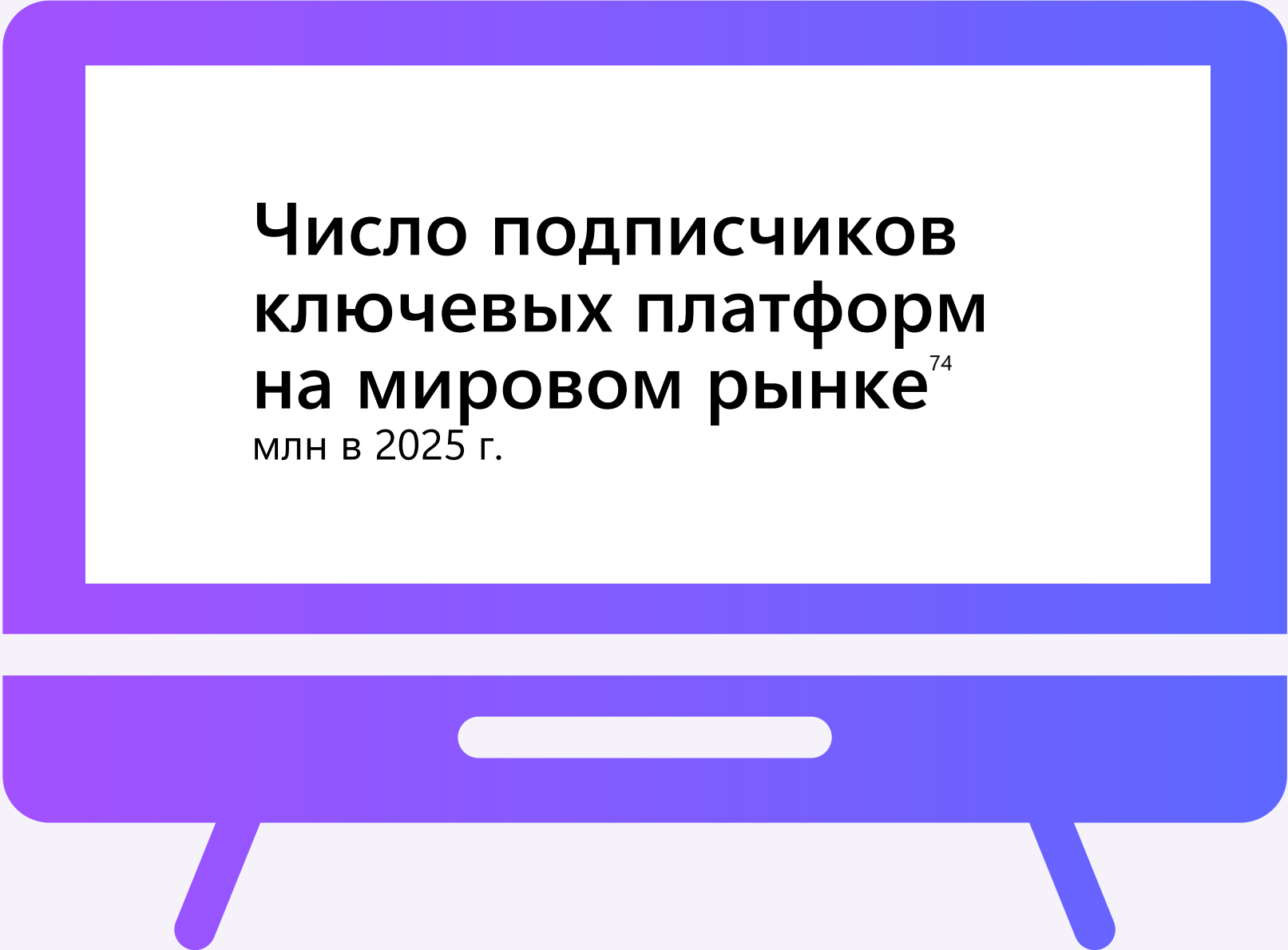
ОНЛАЙН- КИНОТЕАТРЫ



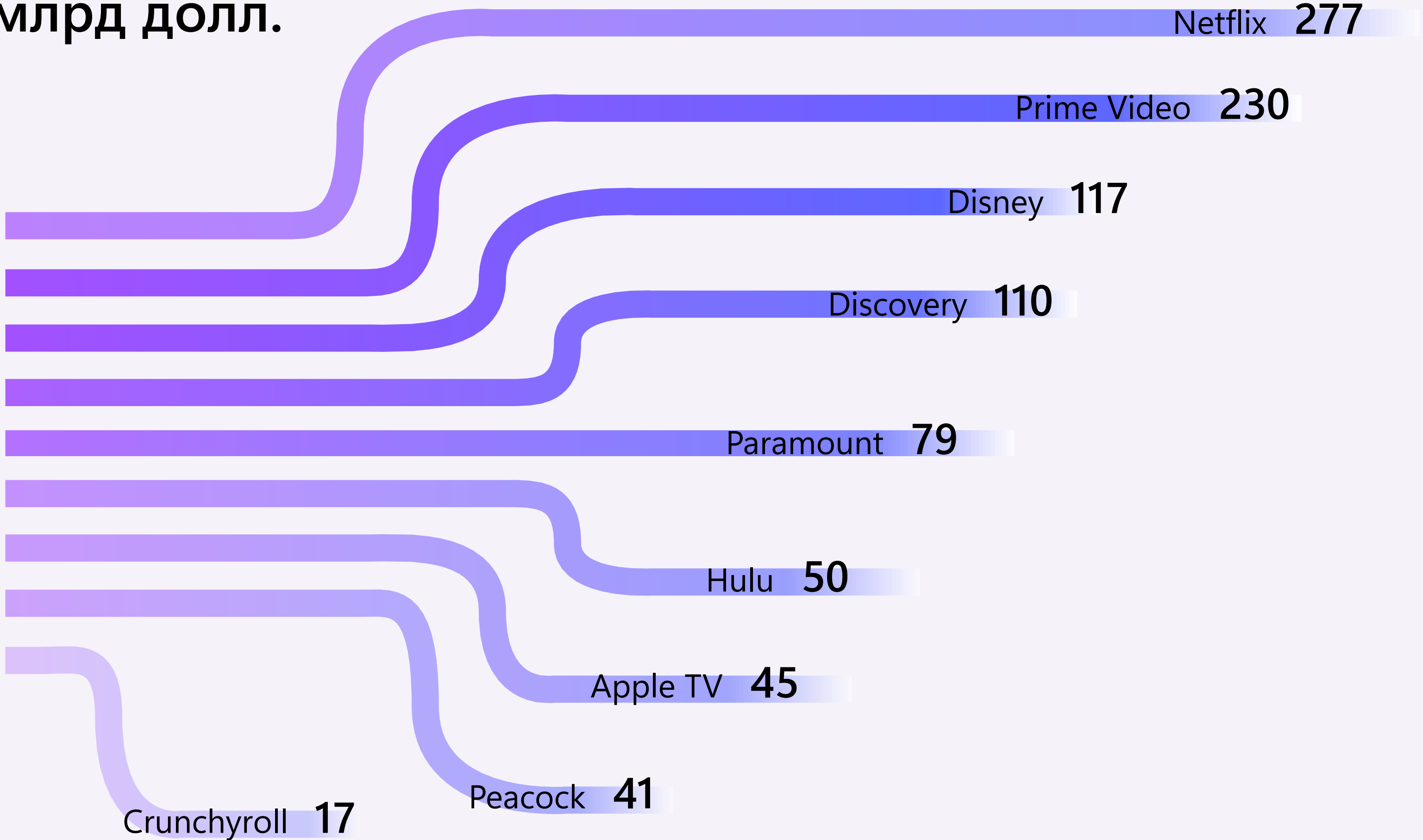
Объем мирового рынка
онлайн-кинотеатров⁷³
в 2025 г.



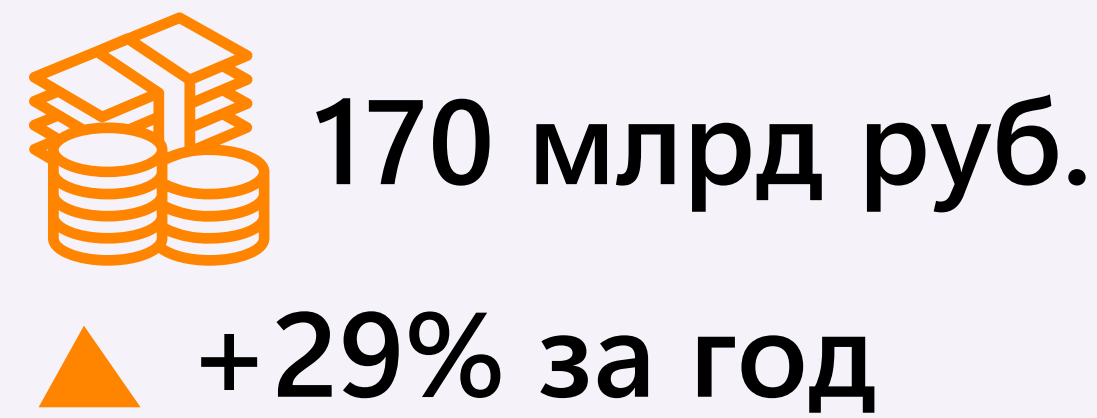
133,44
млрд долл.



Число подписчиков
ключевых платформ
на мировом рынке⁷⁴
млн в 2025 г.

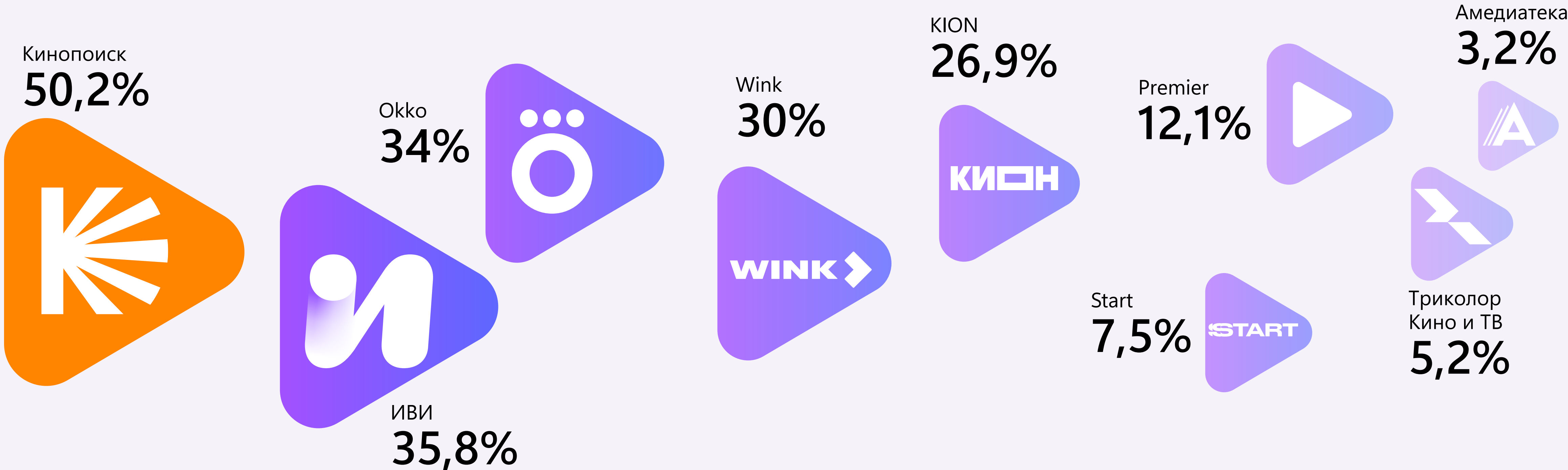


Объем российского
рынка онлайн-
кинотеатров⁷⁵
в 2025 г.



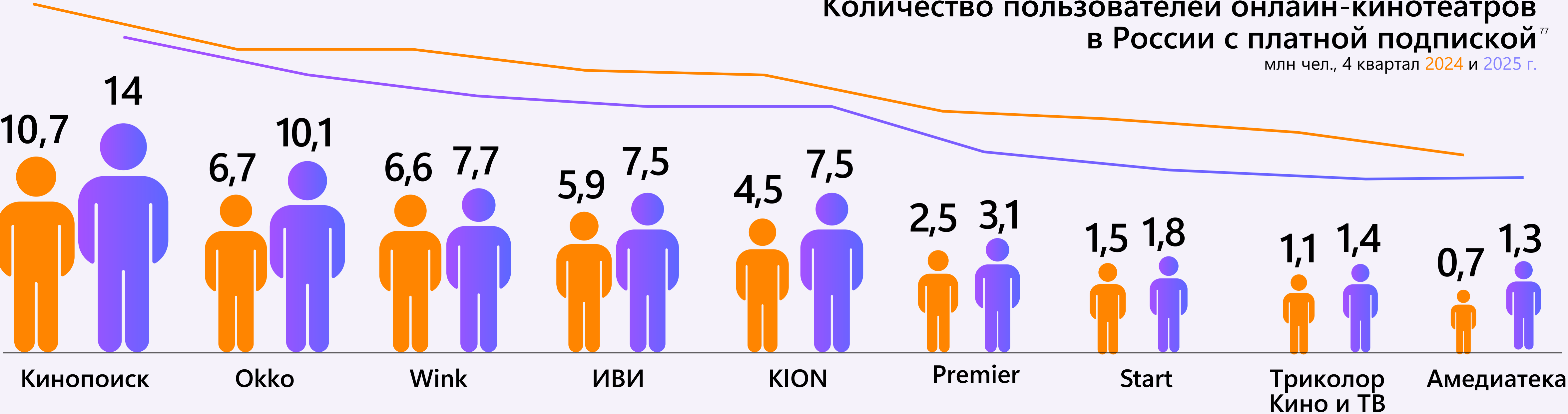
В 2025 году объем рынка онлайн-кинотеатров рос более высокими темпами, чем ожидалось. Аудитория выросла как за счет пользователей, у которых не было ранее подписок, так и за счет увеличения количества подписок у опытных пользователей. Рост также поддержал увеличение уровня цен у крупнейших игроков.

Структура российского рынка по популярности платформ у пользователей⁷⁶
4 квартал 2025 г.

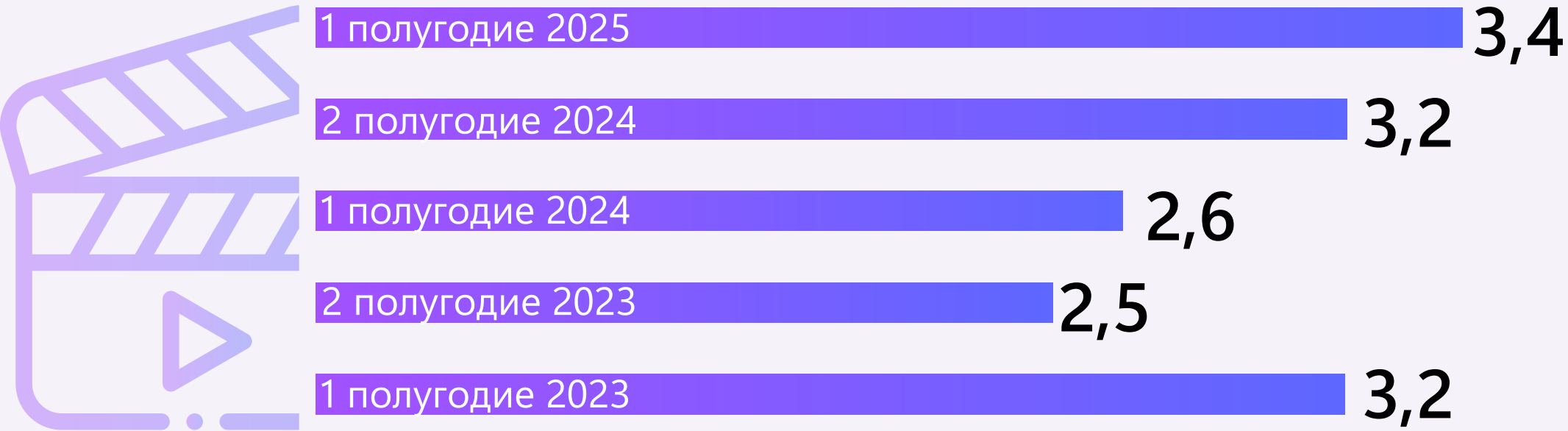


75 Рынок Онлайн-кинотеатров РФ в 4 квартале 2025 г., ИАА Telecom Daily, январь 2026 г. ПАО «Ростелеком» не согласен с данной оценкой, так как данные по выручке и аудитории сервиса Wink и учитывают только часть показателей. По МСФО выручка сервиса в 2025 году составила 44,8 млрд руб.

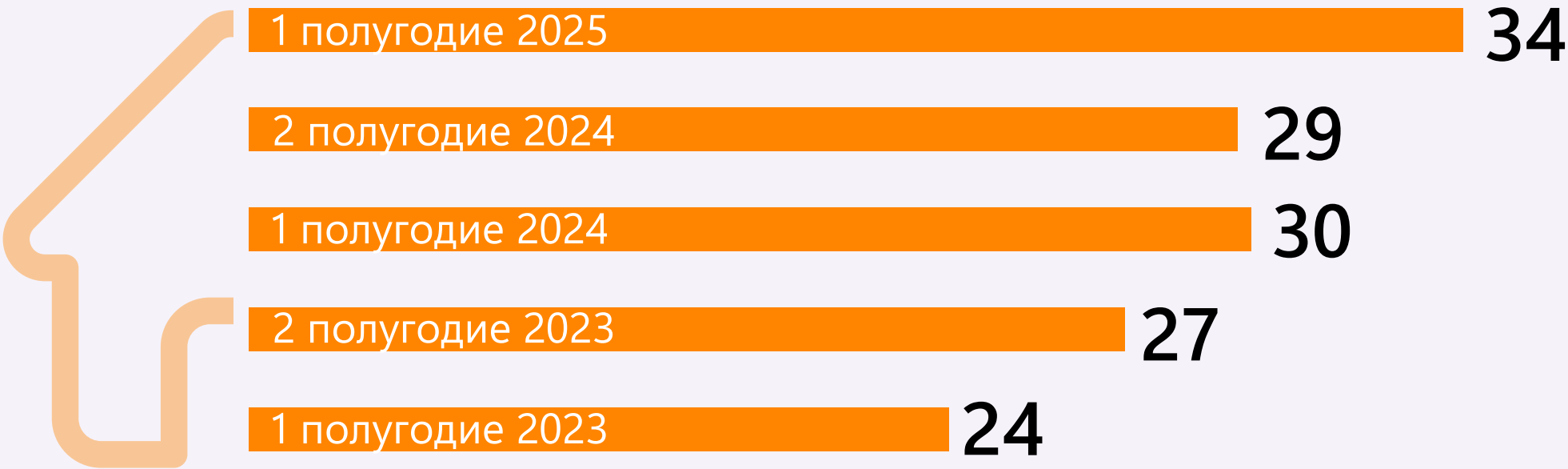
Количество пользователей онлайн-кинотеатров в России с платной подпиской⁷⁷
млн чел., 4 квартал 2024 и 2025 г.



