Влияние ИИ на работу с информацией

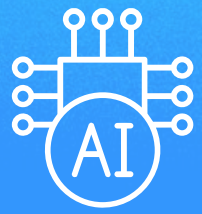
Терминология, использованная в исследовании

Обычный поиск —

запрос в поисковике, которые дает список ссылок или ответов.

Искусственный интеллект (ИИ):

- **Ответ ИИ в поиске —** готовый ответ, который поисковик показывает прямо на странице результатов.
- **Отдельный ИИ-чат —** отдельный сайт или приложение, где можно задавать вопросы искусственному интеллекту.
- **ИИ в приложениях —** функции ИИ внутри карт, магазинов, банков, почты, рабочих программ и других сервисов.



Выборка для исследования

• **Целевая группа, гео**	18 - 65; Мужчины / Женщины; Городская Россия; пользователи интернета
• **Методология**	U&A / CAWI
• **Метод сбора данных**	Онлайн (панели OMI* и Tiburon)
• **Выборка**	1000 респондентов (количественное исследование) + 23 респондента (качественное исследование)
• **Длительность интервью**	15 минут
• **Даты полевых работ (количественное исследование)**	17-23 июля 2026
• **Даты полевых работ (качественное исследование)**	

* Компания OMI сертифицирована по стандарту ISO 20252:2019 и действует в соответствии с профессиональными кодексами ESOMAR, EphMRA и ОИРОМ

Цель и задачи исследования

Цель

Сформировать комплексное понимание каким образом пользователи взаимодействуют с поиском и AI, каким образом происходит распределение задач между различными инструментами.

Задачи / логика проверки гипотез

Проверяем, оцениваем и формируем:

- ключевые актуальные сценарии поиска
- роль AI-ассистентов в поисковом поведении пользователей
- факторы доверия к поиску и AI
- уровень сложности задач, которые пользователь готов доверить AI
- типологию пользователей и стратегий поиска
- барьеры привлечения AI-ассистента для поиска

Анализируемые группы

Демографические группы

Все

Мужчины

Женщины

18-24

25-34

35-44

45-54

55-65

Вложенные уровни пользователей по частоте использования ИИ*

Все (ИИ)