Среднее число подписок на одно российское домохозяйство, имеющее платные подписки на онлайн-кинотеатры, шт.⁷⁷



Доля российских домохозяйств, в которых имеется хотя бы одна платная подписка на онлайн-кинотеатр, %⁷⁷



⁷⁷ Российский рынок VoD 1n2025, TMT Консалтинг, август 2025 г.

🌐 Ключевые тренды в мире

Стриминги обогнали телевидение в борьбе за зрителей

В 2025 году стриминговые сервисы вышли на первое место по времени просмотра «на телеэкране» в США, крупнейшем в мире рынке: в мае 2025 года стриминговые платформы впервые в истории этого формата обогнали телевидение (широковещательное и кабельное)⁷⁸ – на стриминги пришлось 44,8% времени, на телевидение – 44,2%. Летом тренд сохранился и углубился – к концу августа 46,4% времени зрители тратили на стриминги, 31,6% – на телевидение⁷⁹.

Крупнейшие стриминги концентрируются на удержании и монетизации имеющих подписчиков (в том числе за счет дешевых тарифных планов с рекламой)

После выхода на плато роста подписок в 2024 году стриминговые сервисы концентрируются на монетизации имеющих подписчиков и оптимизации бизнес-стратегий: так, Netflix в 2025 году сконцентрировался на обеспечении прибыльности и сокращении издержек – вместо традиционной ставки на наращивание пользовательской базы⁸⁰. Кроме того, Netflix расширил предложение для пользователей, введя опции более дешёвой подписки с рекламой и отвечая на прошлогодний тренд с оптимизацией потребительских расходов на стриминги.

В той же логике действует Amazon Prime Video. В частности, в августе 2025 года платформа Prime Video начала показывать рекламу пользователям из Нидерландов в рамках новых форматов подписки. Соответствующая модель апробируется в США, Великобритании и Германии⁸¹.

Стриминги развивают вертикальные видео и живые трансляции, ориентируясь на социальные сети и видеосервисы

После выхода на плато пользователей и подписок в 2024 году стриминговые сервисы начали работать над удержанием существующей аудитории и выходом в новые контент-сегменты, в частности живые трансляции событий (32% пользователей стриминговых сервисов хотели бы видеть на платформах именно трансляции – помимо традиционного для платформ контента).

Законодателем мод в части нового контента является Netflix: летом 2025 года компания объявила о планах по партнерству с французским телеканалом TF1⁸². Начиная с лета 2026 года французские подписчики Netflix получат доступ к прямым трансляциям каналов TF1 и «контенту по запросу» в рамках подписки на Netflix. В пакет контента войдут сериалы, еженедельные спортивные шоу и трансляции спортивных событий (Лига наций УЕФА и пр.).

Кроме того, Netflix поступательно расширяет уже существующую у него библиотеку игр. Каким образом игры впишутся в бизнес-модель компании как стриминга, пока не очевидно,

но в настоящий момент Netflix ориентируется, в первую очередь, на удержание аудитории и повышение ее вовлечённости. Наконец, компания продолжает экспериментировать с короткими видео, на этот раз с вертикальным форматом, отвечая на общий для всех видеосервисов тренд на адаптацию видеоконтента к мобильным форматам и запросам «поколения Z»: закрыв в 2024 году тестирование формата Fast Laughs, в мае 2025 года Netflix начал тестировать ленту коротких вертикальных видео⁸³ (только в мобильных приложениях), снабжённую, кроме прочего, отдельным рекомендательным алгоритмом.

Помимо Netflix, с короткими вертикальными видео работают и другие стриминги, в частности Tubi, в 2024 году запустивший функцию «Сцены», и Peacock, который в 2025 году начал предлагать пользователям вертикальные видеоплейлисты с короткими фрагментами из сериалов и фильмов, а также со спортивным и новостным контентом.

Стриминги, не успевающие за Netflix, работают над расширением географического присутствия: HBO Max вышел в 20+ новых стран

Столкнувшись с плато потребительского спроса и глобальным доминированием Netflix, стриминговые платформы из числа топ-10 поступательно работают над выходом на новые географические рынки. В 2025 году самое заметное расширение географии произошло у HBO Max: стриминг вышел в 10+ новых европейских стран (Кипр, Албания, Исландия и

пр.) и в 10+ азиатских (Пакистан, Камбоджа, Лаос и пр.)⁸⁴. Кроме того, к середине 2025 года стриминг заключил соглашения с 65 компаниями-партнерами в странах Латинской Америки, планируя получить доступ к локальному контенту, который будет востребован на платформе.



RU Ключевые тренды в России

Рост стоимости подписок

В 2025 году российские онлайн-кинотеатры были вынуждены заметно поднять цены: за первое полугодие подписка на «Кинопоиск» подорожала на 33% (до 399 руб. в месяц), Okko – на 50% (299 руб.), Kion – на 20% (299 руб.).

Сокращение производства контента

При этом инфляция и рост цен привели и к сокращению количества проектов по производству оригинального контента: за первые шесть месяцев 2025 года на российских стримингах вышло 96 оригинальных проектов (против 112 годом ранее⁸⁵). Самое заметное снижение пришлось на игровые сериалы, которые традиционно привлекали новых подписчиков⁸⁶.

Интеграция подписок

Как и в 2024 году, одним из факторов роста рынка онлайн-кинотеатров темпами выше прогнозируемых стали экосистемные подписки на пакеты сервисов, включающих в себя предоставление доступа к онлайн-кинотеатрам. По состоянию на 2025 год в части мультисервисных подписок в России лидируют «Яндекс» («Яндекс.Плюс», 49% экосистемных подписок), «Сбер» («Сберпрайм», 19%) и МТС («МТС Premium», 15%)⁸⁷.

Самыми заметными событиями стали запуск первой двусторонней интеграции подписок между «Кинопоиском» и «Иви»⁸⁸ и переход онлайн-кинотеатра Start от лицензирования своих оригинальных сериалов на другие платформы к премиальной партнерской подписке. Иными словами, лидеры рынка пытаются повысить отдачу от самого понятного и прибыльного сегмента: платная подписка, в среднем, дает онлайн-кинотеатрам более 80% прибыли (реклама – порядка 3%, лицензирование – ещё 10–15%)⁸⁹.

Рост спроса на детский контент

Специфическим для России трендом в области контента онлайн-кинотеатров стал резкий рост спроса на детский контент после замедления работы YouTube в августе 2025 года. В частности, за август 2025 года число подписчиков, смотревших детский контент, на платформе Okko выросло на 89%. За первые двенадцать дней августа в 3,5 раза выросли просмотры в Premier («Газпром-медиа») и ориентировочно на 50% – у Kion⁹⁰. Часть онлайн-кинотеатров уже отреагировала на растущий спрос: например, онлайн-кинотеатр Start объявил о планах по созданию детско-семейных сериалов. По состоянию на сентябрь 2025-го, в работе у кинотеатра находилось 10 семейных проектов⁹¹.

Распространение коротких форматов видеоконтента в онлайн-кинотеатрах в России

В стране растет спрос на микродрамы. По данным сотового оператора Yota, за 2025 год количество пользователей специализированных глобальных платформ коротких сериалов (ShortTV, DramaBox, MoboReels, ReelShort и FlexTV) в стране выросло в 4 раза, причём пользователей не останавливает даже отсутствие интерфейса на русском и русского дубляжа/субтитров⁹². На этот тренд уже отреагировали российские компании.

В частности, онлайн-кинотеатр Wink запустил раздел «Сторис» с микродрамами (40+ наименований). Аналогичные инициативы реализуют «МТС Медиа» (20 наименований) и «Иви» (200+ наименований). С учетом того, что в России отсутствуют специализированные платформы, ориентированные на микродрамы, российские онлайн-кинотеатры и видеоплатформы могут стать заметными игроками на этом рынке⁹³.

Российские игроки выходят на зарубежные рынки, прежде всего на рынки дружественных стран

Так, в 2025 году сообщалось о выходе кинотеатра Kion на рынок Киргизии. На этом рынке уже работают Кинопоиск и Иви, рынок при этом рассматривается как перспективный из-за низкой конкуренции. Российские игроки также присутствуют и на рынке Казахстана – из 23 представленных онлайн-кинотеатров 9 являются российскими. Онлайн-кинотеатр Иви сообщал о планах выхода на рынки Ев-

росоюза (Германии, Нидерланды, Бельгию, Кипр). До этого уже был запущен отдельный лендинг для Турции. Рынок Германии рассматривается как перспективный из-за большого числа русскоговорящего населения и экспатов. Ведутся переговоры с Индией, Непалом и странами Ближнего Востока. Иви сегодня уже работает в Армении, Азербайджане, Беларуси, Киргизии, Молдавии, Таджикистане, Туркменистане, Узбекистане и Грузии. В начале 2025 года Wink (совместно с локальным партнером) запустил подписку для жителей Беларуси, до этого был совершен выход на рынок Армении⁹⁴.

Внедрение ИИ-агентов на развлекательные платформы

ИИ-агенты, главный тренд в технологиях искусственного интеллекта в 2025 году – это автономные интеллектуальные системы, выполняющие определенные задачи без вмешательства человека. В 2025 году их начали интегрировать в развлекательные платформы. Первыми в сегменте онлайн-кинотеатров Wink и Ростелеком запустили открытое бета-тестирование сервиса «Агент развлечений», который интегрирован в интерфейс платформы и приложений. Сервис призван решить проблему поиска кино или сериала под настроение и ситуацию. ИИ-агент делает процесс поиска развлекательного контента проще и быстрее, поскольку понимает нечеткие запросы. В дальнейшем сервис может появиться в популярных социальных сетях и мессенджерах.

Тенденции в нормативном регулировании в мире

Заккрытие крупных пиратских онлайн-кинотеатров

Заметную роль в борьбе с пиратским контентом на международном уровне ведет Альянс за творчество и развлечения (Alliance for Creativity and Entertainment, ACE)⁹⁵.

В сентябре 2025 года совместно с органами власти Египта ACE пресек деятельность Streameast, крупнейшей в мире сети нелегальных прямых трансляций спортивных событий, охватывающей 80 связанных доменов, с более чем 1,6 млрд посещений в год.

В декабре 2025 года ACE добилась закрытия крупнейшего пиратского онлайн-кинотеатра Индии MKVCinemas и связанных с ним доменов. В совокупности домены MKVCinemas привлекли 142,4 млн посещений по всему миру в период с 2024 по 2025 год.

Все действия ACE проходят при участии правоохранительных органов как отдельных стран, так и международных, с последующими уголовными делами для нарушителей. Сотрудничество некоммерческой организации с правоохранительными органами и закрытие крупнейших нелегальных международных онлайн-кинотеатров показывает, что борьба с пиратством может быть весьма успешной.

Тенденции в нормативном регулировании в России

Защита традиционных ценностей в аудиовизуальных произведениях в России

В июле 2025 года принят закон⁹⁶, регулирующий ряд аспектов распространения аудиовизуальных произведений в онлайн-кинотеатрах и социальных сетях. Закон вступил в силу с 1 марта 2026 года. Для обозначенных субъектов введены обязанности: не допускать распространение материалов, дискредитирующих традиционные российские духовно-нравственные ценности и (или) пропагандирующих их отрицание; прекращать их распространение в течение суток по требованию Роскомнадзора.

В декабре 2025 года в Государственную Думу был также внесен законопроект, предусматривающий административные штрафы за неисполнение вышеназванных обязанностей, который по состоянию на текущий момент не рассмотрен⁹⁷.

Как сообщалось в СМИ в декабре 2025 года, российские онлайн-кинотеатры приступили к внесению изменений в видеоконтент своих библиотек, не дожидаясь вступления в силу вышеупомянутого закона и выпуска подзаконных актов, регулирующих наказание за его неисполнение.

В результате из сериалов и фильмов массово удаляются не только запрещенный контент, но и формально не попадающие под ограничения сцены, из-за чего нарушаются сюжетные линии. Такая практика может привести к перетоку пользователей из онлайн-кинотеатров в видеохостинги, в первую очередь пиратские, размещающие произведения без вырезок.

В апреле 2025 года Минюст России зарегистрировал приказ Роскомнадзора, определяющий критерии запрещенной пропаганды чайлдфри, принятый в развитие поправок 2024 года. К запрещенной отнесена в том числе информация, формирующая положительное отношение к отказу от деторождения, искаженное представление о социальной равноценности рождения детей и отказа от деторождения, отрицательный образ беременности, материнства или отцовства и т. д.

В мае 2025 года в СМИ сообщалось, что подобные критерии позволяют запретить ряд популярных аудиовизуальных произведений, таких как сериалы «Карточный домик», «Секс в большом городе», «Игра престолов», а также фильмы о Гарри Поттере. Однако Роскомнадзор назвал такие опасения безосновательными. По состоянию на 2025 год статистических данных о блокировках или удалении подобных материалов Роскомнадзором не опубликовано.



⁹⁵ ACE глобальная коалиция (отраслевой альянс), созданная для борьбы с цифровым пиратством и защиты авторских прав в 2017 году несколькими десятками крупных мировых медиакомпаний, включая студии (Disney, Warner Bros.) и цифровые платформы (Amazon, Netflix). ACE управляется своими членами и финансируется за счет взносов участников. Штаб-квартира находится в Вашингтоне (округ Колумбия).

⁹⁶

⁹⁷

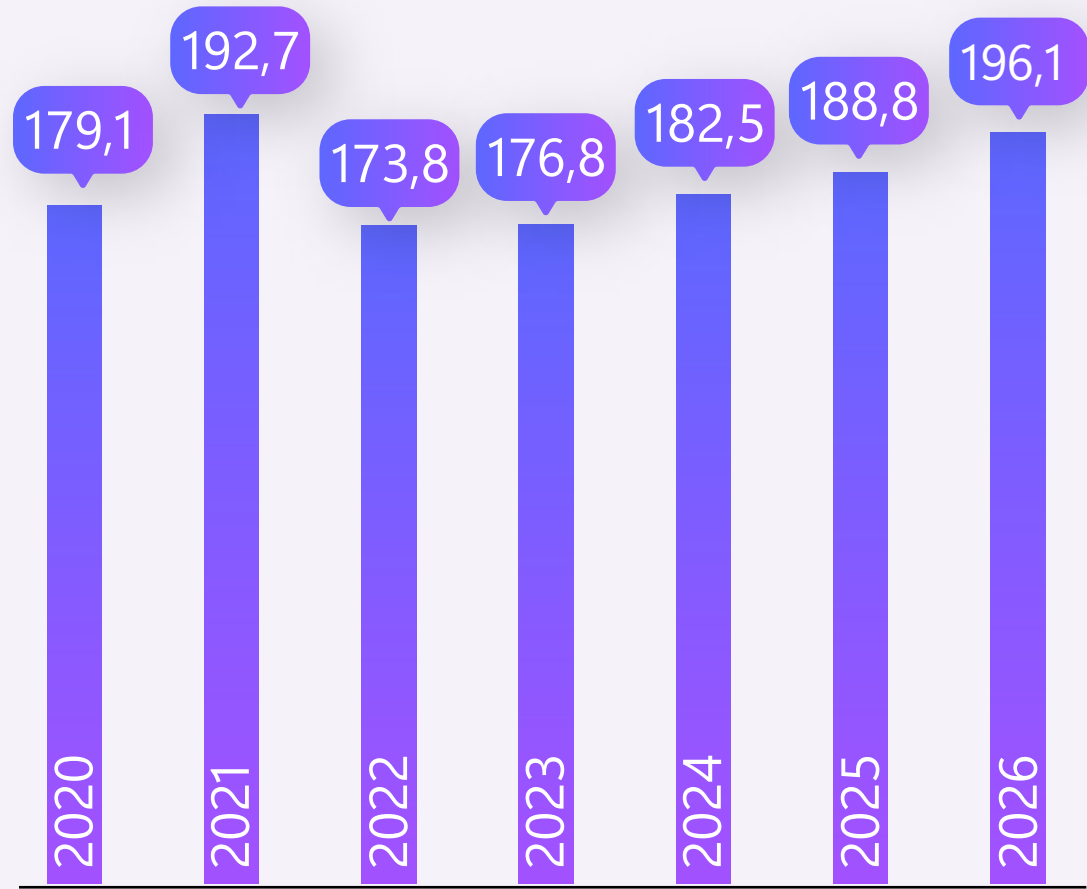
ИГРОВЫЕ СЕРВИСЫ



Размер рынка
видеоигр
в мире
млрд долл.



▲ +3,4% г/г
(2025/2024)⁹⁸



Рынок ПК-игр в 2025 году впервые за долгое время обогнал консольный сегмент по продажам среди немобильных игр. С 2021 года сегмент ПК вырос на 20%. Усиливается роль ПК в производстве игр, поскольку около 80% разработчиков уже вовлечены в проекты для этой платформы против 66% годом ранее⁹⁹.

Размер рынка
видеоигр
в России
в 2025 г., млрд руб.