Активные

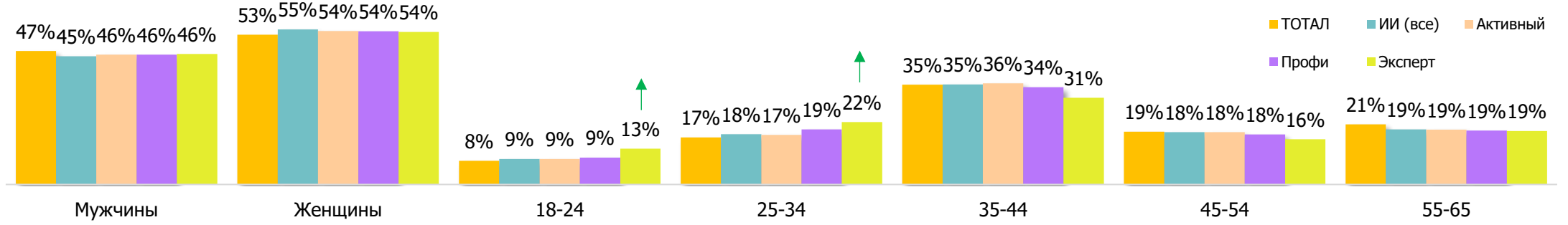
Профи

Эксперты

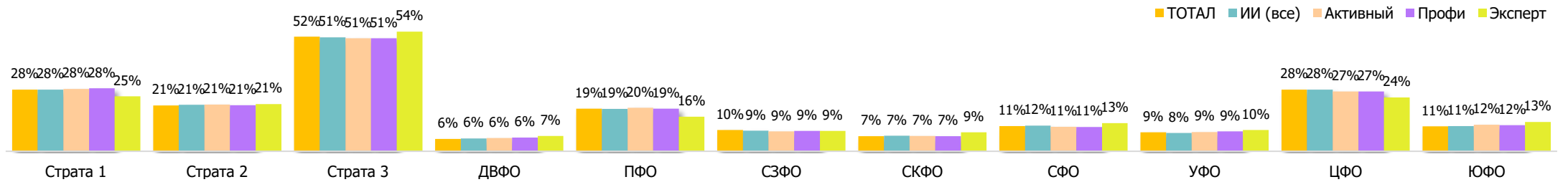
* Уровни не являются независимыми группами: Эксперты входят в Профи, Профи входят в Активных. Доли уровней не суммируются до 100%.

Анализируемые группы по степени продвинутости. Пропорции

В исследовании используются накопительные уровни: Активные — используют ИИ несколько раз в месяц или чаще; Профи - несколько раз в неделю или чаще; Эксперты — ежедневно или почти ежедневно. Каждый следующий уровень входит в предыдущий. Гендерная структура выделенных групп по степени продвинутости практически совпадает: доля мужчин составляет 45-47%, женщин — 53-55%. Возрастные профили также близки, однако среди Экспертов статистически значимо выше доля аудитории 18-34 лет (35% vs 25% в Тотале) и ниже доля респондентов 35-54 лет (47% vs 54%), что указывает на более молодой профиль наиболее продвинутых пользователей ИИ.



Структура групп по городским стратам* и федеральным округам в целом сопоставима: на всех уровнях ИИ-продвинутости около половины аудитории относится к Страте 3 (51-54%), около четверти - к Страте 1 (25-28%). У Экспертов несколько ниже представлен ЦФО (24% vs 28% в Тотале) и ПФО (16% vs 19%), при этом немного выше доли СФО, ЮФО и СКФО; выраженного географического смещения между группами не наблюдается.



*Городские страты: 1 – млн+, 2 – 500к+, 3 – остальные города РФ

Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как часто за последние 3 месяца Вы пользовались Искусственным интеллектом (ИИ): задавали вопросы отдельному ИИ-чату, читали ответ ИИ в поиске или использовали ИИ-функции в приложениях? Ответы: ЭКСПЕРТ = Каждый день или почти каждый день, ПРОФИ = Несколько раз в неделю (и чаще), АКТИВНЫЙ = Несколько раз в месяц (и чаще), ИИ (все) = Реже, но пользовался(ась) за последние 3 месяца (и чаще)

01. Паттерны поискового поведения

Паттерны поискового поведения в сети

С появлением ИИ все больше становится заметным их влияние на поведение пользователя в интернете. Исследование позволило выявить четкие паттерны пользовательского поведения, влияющие на cjm.

1. Окно поисковой системы в подавляющем числе случаев продолжает оставаться стартовым для поиска информации

2. ИИ поиск в привычном браузере превалирует над любыми иными сценариями использования нейросетей

3. На бытовом уровне основной ожидаемый функционал ИИ – это поиск информации и упрощение сложных тем. С этим функционалом наилучшим образом справляется Алиса AI (являясь самой популярной нейросетью среди российских пользователей и демонстрируя самый низкий барьер входа)

Поиск – стартовая точка решения задачи

Окно поисковой системы продолжает оставаться лидером в решении насущных задач и стартовой точкой при работе с информацией – 74% респондентов начинают решение своих насущных задач со страницы поисковой системы. При этом, чуть меньше половины из них уже меняют свое пользовательское поведение в пользу использования ИИ-ответа на странице поисковой системы.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Продолжая говорить об этой ЗАДАЧЕ: какой способ Вы использовали самым первым для поиска нужной информации или решения своего вопроса?

Изменения в использовании поисковиков

За последний год поиск уже заметно изменился: **34%** стали чаще читать готовый ответ ИИ (на примере Яндекс с Алисой AI, Google), **27%** — задавать дополнительные вопросы, **18%** — сразу открывать ИИ-чат для сложных задач. Только **26%** не замечают изменений в своем поведении.