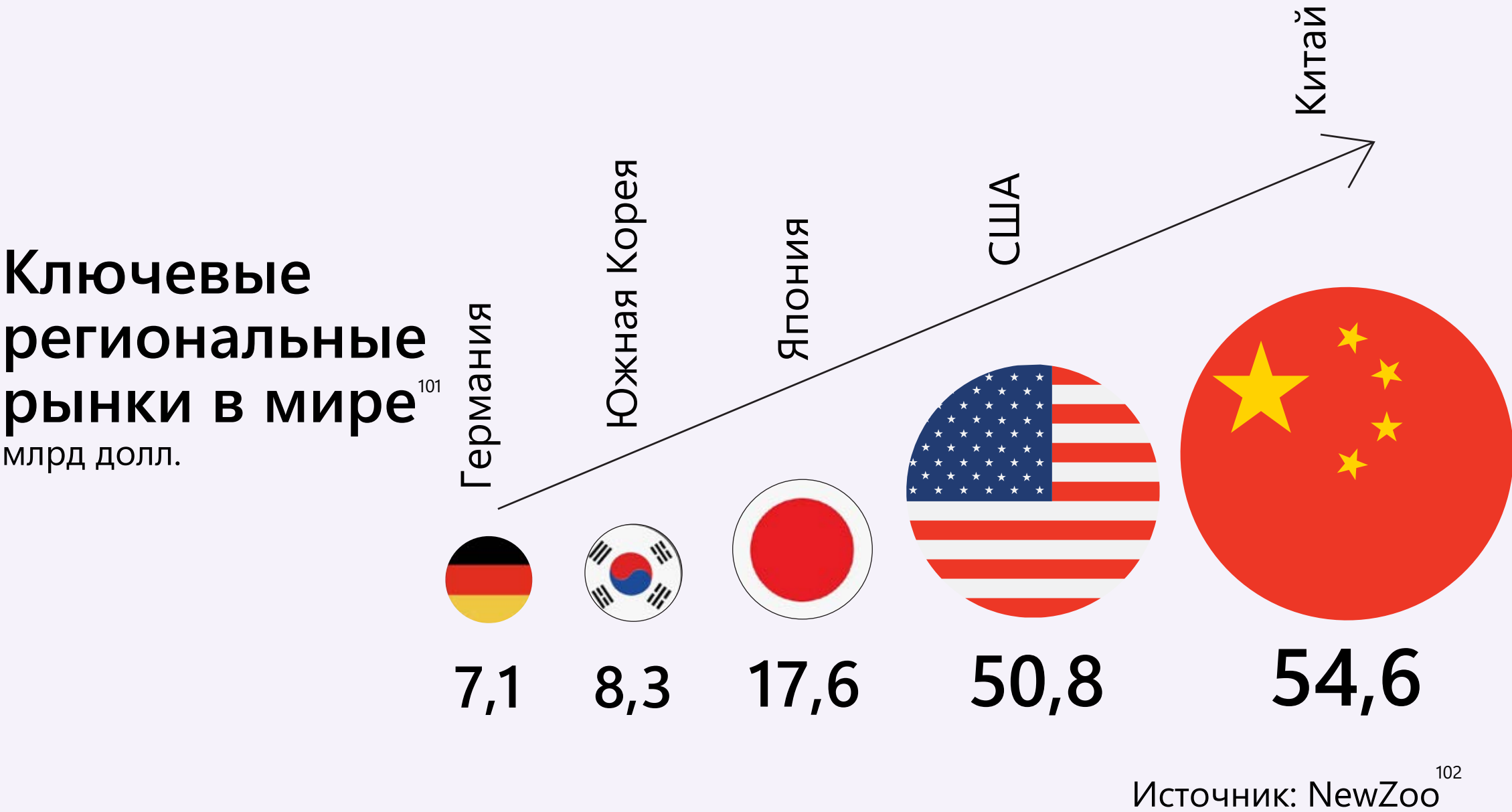


В России основными драйверами роста игрового рынка остаются мобильные игры и облачный гейминг.

В 2025–2026 годах мобильные игры в России могут расти на 20–30% в год, а облачный гейминг — на 40–60% за счет эффекта низкой базы. В отличие от глобального рынка, сегменты ПК и консолей в России растут медленнее, примерно на 10–15% в год.

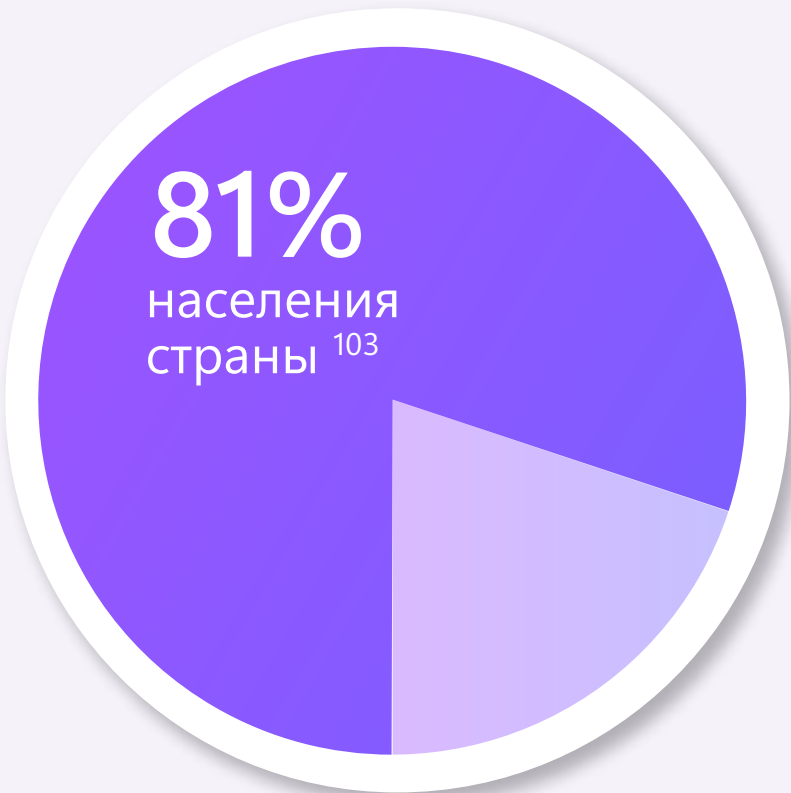
Это связано со сложностями с поставками электроники и ограниченным доступом к релизам глобальных студий¹⁰⁰.

Ключевые игроки мирового рынка по объему выручки 2025 г.



Гейминг в России
5,1 тыс. руб. в год
Средние расходы одного игрока в России

Число мобильных геймеров
от 106 до 110 млн чел.
(от 7 лет и старше)



¹⁰¹ ¹⁰² ¹⁰³ ***Заблокирован на территории России

🌐 Ключевые тренды в мире

Развиваются инструменты разработки с ИИ

ИИ быстро становится инструментом разработки и используется для генерации контента, автоматизации рутинных задач и маркетинга. В 2025 году 52% сотрудников игровых студий уже применяли ИИ в работе¹⁰⁴. На рынок вышел ряд новых решений. Microsoft представила модель Muse для генерации игровых идей и геймплея, Google DeepMind выпустила Genie 3 для создания интерактивных 3D-миров, Nvidia показала инструменты для генерации движений персонажей и обновление ACE, а Tencent представила набор решений для генерации текстур, игровых видео и 3D-моделей. ИИ также все активнее используется в продвижении игр, включая создание игровых реклам¹⁰⁵.

Развитие рынка игровых технологий вне развлекательного сегмента

Игровые технологии все активнее применяются за пределами индустрии развлечений, в том числе для создания цифровых двойников, моделирования производственных процессов, проектирования и обучения. В 2025 году Epic Games представила кейсы применения Unreal Engine в авиации, ядерной энергетике и железнодорожной отрасли. BMW Group использует инструменты Unity для ускорения цифровой трансформации в дизайне, инжиниринге и маркетинге, а Tesla перешла на Unity для визуализации в режимах Autopilot и Full Self-Driving. Рынок serious games¹⁰⁶ в 2025 году оценивался в 10,9 млрд долл. при темпе роста 14,5% в год, а рынок образовательных услуг с использованием игровых механик достиг около 17 млрд долл.¹⁰⁷.

RU Ключевые тренды в России

На российском мобильном рынке усиливается конкуренция со стороны китайских студий

В 2025 году около 30% всех транзакций на маркетплейсе RuStore пришлось на китайские игры. Китайские компании также резко нарастили инвестиции в продвижение, за первые шесть месяцев 2025 года они вложили в рекламу своих игр в RuStore больше, чем за весь 2024 год. По данным платформы, спрос на игры с азиатской тематикой за три квартала 2025 года вырос почти на 15%, а на азиатский контент приходится около половины всех покупок иностранных приложений в денежном выражении¹⁰⁸.

Российские игровые студии осваивают ИИ, но остаются зависимыми от зарубежных платформ

Российские студии активно внедряют ИИ, но сохраняется зависимость от зарубежных сервисов.

По состоянию на 2025 год 47,8% российских студий использовали ИИ для написания кода, 40,4% использовали его для создания и обработки графики, а 28,7% применяли для генерации игровых сценариев. При этом 62,5% студий считают одной из ключевых проблем зависимость от иностранных ИИ-сервисов¹⁰⁹.



104

105

106 Игры, которые используются в образовательных и др. целях

107

108

109

Тенденции в нормативном регулировании в мире

Иск Федеральной Торговой комиссии к игре Genshin Impact в США

В январе 2025 года FTC урегулировала иск к Cognosphere, разработчику игры Genshin Impact в США¹¹⁰. Претензии касались двух направлений. Во-первых, регулятор указал на возможные нарушения COPPA¹¹¹, поскольку игра, ориентированная в том числе на детей и подростков, собирала их данные без надлежащего согласия родителей. Во-вторых, FTC оспаривала модель монетизации через внутриигровую валюту и лутбоксы¹¹², считая её непрозрачной и вводящей пользователей в заблуждение относительно реальных расходов. В рамках урегулирования компания согласилась выплатить 20 млн долл., ввести возрастную верификацию для пользователей из США и сделать систему покупок более прозрачной. Этот кейс показывает рост внимания регуляторов к защите детей и к внутриигровым платежным механикам¹¹³.

Спор Epic Games с Apple и Google в США

В 2025 году продолжился многолетний спор Epic Games с Apple и Google по поводу контроля над платежами в мобильных приложениях¹¹⁴. Изначально, в 2020 году, Epic подала иск после удаления Fortnite из App Store и Google Play за внедрение собственной системы микроплатежей в обход комиссий платформ. В 2025 году апелляция Google была отклонена, а Apple после нового разбирательства изменила правила платёжной интеграции в американском App Store. На этом фоне Fortnite вернулась сначала в магазин Apple, а затем и в Google Play¹¹⁵.

Претензии к Roblox*** в США и на Ближнем Востоке

В 2025 году Roblox*** столкнулась с новой волной претензий, связанных прежде всего с безопасностью детей. В США после расследования The Guardian и Revealing Reality иск к платформе подала прокуратура Луизианы, заявив, что Roblox*** недостаточно защищает несовершеннолетних от злоумышленников, не предотвращает распространение сексуа-

лизированного контента и позволяет обходить возрастные ограничения¹¹⁶. Компания возражала, что уже использует фильтры чатов, ограничения для пользователей младше 13 лет, инструменты родительского контроля, ИИ-модерацию и верификацию возраста по селфи-видео. Однако на конец 2025 года дело, как и аналогичный иск прокуратуры Флориды, оставалось нерассмотренным.

Параллельно Roblox*** сталкивалась с ограничениями в других странах. В Иордании власти временно заблокировали чат внутри игры, а в Кувейте в августе 2025 года была введена полная временная блокировка платформы из-за жалоб на опасный контент, риски эксплуатации детей и небезопасные покупки¹¹⁷. После переговоров ограничения были сняты, а Roblox*** согласилась отключить чат и усилить меры защиты детей.



110

111 Закон о защите конфиденциальности детей в Интернете

112 Виртуальный предмет в компьютерных играх, при использовании которого игрок получает случайные виртуальные предметы различной ценности и назначения, называемые добычей

113

114

115

116

117

***Заблокирован на территории России

RU Тенденции в нормативном регулировании в России

Регулирование развития игровой индустрии в России

Одновременно в 2025 году государство продолжило выстраивать меры поддержки игровой индустрии как части креативной экономики. Правительство утвердило критерии признания территорий креативными кластерами, что позволяет регионам оказывать таким площадкам имущественную и информационную поддержку. В ноябре 2025 года в «Сколково» открылся Московский кластер видеоигр и анимации площадью 55 тыс. кв. м, рассчитанный на полный цикл разработки и

продвижения контента¹¹⁸. Кроме того, в сентябре президент поручил правительству подготовить к 1 сентября 2026 года федеральный проект по развитию креативных индустрий в составе нацпроекта «Эффективная и конкурентная экономика»¹¹⁹. Это показывает, что наряду с усилением контроля государство одновременно формирует инфраструктуру поддержки игровой отрасли.

Обращение разработчика «Лесты» в государственную собственность в России

В 2025 году группу компаний «Леста Игры» обратили в доход государства¹²⁰. В апреле Генпрокуратура подала иск об изъятии активов компании и потребовала запретить деятельность объединения, связанного с владельцем «Леста Игры» Маликом Хатажа-

евым и собственником Wargaming Виктором Кислым, сославшись на осуществление экстремистской деятельности. После этого активы компании были арестованы, а в июне суд удовлетворил иск. После этого компании «Леста», «Леста Геймс Эдженси» и «Леста Геймс Москва» перешли в собственность государства в лице Росимущества, а затем были переданы в управление АО «Айти Технологии». По сообщениям СМИ, основанием для иска стали перечисления средств украинским структурам, включая платформу United24¹²¹.

Претензии к Roblox*** в России

Roblox*** остаётся одной из самых популярных игровых платформ среди детей и подростков в России, её месячная аудитория оценивается в 8,7–19 млн чел.¹²². В декабре

2025 года Роскомнадзор объявил о блокировке сервиса, заявив о неоднократном распространении запрещённых материалов, а также о рисках вовлечения детей в противоправные действия, мошенничество и сексуализированную коммуникацию¹²³. Ранее МВД сообщало о десятках преступлений с использованием Roblox***, связанных прежде всего с выманиванием у детей денег, аккаунтов и личных данных. При этом платформа частично исполняла требования регулятора и после блокировки заявила о готовности к диалогу. По сообщениям СМИ, для российских пользователей были отключены текстовый и голосовой чаты, а также началось внедрение возрастной биометрической верификации. Однако в начале 2026 года Роскомнадзор сообщил, что оснований для разблокировки пока нет¹²⁴.

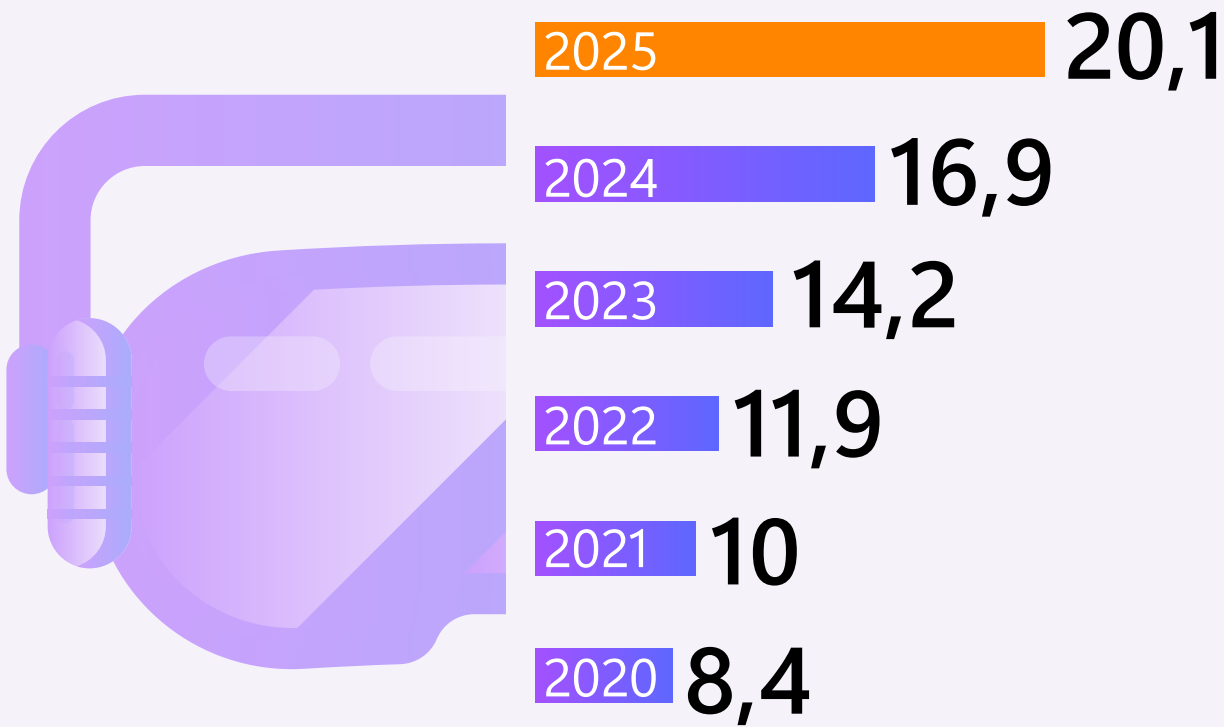


ПРОДУКТЫ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ ВИРТУАЛЬНОЙ И ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

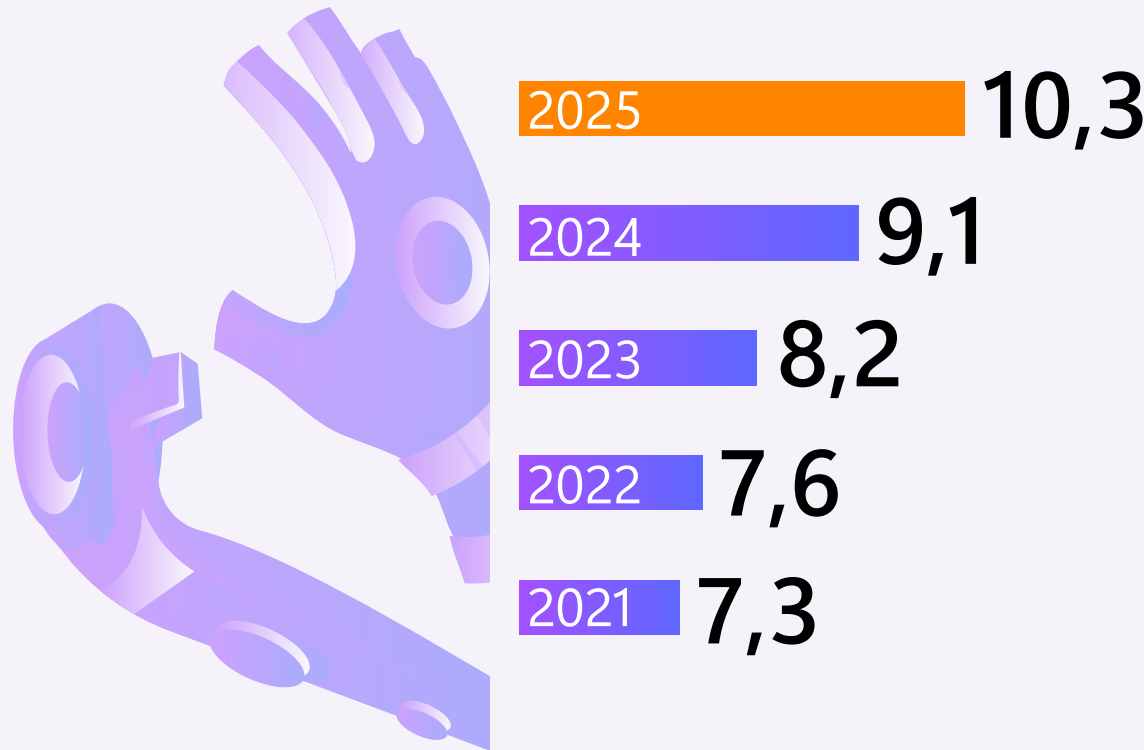
B2C-сервисы



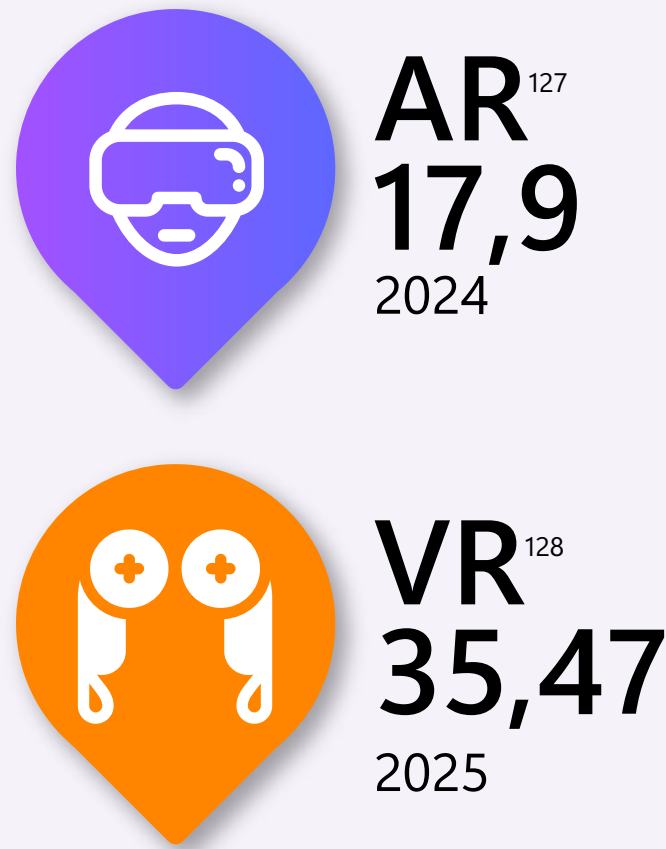
Объем рынка
AR-очков
в мире¹²⁵
млрд долл.



Объем рынка
VR-гарнитур
в мире¹²⁶
млрд долл.

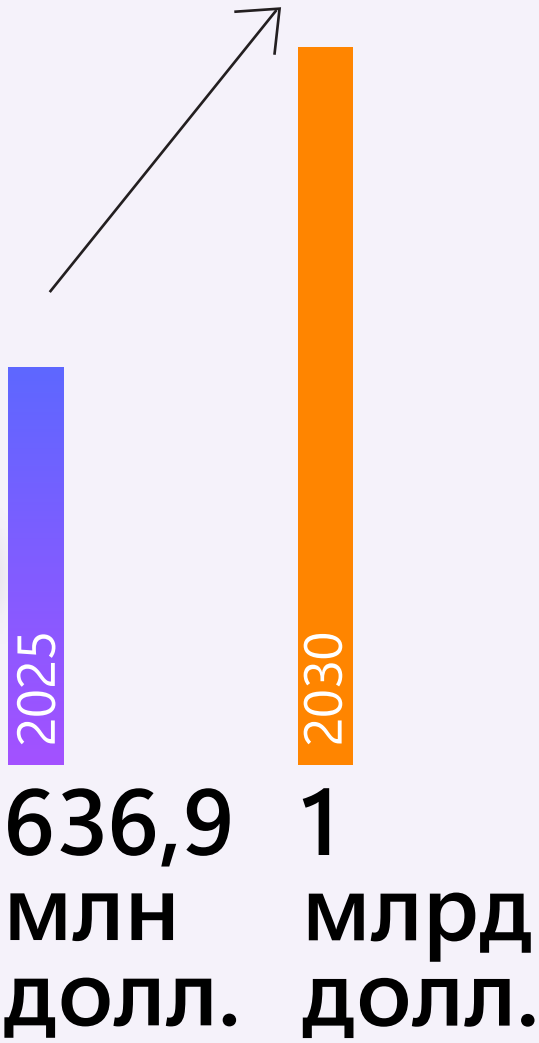


Рынок игрового
AR/VR
в мире
млрд долл.



Рынок
носимых
устройств
в России¹²⁹

CAGR 10,11%



Доля софта на рынке
в 2025 г. 208,7 млн долл.

Основные рыночные игроки в мире



Ключевые тренды В мире

Крупные вендоры делают ставку на «умные очки»

С самыми заметными анонсами в части новых форматов носимых AR/VR-устройств в 2025 году выступила Meta*: в сентябре компания представила три новых модели смарт-очков – Ray-Ban Meta Gen 2, Meta Ray-Ban Display (дисплей + нейронный браслет) и Oakley Meta HSTN/Vanguard (для спортсменов)¹³⁰. Главное технологическое новшество 2025 года в продуктах Meta* – управление носимыми устройствами через электромиографические (EMG) браслеты, которые считывают электрические сигналы от движений запястья и пальцев и, соответственно, можно управлять устройствами без необходимости держать руки в поле зрения камер. Нейронный браслет (Meta Neural Band) уже встроен в умные очки Meta Ray-Ban Display¹³¹. Ставка Meta* на функциональные повседневные AR/VR-устройства рыночно обоснована: по состоянию на февраль 2025 года, компания продала более 2 млн умных очков Ray-Ban Meta (первое поколение; с начала продаж в 2023 году). Осенью 2024 года продажи Ray-Ban Meta превысили продажи «обычных» очков Ray-Ban, причем еще до запуска ИИ-функций. В свою очередь Samsung объявила о собственных планах по разработке смарт-очков – в партнерстве с компаниями-производителями очков Warby Parker и Gentle Monster. Как ожидается, в разработке окажутся сразу две линейки продуктов: премиальные смарт-очки для фэшн-потребите-

лей (Gentle Monster) и более дешевые модели для массового рынка (Warby Parker)¹³². С анонсом собственных «умных очков» выступила и китайская Alibaba Group: как ожидается, очки будут работать на базе ИИ-модели Qwen¹³³. Компания Apple, еще один заметный игрок на мировом рынке, в 2025 году не анонсировала новые умные очки: рынку была представлена только обновленная версия Vision Pro на чипе Apple M5.

Вендоры встраивают в носимые AR/VR-устройства ИИ-ассистентов

В носимые AR/VR-устройства начинают встраивать ИИ-ассистентов, способных проводить анализ окружения и действий пользователя и предоставлять «контекстную» информацию в режиме реального времени. Стандарт «смарт-очки = ИИ» задала Meta* ещё в 2023 году (Ray-Ban Meta второго поколения, снабженные голосовым интерфейсом с Meta AI). Во все модели, анонсированные в 2025 году, ИИ-ассистенты будут встроены по определению.

Следуя за «стандартом», Samsung, анонсировавшая создание смарт-очков, уже объявила, что умные очки, как и Ray-Ban Meta AI, будут снабжены ИИ-ассистентом (на базе модели Gemini от Google. «Совместный» ИИ-ассистент от Samsung и Google уже встроен в «классическую» AR/VR-гарнитуру Galaxy XR)¹³⁴. В свою очередь Alibaba планирует оснастить анонсированные «умные» очки ИИ-ассистентом Quark¹³⁵.

Производители снизили стоимость премиальной гарнитуры до 1,8 тыс. долл.

Несмотря на стагнацию рынка классических AR/VR-гарнитур, не все вендоры отказались от идеи выпустить востребованный и относительно доступный продукт в этой сфере. Например, Samsung и Google, закрывшие совместный проект по разработке мобильных AR/VR-гарнитур еще пять лет назад, в 2025 году представили новый работающий прототип AR/VR-гарнитуры – новую Galaxy XR (проект был анонсирован в 2024 году под названием Project Moohan), которая, как ожидается, станет первым продуктом на базе новой платформы Android XR, предназначенной для умных очков и гарнитур (на базе Android и Google Assistant Gemini). При этом стоимость Galaxy XR составляет 1,8 тыс. долл. (для США и Южной Кореи), что дороже стандартного и массового решения от Meta (Meta Quest 3, 500 долл.), но почти в два раза дешевле «премиальной» Vision Pro от Apple (3,5 тыс. долл.). Остальные игроки рынка настроены не так оптимистично.

В частности, на фоне стагнирующих продаж AR/VR-гарнитур и сдвигом инвестиционных приоритетов в сторону ИИ и носимых устройств, Meta* провела реструктуризацию своего подразделения Reality Labs (прибыль 1 млрд долл., убытки 5 млрд долл. только за 4-й квартал 2024 года), в том числе сократила часть сотрудников Oculus Studios, работающей над Oculus Rift, и часть команды AR/VR-приложения для фитнеса Supernatural¹³⁶.

Крупные ритейл-платформы и маркетплейсы снижают количество возвратов товаров на 25–40% за счет внедрения AR в процессы продаж

Технологии дополненной реальности всё шире применяются в маркетинге и продажах, в первую очередь в крупном онлайн-ритейле. Так, в 2025 году Google обновила «виртуальную примерочную» (Virtual Try-On), интегрировав ИИ и AR в поисковую выдачу для массовых потребительских товаров (одежда, косметика). Функция позволяет пользователям «примерить» выбранную одежду за счет генеративного ИИ, осуществляющего рендеринг товаров на загруженном фото пользователя или на одной из моделей на выбор. К программе «виртуальной примерочной» уже подключились крупные глобальные игроки – H&M, Levi's, Dior (косметика)¹³⁷. Схожие решения активно развивает Alibaba. В частности, в 2025 году компания анонсировала выпуск «умных очков», в которых, помимо всего прочего, будет представлена функция AR-шопинга (AR-примерка, варианты доставки, цены, отзывы) с возможностью бесшовной навигации и оплаты через Alipay / Taobao¹³⁸. В этом плане крупные платформы-интеграторы следуют за отдельными брендами, уже вложившимися в соответствующие технологии (Nike и приложение Nike Fit, L'Oréal и платформа ModiFace). Широкое распространение технологии – прямое следствие ее эффективности: по данным исследований 2025 года, наличие «виртуальной примерочной» и AR-визуализации товаров снижает количество возвратов на 25–40% (в зависимости от платформы) и заметно увеличивает конверсию.

*Признана в России экстремистской организацией и запрещена

RU Ключевые тренды в России

Рынок AR/VR в России разрознён (в том числе из-за отсутствия крупных вендоров, способных вкладываться в соответствующие программно-аппаратные решения класса AR/VR-гарнитур или умных очков). Тем не менее AR/VR применяются в менее технологичных областях и сферах. Как и за рубежом, основное «негарнитурное» направление использования AR/VR (в паре с ИИ) – создание «виртуальных примерочных» и аналогичных сервисов. Так, в 2025 году сервисы «виртуальной примерки» запустил маркетплейс Wildberries («клиентская примерка»)¹³⁹, маркетплейс Lamoda анонсировал¹⁴⁰ создание соответствующего сервиса (в паре с «онлайн-стилистом»; предыдущие опыты компании в этой сфере были признаны неудачными), а компания МТС запустила «ИИ-стилиста» (для тарифа «РИИЛ») – рекомендательную систему, которая может подобрать гардероб или улучшить имеющийся «лук»¹⁴¹.

Российские фэшн-бренды, в отличие от зарубежных, конкретные продукты в этой области пока не представили.

Помимо онлайн-ритейла, проекты, использующие AR/VR, реализуются в сфере туризма и индустрии развлечений, однако самые заметные инициативы в этой сфере были запущены в 2024 году (метавселенная ВДНХ, виртуальная экскурсия в московском парке «Зарядье», цифровые арт-объекты в г. Арзамасе).

Тенденции в нормативном регулировании в мире

В мировой практике пока не существует устойчивых и эффективных методов регулирования технологий дополненной и виртуальной реальности (AR/VR)

К виртуальным средам в основном применяется действующее законодательство (авторское право, интеллектуальная собственность, защита данных и др.). При этом виртуальная и дополненная реальность — не просто новая технология, требующая разработки технических стандартов. В силу своих особенностей эти технологии нуждаются в принципиально новых правовых подходах и решениях.

Сложность правового регулирования VR обусловлена тем, что создание иллюзии реального мира формирует совершенно новый способ социального взаимодействия. Виртуальные среды оказывают сильное психофизическое влияние на пользователей, зачастую сопоставимое с воздействием реального мира. Например: драка в VR с использованием средств имитации тактильного контакта — это распространение видеоконтента или физическое воздействие?

С одной стороны, перенос правовых норм из других сфер ИТ-технологий невозможен без их переосмысления и адаптации к особенностям VR ввиду высокой степени воздействия на человека. С другой стороны, виртуальная

реальность остаётся имитируемым миром, а значит, к ней неприменимы нормы, регулирующие физические взаимодействия.

Ближе всего к решению данного вопроса подошли в Южной Корее: в последние несколько лет там разрабатывают руководство по этике для метавселенных. Кроме того, в 2025 году южнокорейский суд создал прецедент. В деле о клевете он постановил, что оскорбления в сети, направленные на цифровых аватаров музыкальной группы Plave, равносильны клевете в отношении людей, стоящих за ними.

RU Тенденции в нормативном регулировании в России

В России также отсутствует системное регулирование технологий AR/VR, а также отдельное регулирование виртуальных сред (метавселенных), работающих на базе этих технологий

В российском законодательстве AR/VR упоминаются преимущественно в стратегических и программных документах, таких как:

- Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»;
- Национальный проект «Экономика данных и цифровая трансформация государства».

Кроме того, эти технологии затрагиваются в отдельных отраслевых нормативных актах. Например, в Приказе Минцифры России от 31.01.2023 № 62 «Об утверждении классификатора программно-аппаратных комплексов и Правил применения классификатора программно-аппаратных комплексов» (раздел «Программно-аппаратный комплекс виртуальной реальности»).

На уровне технологического регулирования приняты следующие стандарты в области AR/VR:

- Национальный стандарт Российской Федерации. Информационные технологии в обучении, образовании и подготовке. Руководящие указания по контенту виртуальной реальности с учётом человеческого фактора. Часть 1. Рекомендации по использованию контента виртуальной реальности¹⁴².
- Национальный стандарт Российской Федерации. Информационные технологии. Компьютерная графика, обработка изображений и представление данных об окружающей среде. Представление сенсоров в смешанной и дополненной реальности¹⁴³.

Согласно Перспективному плану стандартизации в области передовых производственных технологий на 2025–2030 гг., до конца 2026 года планируется принять ряд стандартов, основанных на международных стандартах ISO.

139 140 141 142 ГОСТ Р 72027.1-2025, утверждён и введён в действие Приказом Росстандарта от 21.04.2025 № 336-ст 143 ГОСТ Р 72027.2-2025, утверждён и введён в действие Приказом Росстандарта от 21.04.2025 № 337-ст

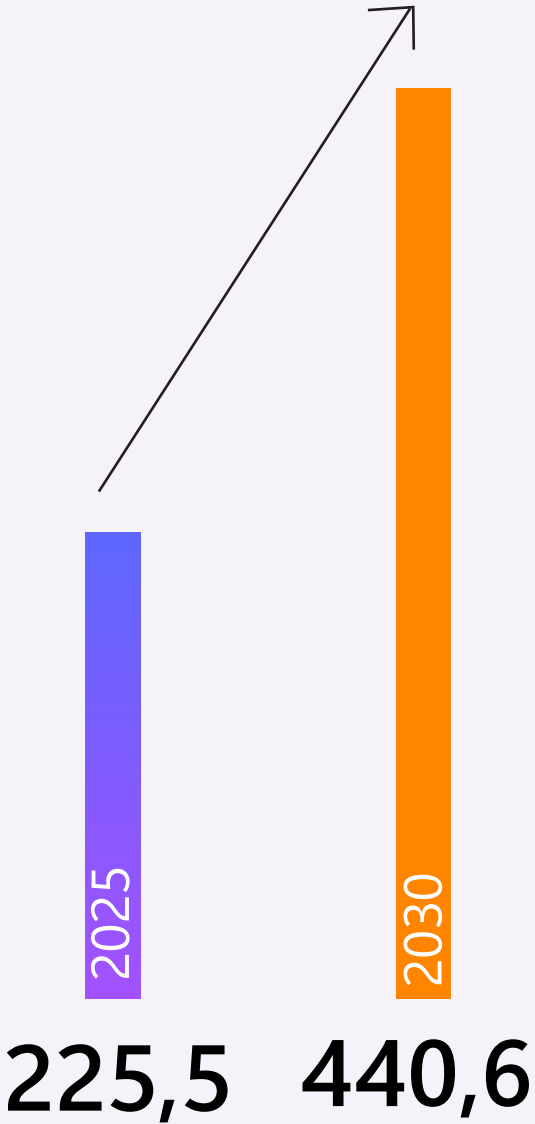
ПОИСКОВО- РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



Объем
мирового
рынка
поисковых
систем

млрд долл.