«Мне нравится, что можно сразу выбрать: либо читать статьи, либо переключиться на краткий ответ нейросети.»

«Теперь чаще читаешь готовую выжимку, чем переходишь по ссылкам.»

«Если ответа нейросети недостаточно, не продолжаю диалог с ней, а просто иду искать дальше, как делал раньше.»

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как за последний год изменилось то, как Вы пользуетесь Яндексом, Google и другими поисковиками?

Сценарии использования ИИ

Главной точкой знакомства с ИИ становится сам поисковик: готовый ответ ИИ на странице поисковика, который читали **56%** аудитории. Отдельными ИИ-чатами пользовались **49%**, встроенными помощниками — **36%**, ИИ-функциями других сервисов — **27%**.

«Если мне нужна информация, обычно сначала читаю краткую выжимку. Иногда проверяю ее, если что-то вызывает сомнения.»

«Поиск для меня — довольно скучный процесс. Нужно открывать сайты, читать, искать. А нейросеть сразу выдает готовую структуру.»

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Какими возможностями ИИ Вы пользовались за последние 3 месяца? Можно выбрать несколько вариантов.

Задачи для ИИ

Основная задача для ИИ — поиск и сбор информации, который называют **48%** пользователей.
Далее следуют объяснение сложной темы **(29%)**, генерация идей **(27%)** и сравнение вариантов **(19%)**.
Помощь в формулировании задачи, проверка результата и подготовка черновика востребованы у **12-14%**.

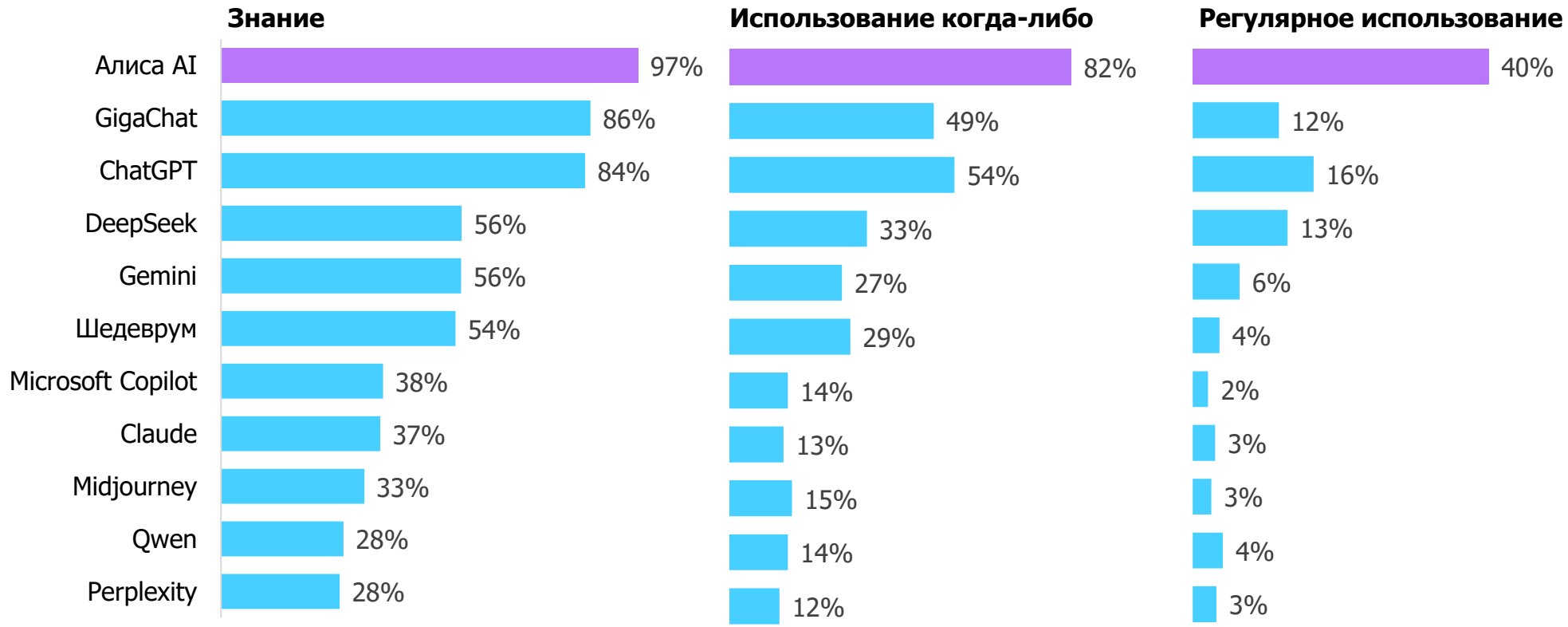
«Можно было читать инструкции, методички. Но именно понять, как все происходит на практике, оказалось проще через диалог с нейросетью.»