CAGR 11,8%



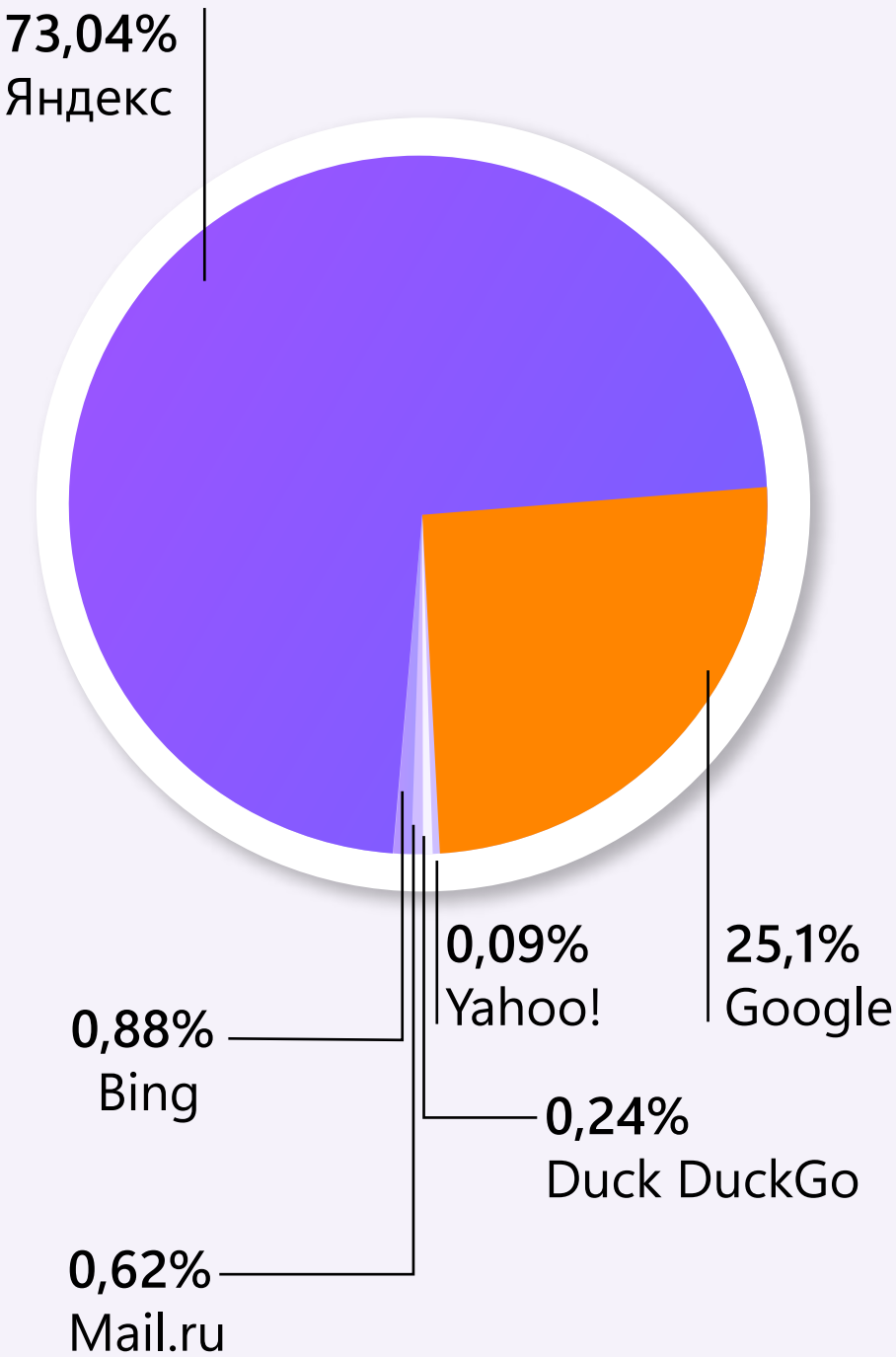
ТОП – 5

Основных
рыночных
игроков
на рынке

в декабре 2025 (MAU)



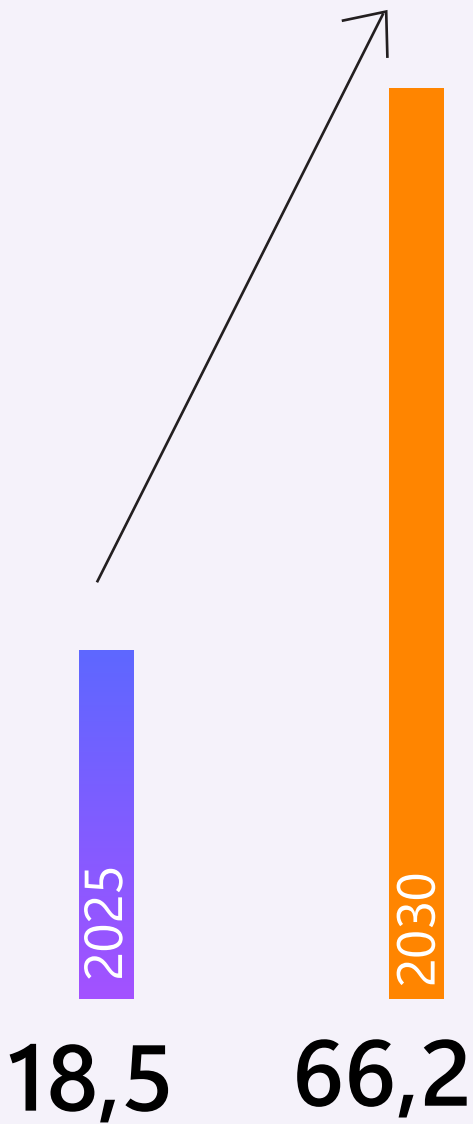
Доля поисковика
от общего числа
запросов в России¹⁴⁴
в декабре 2025 г.



Объем рынка
поисковиков
с функцией ИИ
в мире

млрд долл.

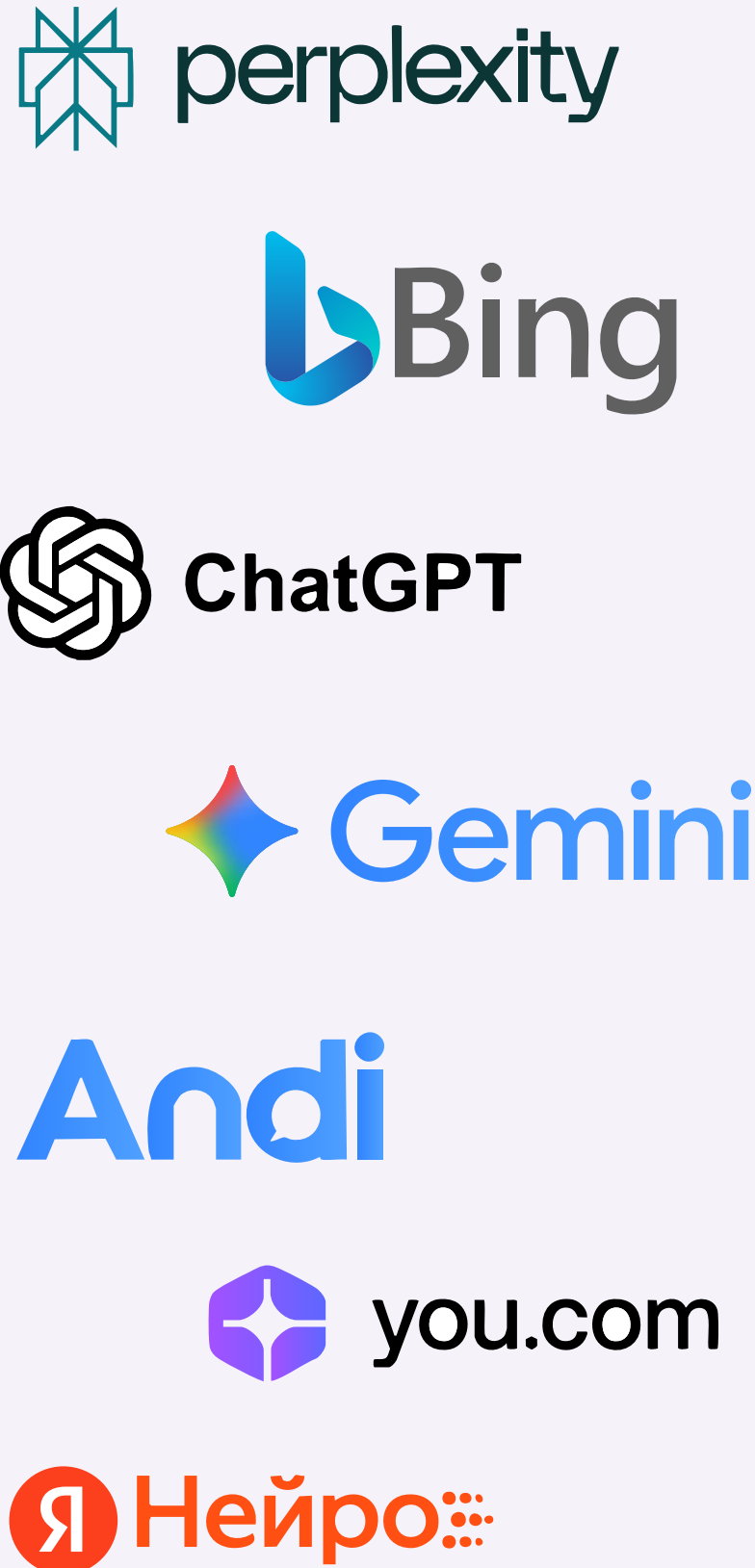
CAGR 14%



Источники:
Future Market Insights

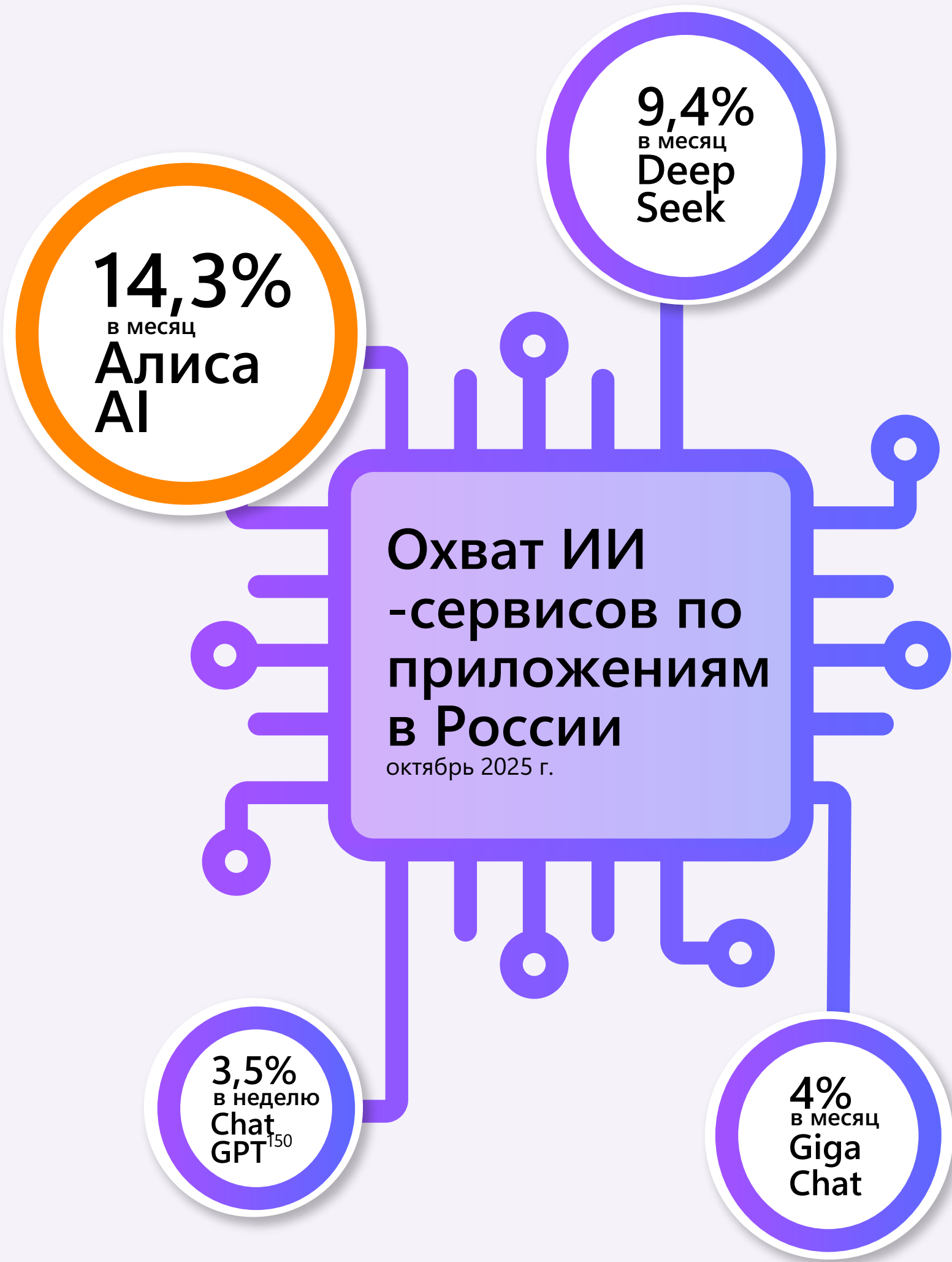
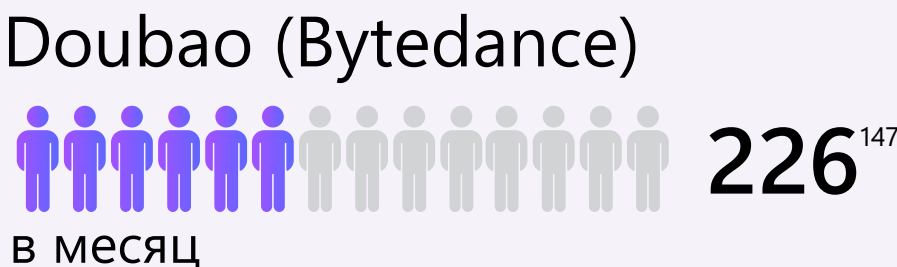
ТОП – 7

нейро-
поисковиков



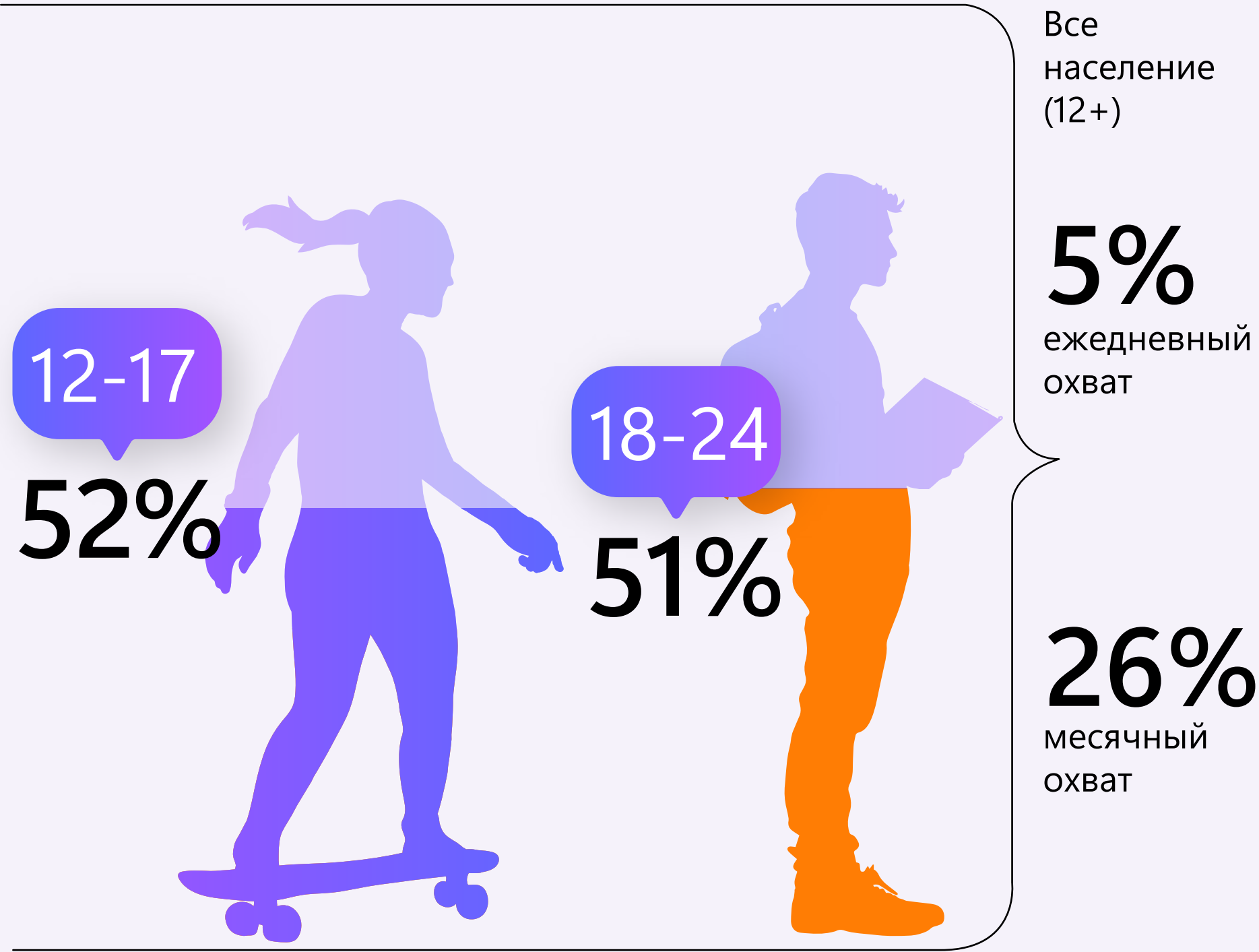
Аудитория сервисов нейросетей – мир

млн пользователей



Общий охват ИИ-сервисов в России¹⁵¹

в октябре 2025 г.