«Информация, по сути, одна и та же. Просто нейросеть уже структурирует ее и экономит время.»

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: С какими задачами Вы чаще всего обращаетесь к Искусственному интеллекту (ИИ)? Отметьте до 3 вариантов.

Знание и использование ИИ сервисов

Алиса AI лидирует на всех уровнях воронки: знание достигает **97%**, опыт использования — **82%**, регулярное использование — **40%**. ChatGPT опережает ГигаЧат по использованию когда-либо **(54% vs 49%**)
и регулярному использованию **(16% vs 12%)**, несмотря на сопоставимый уровень знания **(84% и 86%)**.



N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Что из перечисленного Вам знакомо?

Связь стартового инструмента с результативностью и длиной маршрута

	Обычный поиск	Ответ ИИ в поиске	Отдельный ИИ-чат	Сайт / приложение
Полностью или в основном решил задачу	86%	91%	88%	83%
1–2 действия до результата	60%	72%	51%	46%
Скорость решения, T2B	77%	93%	87%	86%
Среднее число действий	2,57	2,12	3,26	3,03

Готовый ответ ИИ в поиске связан с наиболее результативным и коротким маршрутом решения: 91% пользователей полностью или в основном решают задачу против 86% при старте с обычного поиска, а 72% укладываются в 1-2 действия против 60%.

Среднее число действий также ниже — 2,12 против 2,57 при обычном поиске и 3,26 при использовании отдельного ИИ-чата.

Компромисс между скоростью и качеством не проявляется: ответ ИИ в поиске получает одновременно наиболее высокие оценки скорости (93%) и доверия к результату (90%).

N =1000; среди респондентов, завершивших задачу и оценивших процесс, N=917.; Q: Продолжая говорить об этой ЗАДАЧЕ: какой способ Вы использовали самым первым для поиска нужной информации или решения своего вопроса? / Как завершилось решение этой ЗАДАЧИ? / Оцените процесс и результат решения этой ЗАДАЧИ по следующим параметрам. / Сколько примерно действий потребовалось, прежде чем Вы получили нужный результат?