🌐 Ключевые тренды в мире

Диалоговый генеративный ИИ-поиск становится новой нормой

К осени 2025 года диалоговый ИИ-поиск окончательно закрепился как массовый формат получения информации. По состоянию на октябрь аудитория ChatGPT уже превышала аудиторию ИИ-обзоров Google, 2,8 млрд пользователей в месяц против 2 млрд. ИИ-обзоры и поисковые чат-боты позволяют получать ответы напрямую от модели, без перехода на внешние сайты. В результате поиск всё заметнее превращается в диалоговую систему с уточняющими вопросами, быстрыми обзорами и подсказками, а функциональность чат-ботов и классических поисковиков быстро сближается.

Главным драйвером этого перехода остаётся Google. В 2025 году компания расширила ИИ-саммаризацию в поиске и запустила экспериментальный ИИ-режим (AI Mode), который позволяет задавать более сложные запросы и получать полностью сгенерированные ИИ ответы.

Одновременно в 2025 году стали очевидны и последствия такого перехода для трафика. По данным Pew Research Center, наличие AI Overviews заметно сокращает число переходов по ссылкам. Если в обычном поиске по ссылкам переходят 15% пользователей Google, то при наличии ИИ-обзора только

8%. Эти выводы подтверждают и данные издателей. Например, Daily Mail сообщила, что при включённой функции AI Overviews число кликов по ссылке даже на первой странице выдачи падает на 80–90%. Это вынуждает медиа и онлайн-ресурсы обращаться с жалобами к регуляторам.

Поисковые ИИ-агенты встраиваются в браузеры

Параллельно вендоры активно встраивают поисковые ИИ-агенты в браузеры. Их основная задача заключается в том, чтобы упростить пользователю выполнение повседневных действий, связанных с поиском и работой в интернете, включая саммаризацию вкладок, покупки, бронирование и ответы на письма. Пользовательская база таких решений постепенно растёт, а среди встроенных браузерных агентов по числу пользователей лидирует Google Project Mariner с аудиторией около 0,58 млн чел. в месяц.

В 2025 году подобный функционал появился сразу в нескольких крупных браузерах. Google внедряет Project Mariner в Chrome, Opera развивает Browser Operator, Microsoft добавила в Edge режим Copilot Mode. Firefox подключил поисковый ИИ-модуль Perplexity. Кроме того, собственные ИИ-браузеры вывели на рынок Perplexity с проектом Comet и OpenAI с ChatGPT Atlas. В результате ИИ постепенно становится не отдельной надстройкой, а встроенным интерфейсом навигации, поиска и повседневных действий в интернете.

RU Ключевые тренды в России

Развитие отечественных сервисов ИИ

В 2025 году Яндекс построил нейросеть Алиса в свои поисковые сервисы. Обновлённая модель YandexGPT 5 Pro позволила генерировать тексты и изображения прямо в интерфейсе поисковика. При этом мультимодальный «Поиск с Нейро» появился у Яндекса ещё в 2024 году. Кроме того, Яндекс внедрил чат-бота Алиса AI в приложении Яндекс Go с типовым агентным функционалом, включая бронирование ресторанов, сравнение цен и

оформление доставки. Как и в случае с зарубежными платформами, внедрение ИИ-саммаризации в поиске Яндекса и Google привело к снижению органического трафика российских новостных и информационных ресурсов.

По оценкам 2025 года, среднее падение составило около 30%, а в зависимости от ниши от 15 до 60% с начала года. В частности, издательский дом «Коммерсантъ» сообщал о снижении показов через Яндекс с 86,3 до 78 млн, а через Google с 62,5 до 51,7 млн. РБК, в свою очередь, оценивал годовое падение трафика на отдельных тематических проектах в диапазоне от 5 до 50%.



Тенденции в нормативном регулировании в мире

Антимонопольное давление на Google

Министерство юстиции США 2 сентября 2025 года сообщило о судебном решении по делу о доминировании Google в поиске. Суд запретил Google заключать и поддерживать эксклюзивные соглашения о распространении Google Search, поэтому партнёры вроде производителей устройств и браузеров могут выбирать и предустанавливать несколько поисковых вариантов, а не быть привязанными к одному.

Одновременно суд обязал Google дать «квалифицированным конкурентам» доступ к части данных по поисковому индексу и взаимодействиям пользователей и предложить синдикацию результатов поиска и поисковой текстовой рекламы. Это снижает порог входа, потому что у конкурентов появляется доступ к данным, чтобы улучшать качество поиска и зарабатывать на рекламе¹⁵².

Но нужно учитывать, что из-за масштаба инфраструктуры и накопленного преимущества Google догнать его будет сложно и это займёт время¹⁵³.

Регулирование Google Search как системно значимой платформы в Евросоюзе

В рамках Закона о цифровых рынках в Евросоюзе, онлайн-поисковики отнесены к ключевым платформенным сервисам, а Alphabet, включая Google Search, признана компанией, контролирующей доступ к рынку. Это означает не разбирательство по отдельному нарушению, а постоянный набор специальных обязанностей и ограничений. Для Google они включают запрет на продвижение собственных сервисов в поисковой выдаче за счёт конкурентов, а также обязанность делиться данными о запросах и кликах с альтернативными поисковыми системами.

В 2025 году эти нормы начали применяться на практике. 19 марта Европейская комиссия сообщила Alphabet о предварительной оценке, согласно которой отдельные функции Google Search могут создавать более выгодные условия для собственных сервисов компании в ущерб конкурентам и тем самым нарушать требования равного и недискриминационного обращения¹⁵⁴.

RU Тенденции в нормативном регулировании в России

Правовое регулирование поиска экстремистских материалов в России

В 2025 году в России ввели административную ответственность за умышленный поиск заведомо экстремистских материалов и получение доступа к ним¹⁵⁵. Закон вступил в силу с 1 сентября 2025 года. Санкция для граждан по этой статье составляет штраф от 3 000 до 5 000 руб. Норма привязана к материалам, включённым в федеральный список экстремистских материалов, и к ситуации, когда доказывается, что человек действовал именно умышленно и понимал характер материала.

10 декабря 2025 года ряд крупных источников сообщил о первом назначенном штрафе по новой статье за поиск экстремистских материалов. Фигурировал житель Свердловской области, в материалах указывалось, что протокол связан с поиском и чтением материалов про организации, которые в России имеют статус экстремистских или террористических, и что сам привлечённый утверждал, что специально ничего не искал и вину не признаёт¹⁵⁶.

Новые правила работы поисковиков с требованиями Роскомнадзора

В 2025 году Роскомнадзор обновил порядок взаимодействия с операторами поисковых систем в ситуации, когда речь идет об информационном ресурсе иностранного лица, которое ведет деятельность в интернете на территории России. Приказ № 8 описывает, как Роскомнадзор направляет поисковику требование прекратить выдачу сведений о таком ресурсе. Приказ № 7 описывает, как Роскомнадзор направляет поисковику требование информировать пользователей о нарушении российского законодательства со стороны такого иностранного лица. Оба приказа зарегистрированы в Минюсте 16 апреля 2025 года и вступили в силу 28 апреля 2025 года¹⁵⁷.

Требование формируется в электронном виде, подписывается электронной подписью и направляется оператору поисковой системы в течение суток с момента принятия решения. При направлении указываются дата и номер решения, а также сведения, которые позволяют точно опознать ресурс в интернете, в частности доменное имя и сетевой адрес. Требование направляется способом, который позволяет подтвердить его получение, в том числе на адрес электронной почты оператора, размещенный на его официальном сайте.

152

153

154

155 Норма введена Федеральным законом от 31.07.2025 № 281-ФЗ и закреплена в КоАП РФ как статья 13.53

156

157

ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ГЕНЕРАЦИИ И АДАПТАЦИИ КОНТЕНТА

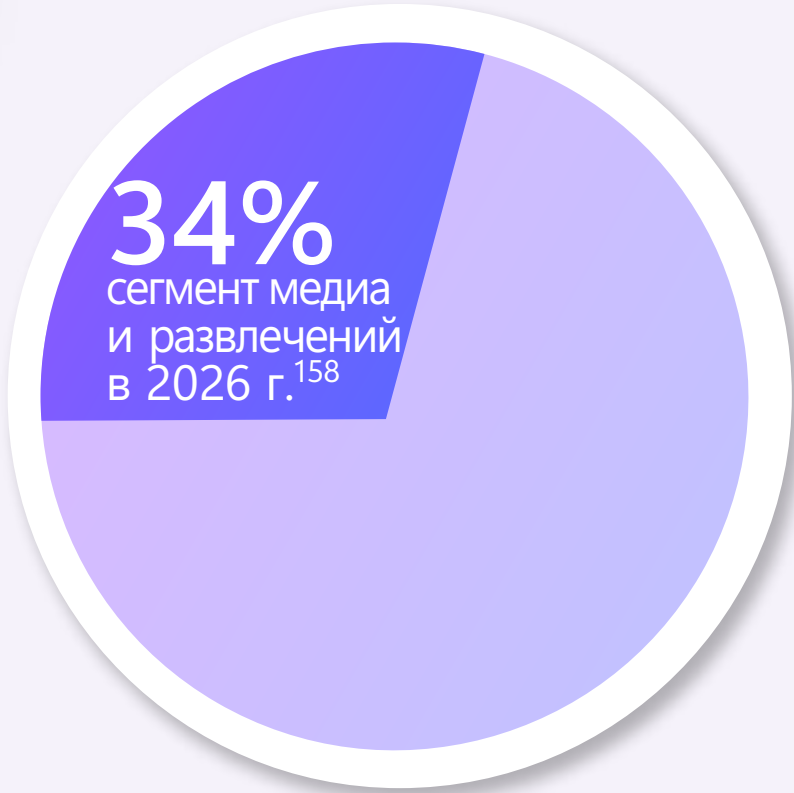
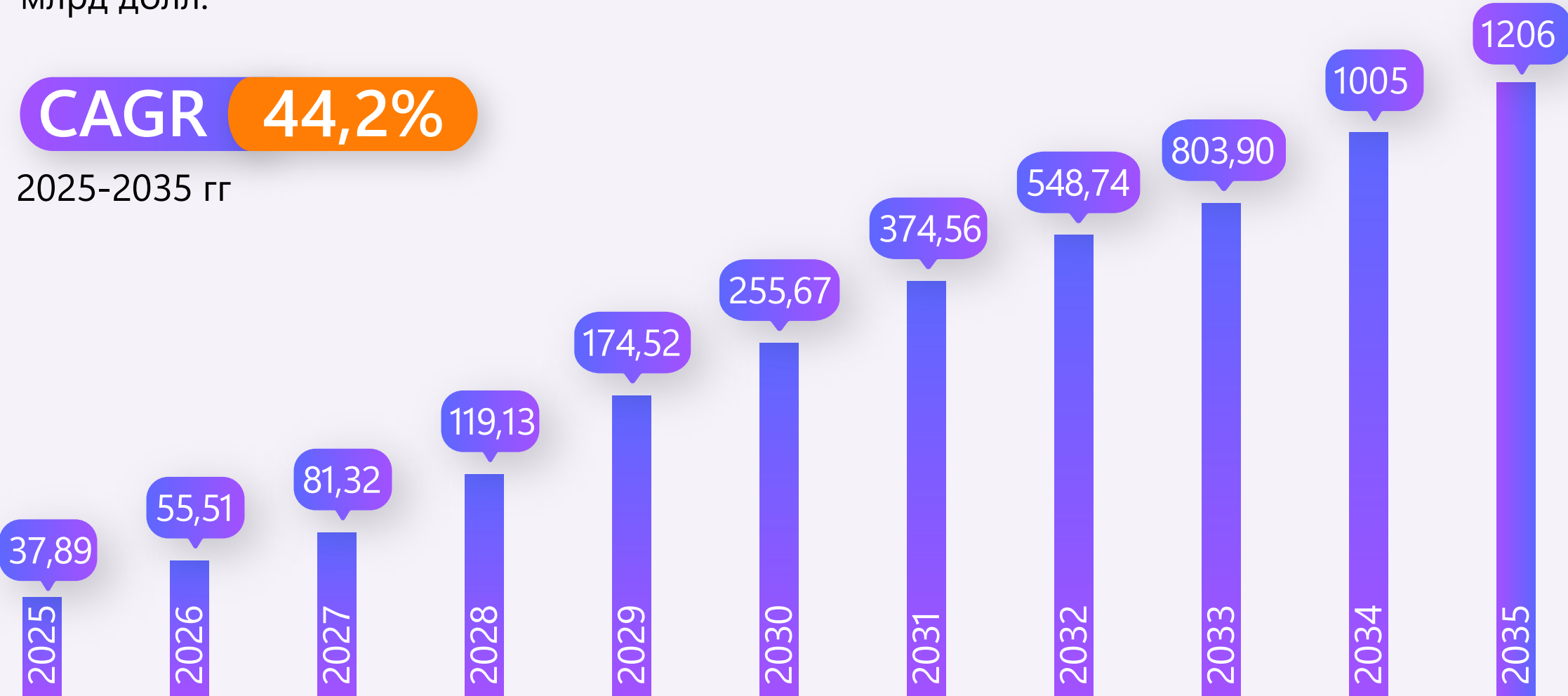


Объем рынка решений для генеративного ИИ

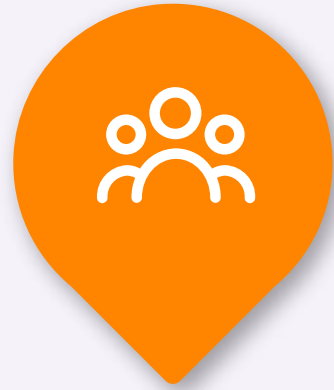
млрд долл.

CAGR 44,2%

2025-2035 гг



Корпоративный рынок генеративного ИИ в России



71% крупных компаний используют GenAI как минимум в одной бизнес-функции

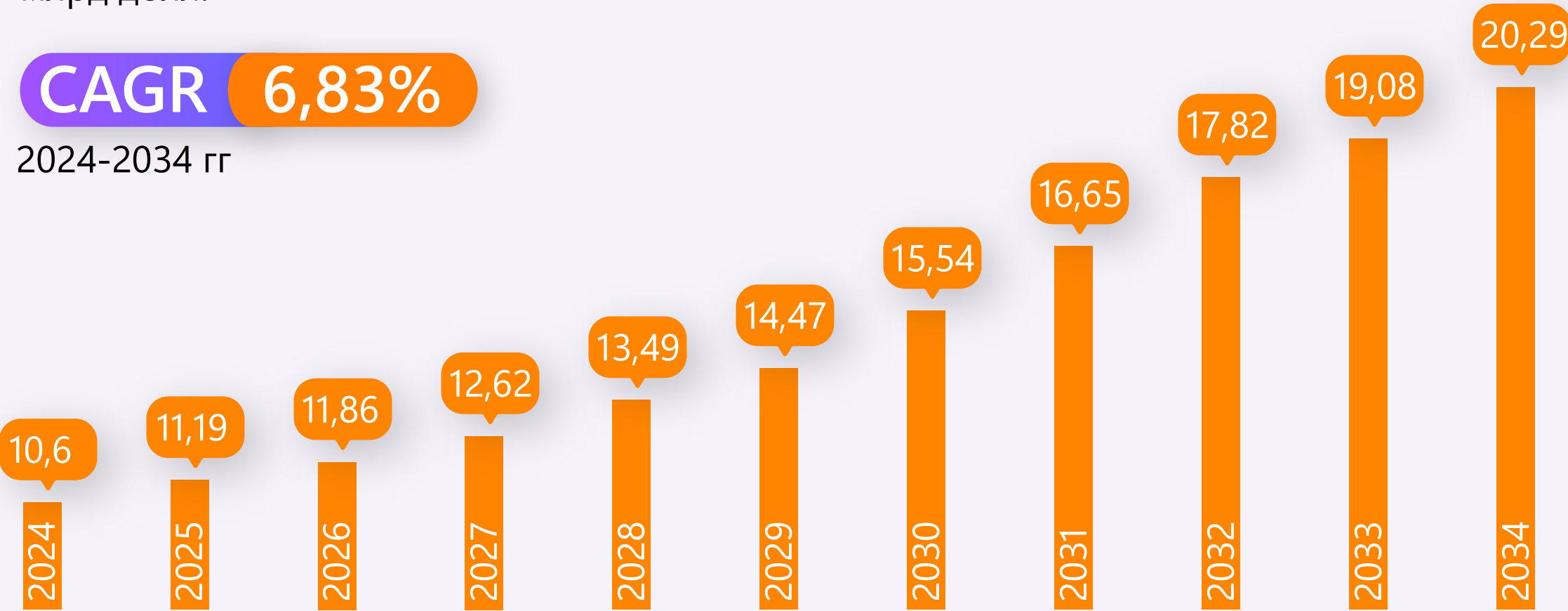
на 17% выше 2024 г. ¹⁵⁹

Размер рынка визуальных эффектов (VFX)

млрд долл.

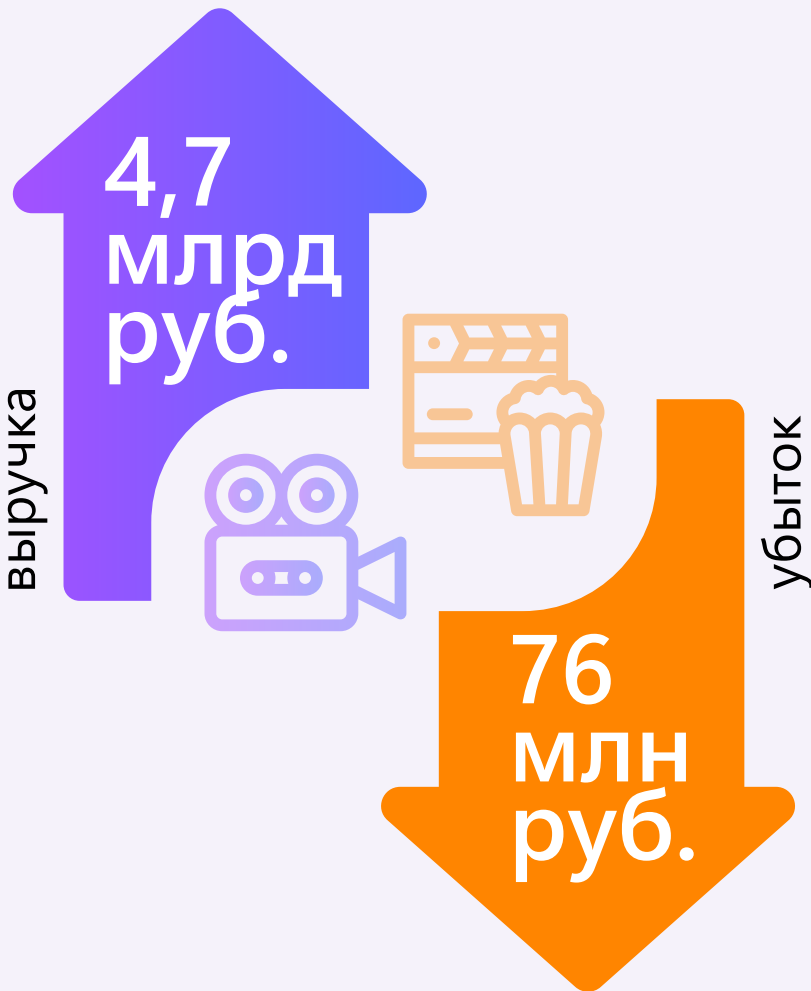
CAGR 6,83%

2024-2034 гг



Показатели студий по созданию спец-эффектов в Москве

в 2022-2024 гг. ¹⁶¹



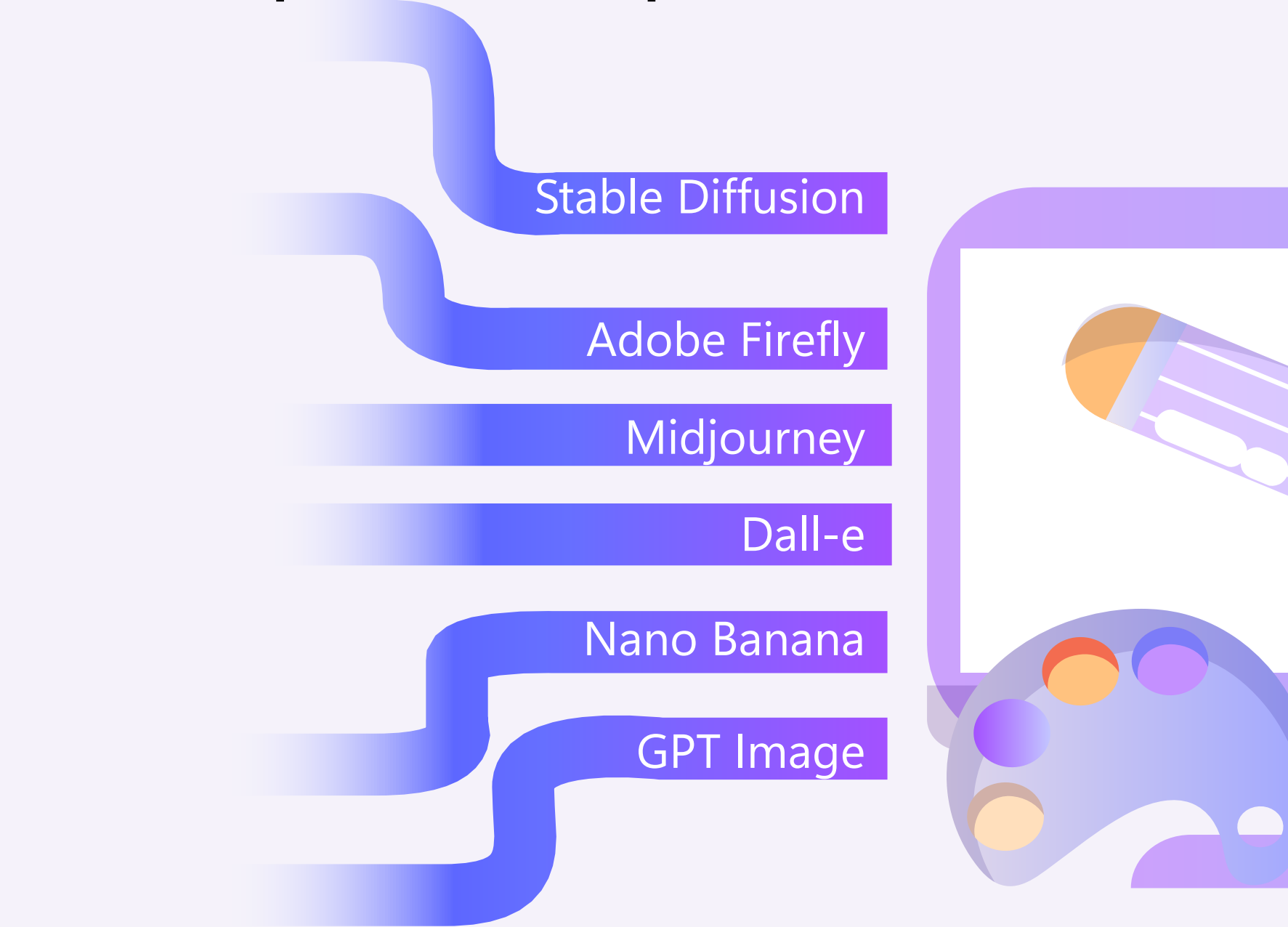
Ключевые игроки рынка генерации визуальных эффектов



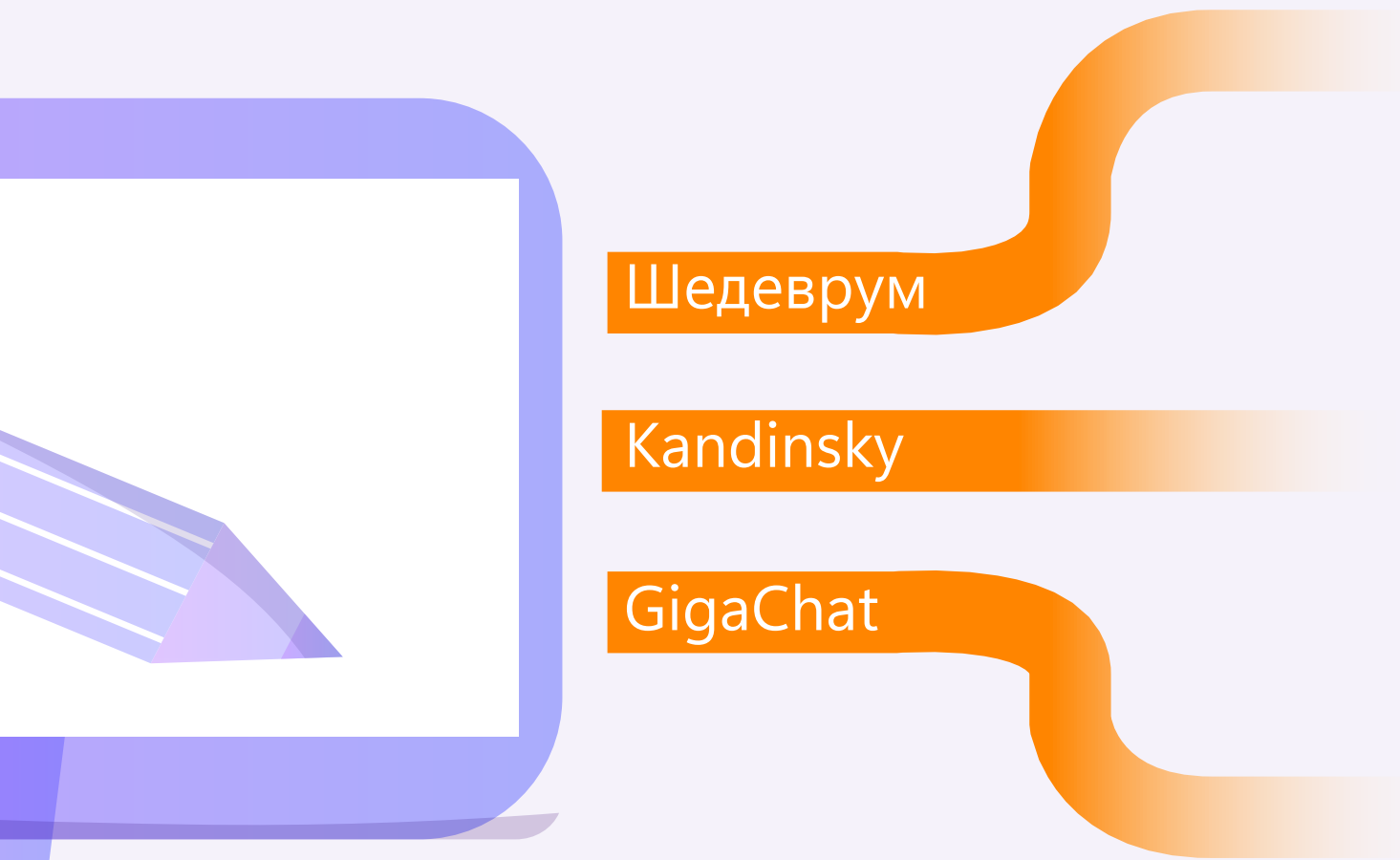
Ключевые студии визуальных эффектов в России



Мировые пользовательские ИИ-решения для генерации изображений



Российские пользовательские ИИ-решения для генерации изображений



Потребительский рынок генеративного ИИ в России

К концу 2025 года интерес к искусственному интеллекту среди интернет-активных россиян стал практически массовым. О заинтересованности этой темой заявили 92% респондентов, а 70% уже имели опыт использования нейросетей. При этом среди тех, кто пользуется такими сервисами, каждый второй обращается к ним не реже одного раза в неделю. Также замечен запрос на локальные продукты. 44% пользователей предпочли бы российские нейросети, тогда как зарубежные выбрали 22%¹⁶².

🌐 Ключевые тренды в мире

Качество ИИ-моделей для генерации видео резко растёт

В 2025 году генерация видео стала одним из самых быстрорастущих сегментов ИИ.

Google представила Veo 3 с нативной генерацией аудио, улучшенной физикой движения, более стабильными персонажами и расширенным набором кинематографических эффектов, хотя длительность роликов по-прежнему ограничена 8 секундами¹⁶³. Также произошёл запуск Sora 2 от OpenAI через веб и отдельное приложение Sora¹⁶⁴.

По сравнению с первой версией модель научилась генерировать видео со звуком, лучше передавать физику движений, поддерживать более широкий набор визуальных стилей и включать в ролики людей при наличии разрешения. Также увеличилась длительность генерации, до 15 секунд в бесплатной версии и до 25 секунд в Pro, где появился режим Storyboard. В конце марта 2026 года OpenAI прекратила поддержку приложения, чтобы сосредоточиться на ChatGPT.

На рынок text-to-video вышла и Midjourney, выпустившая модель V1, создающую четыре пятисекундных ролика по изображению. В результате ИИ-видео в 2025 году приблизилось к уровню прикладного медиапроизводства¹⁶⁵.

Медийные компании начинают встраивать генеративный ИИ в видео-продакшен

В 2025 году крупные медиакомпании перешли от тестов к первым прикладным кейсам. Самый заметный пример показал Netflix, впервые использовавший ИИ для финального видеоряда в сериале The Eternaut. По оценке компании, генерация сцены обрушения здания позволила ускорить производство примерно в 10 раз по сравнению с обычными VFX-инструментами.

Параллельно Netflix начал тестировать Runway AI (ИИ-сервис для генерации и редактирования изображений, видео и аудио), а Amazon Prime Video запустил эксперимент с ИИ-дубляжом для 12 тайтлов на английский и американский испанский¹⁶⁶.

Одновременно появляются новые игроки, ориентированные уже на полноценную ИИ-генерацию фильмов и сериалов. В 2025 году Wonder Studios, созданная при участии выходцев из Google DeepMind и OpenAI, привлекла 12 млн долл.¹⁶⁷.

Юридические споры вокруг данных для обучения ИИ сохраняются

Наряду с технологическим прогрессом усиливаются и правовые конфликты вокруг использования защищённого контента для обучения моделей. Крупнейшим событием стало урегулирование, по которому Anthropic со-

гласилась выплатить авторам более 1,5 млрд долл. за использование книг при обучении Claude. В середине 2025 года Disney и Universal также подали иск против Midjourney.

В то же время в декабре 2025 года сообщалось, что Disney и OpenAI заключили лицензионное соглашение, по которому анимационная студия станет партнёром по контенту для платформы Sora, которая является сервисом для создания коротких видеороликов с использованием генеративного искусственного интеллекта¹⁶⁸. В связи с закрытием Sora сотрудничество в марте 2026 года также было прекращено.

Поиск новых моделей лицензирования

Также рынок начал искать новые модели лицензирования. В сентябре 2025 года Reddit, Yahoo, Quora и Medium представили стандарт Really Simple Licensing, который дополняет robots.txt инструкциями для ИИ-ботов и описывает условия использования и компенсации за контент.

Одновременно из-за дефицита качественных и легально доступных данных Big Tech всё активнее переходит к синтетическим данным, что поддерживает рост рынка решений для их создания и управления¹⁶⁹.



RU Ключевые тренды в России

Российский BigTech продолжает развивать собственные B2C-решения в сфере генеративного ИИ

Так, в 2025 году Сбер представил обновлённую модель Kandinsky 4.1 Video для генерации видео¹⁷⁰. За счёт новой архитектуры она обеспечивает более высокое соответствие промпту, лучшее визуальное качество, более реалистичную генерацию движений и физики. Модель способна создавать ролики длительностью до 10 секунд, включая HD-разрешение. Позднее Сбер анонсировал Kandinsky 5.0 и открыл доступ к ряду моделей, фактически переведя часть линеек GigaChat и Kandinsky в open source, что позволит независимым разработчикам использовать и разворачивать модель у себя.

VK, в свою очередь, представила AI Persona от VK Predict, сервис для маркетологов на базе LLM, который использует как собственные данные пользователя, так и обезличенные данные экосистемы VK. Решение позволяет описывать сегменты аудитории, анализировать различия в интересах и использовать эти данные для генерации кастомизированных креативов¹⁷¹.

Рост спроса на профессиональные ИИ-решения в медиа

Генеративные инструменты начинают применять и крупные российские медиакомпании. В 2025 году одним из наиболее активных пользователей таких технологий был «Газпром-Медиа Холдинг». ГенИИ использовался, в частности, на студии «Ярко» для генерации прототипов персонажей и компиляции отдельных элементов сценария. В дальнейшем холдинг планирует внедрить ИИ-ассистента для креаторов на Rutube.

При этом существующий спрос на технологии генерации контента остаётся обеспечен не полностью. По опросам, около 62% российских геймдев-студий сталкиваются с зависимостью от зарубежных ИИ-сервисов, прежде всего для генерации и обработки изображений и арт-ассетов (цифровых объектов для арт-дизайна)¹⁷².

В результате крупные медийные компании и платформы либо продолжают использовать внешние решения, либо вынуждены инвестировать в собственные разработки.

Показателен пример Wink, который в 2025 году провёл отраслевой хакатон Wink AI Challenge, где команды работали над ИИ-ассистентами для кинопроизводства, включая автоматический разбор сценариев и их превизуализацию¹⁷³. Это показывает, что российский рынок уже формирует устойчивый спрос на профессиональные ИИ-инструменты, но предложение в этом сегменте пока отстаёт от потребностей индустрии.

Тенденции в нормативном регулировании в мире

Руководство Японии по внедрению генеративного ИИ в госсекторе

В конце мая 2025 года Digital Agency¹⁷⁴ Японии утвердило руководство о том, как государственным органам закупать и использовать генеративный ИИ для задач публичного управления. Документ появился как практический ответ на быстрый рост генеративных технологий и нужен, чтобы органы власти могли внедрять такие системы с управлением рисками, а не точечно и без единых правил¹⁷⁵. Руководство описывает, как выстраивать управление такими проектами внутри государства. Предусмотрены механизмы консультаций и экспертного сопровождения для случаев, где риски выше обычных. При этом руководство не распространяется на системы, которые работают с особо чувствительными областями вроде национальной безопасности и поддержания общественной безопасности и порядка.

Пилотные проекты генеративного ИИ в государственном секторе ЕС

Весной 2025 года Еврокомиссия запустила конкурс в рамках Digital Europe Programme на пилотные проекты по внедрению генеративного ИИ в публичных администрациях. Цель не в новом законе, а в том, чтобы профинансировать внедрения и собрать прак-

тику, которая потом станет типовыми требованиями для госсектора.

Формат реализуется в виде создания консорциумов, где ключевую роль играют органы власти национального, регионального или местного уровня. Пилоты должны давать измеримый эффект, а также учитывать управление рисками, кибербезопасность, соблюдение GDPR и обязательный человеческий контроль¹⁷⁶.

Изменения в регулировании генеративного ИИ в США

Белый дом в январе 2025 года обозначил курс на снижение регуляторных барьеров для укрепления лидерства США в сфере искусственного интеллекта и инициировал подготовку нового AI Action Plan. Это показывает, что американский подход в данный период оставался скорее стимулирующим инновации, чем ориентированным на введение обязательных предварительных требований для всех разработчиков, как это происходит в Европейском союзе¹⁷⁷. Вместе с тем к концу 2025 года в США начали формироваться первые заметные нормы на уровне отдельных штатов. Так, в Калифорнии был принят закон SB 53, который обязывает разработчиков таких систем публиковать рамки безопасности и лучшие практики, создавать механизмы уведомления о критических инцидентах, связанных с безопасностью, а также закрепляет защиту информаторов и расширяет полномочия генерального прокурора в сфере надзора¹⁷⁸.

170 171 172 173 174 Digital Agency это центральное правительственное ведомство Японии, которое отвечает за цифровую трансформацию государства и координацию цифровой политики 175 176 177 178

RU Тенденции в нормативном регулировании в России

Формирование рамок регулирования ИИ в России до 2030 года

В августе 2025 года стало известно, что Минцифры готовит проект концепции регулирования технологий ИИ до 2030 года. Это документ, который задает направление будущего регулирования. Он фиксирует базовые принципы, приоритетные сферы и набор рисков, которые государство планирует снижать¹⁷⁹.

Для продуктов, которые генерируют и адаптируют контент, ключевой смысл в том, что государство формулирует общие правила игры. Упоминаются ориентация на интересы человека, недопущение вреда, технологический суверенитет и требование не вводить пользователей в заблуждение относительно природы ИИ.

Также поднимается вопрос прав на результаты, созданные с применением ИИ, и поиск баланса между развитием технологий и защитой прав граждан и интеллектуальной собственности. Концепция разработана совместно с Альянсом в сфере искусственного интеллекта и основана на опыте крупнейших игроков рынка, прежде всего разработчиков ИИ¹⁸⁰.

Эксперимент по использованию генеративного ИИ в государственном управлении

Летом 2025 года на обсуждение вынесли проект постановления правительства о проведении эксперимента по использованию генеративного ИИ в государственном управлении. Смысл эксперимента в том, чтобы протестировать применение генеративных моделей на типовых задачах органов власти и оценить эффект для скорости и качества работы, прежде чем переводить такие решения в массовую практику.

В документе описывается организация эксперимента. Координатором назначается Минцифры. Оно должно определить методические правила, требования к используемым ИИ-моделям и порядок отчетности по результатам. В публичных описаниях также подчеркивалось, что участие ведомств предполагается добровольным. Отдельно обозначается ограничение по чувствительным данным. Сценарии использования должны исключать работу с государственной тайной и другими категориями информации повышенной чувствительности¹⁸¹.

В продолжение работы в ноябре 2025 года Президент Российской Федерации В.В. Путин поручил Правительству Российской Федерации и регионам сформировать национальный план и штаб по внедрению генеративного ИИ по всей стране.



ТЕХНОЛОГИИ РАСПОЗНАВАНИЯ СГЕНЕРИРОВАННОГО КОНТЕНТА



Объем рынка
распознавания
дипфейков
млрд долл., 2025 г.



CAGR 28,8%

Ключевые
игроки
рынка в России

Vision Labs
MWS AI
Контур

Vision Labs (входит в МТС) разрабатывает решения компьютерного зрения для распознавания лиц и объектов. Ее система Deepfake Detection внедряется в банках России, Казахстана, Узбекистана и Кыргызстана. В 2025 году сервис мог принести компании до 150 млн руб.¹⁸⁴.

Ключевые
игроки
в мире

Hive
Pindrop
Turnitin
Copyleaks
GPTZero

Продукт MWS AI (бывшая MTS AI, представлена МТС в начале 2025 года) предназначен для выявления дипфейков, сгенерированного контента, включая аудио, а также запрещенных кадров в фото и видео. Решение применяется в телекоме, HR, образовании, соцсетях и медиа.

Контур в 2025 году запустил в сервисе Контур.Толк детектор дипфейков, став первым в России сервисом видеосвязи с функцией выявления сгенерированного контента во время онлайн-встреч¹⁸⁵.

Мошенничество с дипфейками в мире

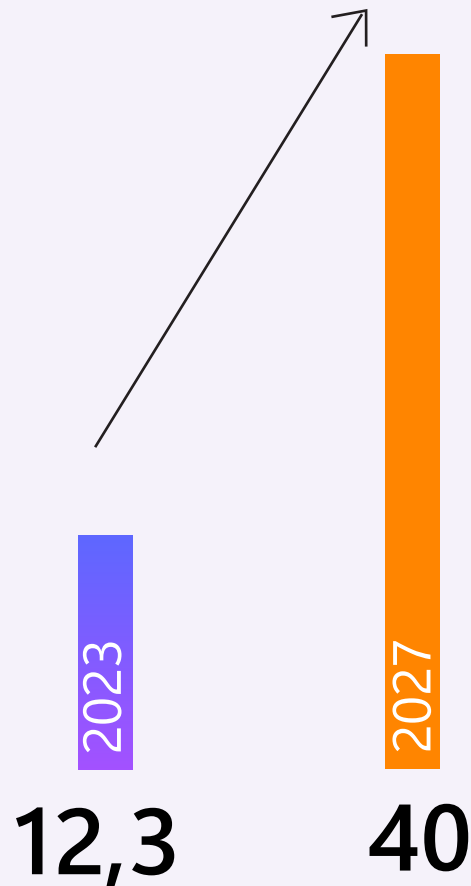
В 2025 году мошенники перешли от экспериментов с генеративным ИИ к масштабированию таких схем, прежде всего в финансовом секторе и в уязвимых бизнес-коммуникациях. По опросам, с мошенничеством на основе имитации или синтетической личности сталкивалась примерно треть организаций, которым требуется верификация клиентов или пользователей.

Чаще всего дипфейки применяются для массового открытия счетов в мошеннических схемах и для отмывания денег.

В сегменте C2C за последний год число атак с подменой личности, включая дипфейк-фото, видео и аудио, выросло на 15%. На них приходилась почти половина атак, связанных с обходом биометрической верификации. На этом фоне рынок кибербезопасности всё чаще говорит об индустриализации мошенничества и распространении моделей Fraud as a Service и Crime as a Service¹⁸⁶.

Потери бизнеса и частных лиц от мошенничества

млрд долл.



По оценкам Deloitte, только в США потери бизнеса и частных лиц от такого мошенничества могут вырасти к 2027 году до 40 млрд долл. в год против 12,3 млрд в 2023 году.

186 187 188

Мошенничество с дипфейками в России

По результатам опроса, 92% респондентов считают, что спуфинг (кибератака, при которой преступник выдает себя за доверенное лицо или устройство) на основе дипфейков представляет реальную угрозу для бизнеса,

а 21% опрошенных признали, что их компании уже пострадали от мошенничества с применением ИИ.

За первое полугодие 2025 года число случаев мошенничества с использованием дипфейков выросло в 2,3 раза год к году.

При этом пока доля таких атак в общем объёме мошенничества остаётся низкой и не превышает 1%¹⁸⁷.

Наибольшей проблемой является аудиоспуфинг¹⁸⁸. 79% опрошенных читают наибольшей угрозой для бизнеса именно аудиоспуфинг, в частности подмену голоса руководства компании



Наиболее потенциально опасные каналы атак

% от респондентов:



🌐 Ключевые тренды в мире

Контент-платформы ужесточают контроль за ИИ-контентом

Крупные платформы усиливают инструменты выявления и маркировки ИИ-контента. Google запустила публичную платформу SynthID Detector, которая использует технологию водяных знаков SynthID для проверки материалов, созданных инструментами Google, включая Gemini. На первом этапе доступ к системе получили журналисты, медиаспециалисты и исследователи. По данным компании, с момента запуска SynthID было промаркировано более 10 млрд единиц медиаконтента¹⁸⁹.

YouTube также расширил меры по борьбе с дипфейками. В 2025 году компания усилила Content ID и открыла инструмент Likeness Detection всем участникам партнёрской программы¹⁹⁰. Это дало креаторам и инфлюенсерам возможность искать несанкционированные deepfake-видео с их лицами и голосами и добиваться удаления такого контента. Китайские платформы начали двигаться в этом направлении раньше. В частности, TikTok требует обязательной маркировки реалистичного ИИ-контента и в ряде случаев автоматически добавляет такие метки сам.

RU Ключевые тренды в России

Разработка отечественного ПО для распознавания дипфейков

Наиболее активно решения для выявления ИИ-контента в России развивает Яндекс. Совместно с Институтом системного программирования РАН компания работает над системой скрытой маркировки сгенерированного контента, которая охватывает почти все типы генерации, кроме текстовой. Предполагается, что этот открытый отраслевой стандарт смогут самостоятельно внедрять разные участники рынка. Машиночитаемые маркеры позволят сайтам, медиа и социальным платформам автоматически распознавать такой контент и при необходимости визуально его помечать.

Параллельно Яндекс уже внедряет собственные механизмы распознавания ИИ-контента в сервисах¹⁹¹. Поисковая система компании научилась выявлять ИИ-тексты, понижать их в выдаче и фильтровать ИИ-спам.

О планах по созданию решений для распознавания чувствительного и недостоверного ИИ-контента в 2025 году объявил и ВТБ, однако параметры этих продуктов пока публично не раскрывались¹⁹². 14 мая 2025 года МТС внедрила распознавание дипфейков в сервис по идентификации пользователей (МТС ID/KYC). Это добавляет слой защиты именно от подмененной внешности нейросетью, когда злоумышленник подменяет видеопоток или использует синтетическое лицо, а не просто показывает фото/видео перед камерой¹⁹³. DeepFake Detector распознаёт основные виды дипфейков: подмену или генерацию лица, перенос мимики и lip-sync.

Модели регулярно дообучаются, поэтому система выявляет подделки, сделанные любыми актуальными инструментами. При этом качество детекции остаётся высоким даже на видео с низким решением, например с фронтальной камеры старых телефонов или при подтверждении личности по видеосвязи¹⁹⁴.



Тенденции в нормативном регулировании в мире

Формирование правил маркировки ИИ-контента в ЕС и Китае

5 ноября 2025 года Еврокомиссия официально начала работу над кодексом, который должен помочь с маркировкой и обозначением контента, созданного или измененного с помощью ИИ. Еврокомиссия прямо связывает эту работу с обязанностями по прозрачности в Акте об искусственном интеллекте.

Суть кодекса сводится к тому, что рынок должен прийти к общим правилам, как помечать ИИ-контент так, чтобы это было понятно людям и чтобы это можно было проверить

технически. На странице Еврокомиссии отдельно указано, что кодекс должен поддерживать соблюдение требований по прозрачности, которые связаны с маркировкой и обозначением ИИ-контента¹⁹⁵. На практике для технически проверяемой маркировки часто используют стандарт C2PA (Content Credentials). Он позволяет фиксировать происхождение и историю изменения изображения или видео с помощью криптографически проверяемых данных (метаданных), поэтому маркировку можно не только увидеть, но и проверить¹⁹⁶.

Для сравнения, Китай выбрал более жёсткий подход: регуляторы ввели обязательные правила маркировки ИИ-сгенерированного контента, включая заметные пометки для людей и требования/рекомендации по скрытым меткам (например, водяные знаки и метаданные), которые начали действовать с 1 сентября 2025 года¹⁹⁷.

RU Тенденции в нормативном регулировании в России

Законодательные инициативы по маркировке ИИ-видео в России

В ноябре 2025 года в Госдуму внесли законопроект о том, что видео, созданные или измененные с применением искусственного интеллекта, нужно обязательно маркировать¹⁹⁸. Смысл требования в том, что человек должен понимать, что перед ним не обычная запись, а видео, которое сделано или изменено с помощью ИИ. Для этого предлагается два типа маркировки. Во-первых, текстовая отметка на экране при просмотре. В публикациях указано, что это может быть надпись вроде «Создано с использованием искусственного интеллекта» или «Сгенерировано ИИ». Также подчеркивается, что отметка должна быть видна на протяжении всего видео. Во-вторых, машиночитаемая метка в метаданных файла. В материалах по законо-

проекту говорится, что в метаданных должна быть метка, где указано, что применялся ИИ, дата создания метки и идентификатор владельца ресурса. Также описано требование, чтобы метка сохранялась при копировании, скачивании и другом использовании видео. Отдельно в связке с этим пакетом обсуждается ответственность за отсутствие маркировки. В обзорах указывается, что внесен и второй законопроект про административные штрафы за нарушение требований маркировки¹⁹⁹.

Риски применения ИИ на выборах и возможные меры регулирования

В дни Единого дня голосования 14 сентября 2025 года ЦИК сообщила о попытках повлиять на выборы через фейки, в том числе сделанные с использованием искусственного интеллекта, а также через поддельные каналы и подставные сайты²⁰⁰. ЦИК готовит предложения для законодателей по регулированию использования искусственного интеллекта на выборах.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ



Ключевая особенность развития НКИТ в 2025 году – активное и повсеместное использование технологий генИИ

Для поисково-рекомендательных технологий и сервисов на их основе ключевым трендом стало появление «новой нормы» – генеративного диалогового ИИ-поиска с возможностью получить сгенерированное резюме (ответ на запрос), которое не требует от пользователя лишних кликов и переходов на внешние сайты. Как ожидается, следующей «поисковой нормой» станет использование мультимодальных данных в поисковых ИИ-запросах, в первую очередь, видеопотока в режиме реального времени и голосового ввода запросов.

Крупные НКИТ-вендоры и контент-платформы всех типов (социальные сети, мессенджеры, видеосервисы, онлайн-кинотеатры) активно внедряли ИИ и генИИ для оптимизации широкого спектра функций и сервисов, в первую очередь, создания и редактирования контента (в том числе в разработке игр) и повышения вовлеченности пользователей (рекомендательные алгоритмы).

Параллельно платформы работали над развитием профессиональных встроенных инструментов для продаж и маркетинга, ориентируясь на тренды в электронной коммерции, а также оптимизировали рекламные интеграции, делая их более приемлемыми для потребителей контента и, соответственно, повышая конверсию.

В целом стоит отметить расширение функционала коммуникационных платформ различных типов, наделяющих их признаками других категорий: социальные сети расширяют возможности поиска, просмотра медиа и продаж, а маркетплейсы и игровые платформы — возможности коммуникации пользователей. Можно предположить, что этот тренд на функциональную универсализацию коммуникационных платформ продолжится в ближайшем будущем.

Также контент-платформы начали активно развивать системы и сервисы, которые обеспечивают обнаружение и маркировку контента, сгенерированного ИИ, поскольку, с юридической точки зрения, именно они могут понести ответственность за ненадлежащее использование генИИ. Кроме того, платформы начали предоставлять пользователям инструменты для ограничения количества сгенерированного контента («ИИ-слоп») в их персонализированных лентах.

Активное внедрение генИИ формирует набор рисков, как для НКИТ-вендоров, так и для профильных инвесторов: растут опасения по поводу того, что тема генеративного искусственного интеллекта сильно переоценена (и с инвестиционной, и с технологической точки зрения), и «схлопывание» ИИ-пузыря в финансовой сфере может привести к заметным рыночным потрясениям, которые переживут только крупнейшие технологические компании с большим запасом прочности. Кроме того, отдельные опасения у госу-

дарств, бизнеса и инвесторов вызывает тот факт, что генеративный ИИ и сервисы на его основе активно используются в форматах, не предусмотренных разработчиками: в 2025 году нормой стали дипфейки, выполняющие массу функций – от личной травли в соцсетях до политической дезинформации. А также генерация изображений и аудио для мошенничества с использованием методов социальной инженерии и для обхода систем безопасности, выстроенных на биометрии; массовое нарушение авторских прав (особенно прав крупных студий и медийных холдингов).

Иными словами, новое достижение в области генерации контента – генеративное видео усилило проблемы, которые породили предыдущие «ИИ-прорывы»: 2025 год стал переломным в правовых спорах вокруг авторских прав на контент, который вендоры использовали для обучения ИИ. Параллельно с крупнейшими в истории судебными урегулированиями идет развитие новых механизмов легализации использования контента для обучения моделей – и, соответственно, монетизации контента через лицензионные соглашения и технические стандарты.

Еще одной особенностью развития НКИТ в последние годы является стремление стран усилить свой цифровой суверенитет, ограничивая влияние зарубежных сервисов внутри страны и поддерживая развитие собственных национальных платформ.

Исследование «Развитие новых коммуникационных интернет-технологий в России и в мире в 2025 году» подготовлено Центром стратегических инноваций (ЦСИ) Ростелекома совместно с Фондом развития интернет-инициатив и Институтом развития интернета.

В 2022 году Ростелеком подписал с Правительством Российской Федерации Соглашение о намерениях и целях развития высокотехнологичной области «Новое общесистемное программное обеспечение». Передовые коммуникационные интернет-технологии являются одной из составных частей этой области. Ростелеком обеспечивает экспертно-аналитическую поддержку реализации дорожной карты развития высокотехнологичной области «Новое общесистемное программное обеспечение» по поднаправлению «Новые коммуникационные интернет-технологии».

За более подробной информацией обращайтесь по электронной почте: csi@rt.ru.

Команда проекта



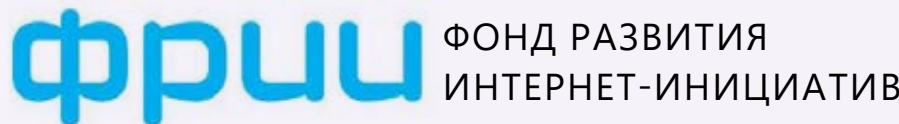
Авторы

Алексей Митькин
Директор по стратегическим программам и инновационному развитию

Ольга Сквирская
Руководитель направления Центра стратегических инноваций

Екатерина Наумцева
Руководитель направления Центра стратегических инноваций

Антон Муфтахов
Руководитель направления Центра стратегических инноваций



Соавторы

Сергей Алимбеков
Заместитель директора Фонда по технологическому развитию

Кирилл Зендриков
Директор департамента экспертно-методического сопровождения

Иннокентий Андреев
Эксперт-аналитик

Мария Прокина
Ведущий аналитик департамента экспертно-методического сопровождения



Соавторы

Борис Едидин
Заместитель генерального директора по правовым вопросам

Алексей Буньков
Руководитель Департамента перспективных исследований, правовой работы и обеспечения взаимодействия с экспертно-совещательными органами

Дарья Штодина
Старший юрист Департамента перспективных исследований, правовой работы и обеспечения взаимодействия с экспертно-совещательными органами

Наталья Саранкина
Юрист-аналитик Департамента перспективных исследований, правовой работы и обеспечения взаимодействия с экспертно-совещательными органами



**ПАО Ростелеком**

115172, Москва. Гончарная ул., д. 30, стр. 1
Электронная почта: rostelecom@rt.ru
Тел.: +7 (499) 999 82 83
Факс: +7 (499) 999 82 22
Адрес для СМИ: pr@rt.ru

АНО «Институт развития интернета»

119017, г. Москва, ул. Тверская, 18 корп. 1
Электронная почта: info@iri.center
Тел.: +7 (495) 109 00 80

Фонд развития интернет-инициатив

101000, г. Москва, ул. Мясницкая 13, стр.18
Электронная почта: pr@iidf.ru
Тел.: +7 (495) 258 88 77