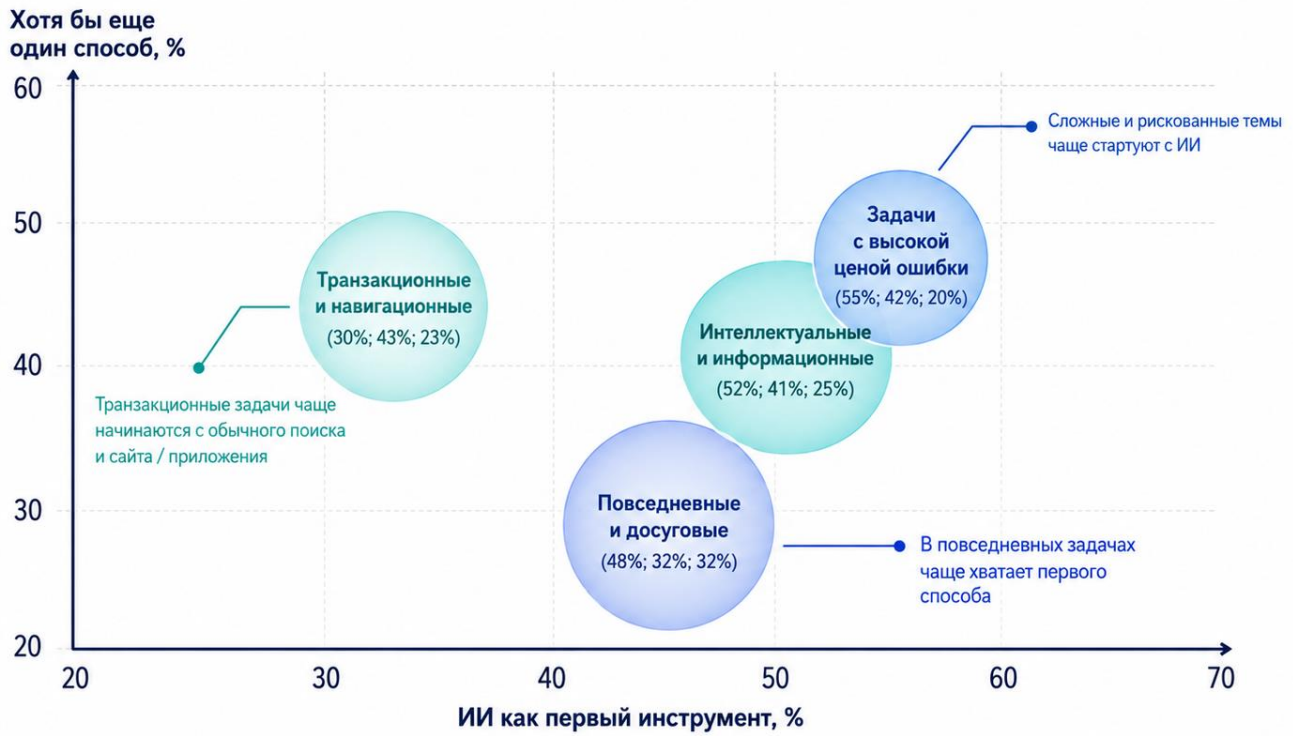
Сочетание обычного поиска и ИИ

Только **9%** обычно не сочетают поиск и ИИ. Остальные либо выбирают инструмент в зависимости от задачи **(29%),** либо строят последовательность «поиск - ИИ» **(17%)** или «ИИ — сайты» **(12-15%).**

18% в основном решают задачу через ИИ и открывают сайты при необходимости. Это подтверждает комплементарную модель использования.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Какой вариант лучше всего описывает то, как Вы обычно сочетаете обычный поиск и ИИ?

Разные задачи — разные маршруты поиска



** В скобках указаны: доля использующих ИИ как первый инструмент; доля использовавших хотя бы один дополнительный способ; доля соответствующего типа задачи в выборке.*

Выбор стартового инструмента зависит от типа задачи: ИИ значимо чаще становится первым способом в задачах с высокой ценой ошибки **(55%)** и интеллектуально-информационных задачах **(52%).**

Чуть меньше его задействуют в транзакционных и навигационных сценариях **(30%).**

Транзакционные задачи чаще начинают с обычного поиска **(49%)** или сайта и приложения **(18%),** а в повседневных задачах значимо чаще хватает первого способа **(53%),**
А дополнительный инструмент требуется реже **(32% vs 39% в среднем).**

N = «ВСЕ РЕСПОНДЕНТЫ»; N=1000; Q: Вспомните ОДНУ недавнюю задачу, для которой Вы искали информацию или решали вопрос с помощью интернета. К какой теме она относилась? / Продолжая говорить об этой ЗАДАЧЕ: какой способ Вы использовали самым первым для поиска нужной информации или решения своего вопроса? / Использовали ли Вы другие способы, чтобы продолжить решение этой же ЗАДАЧИ?

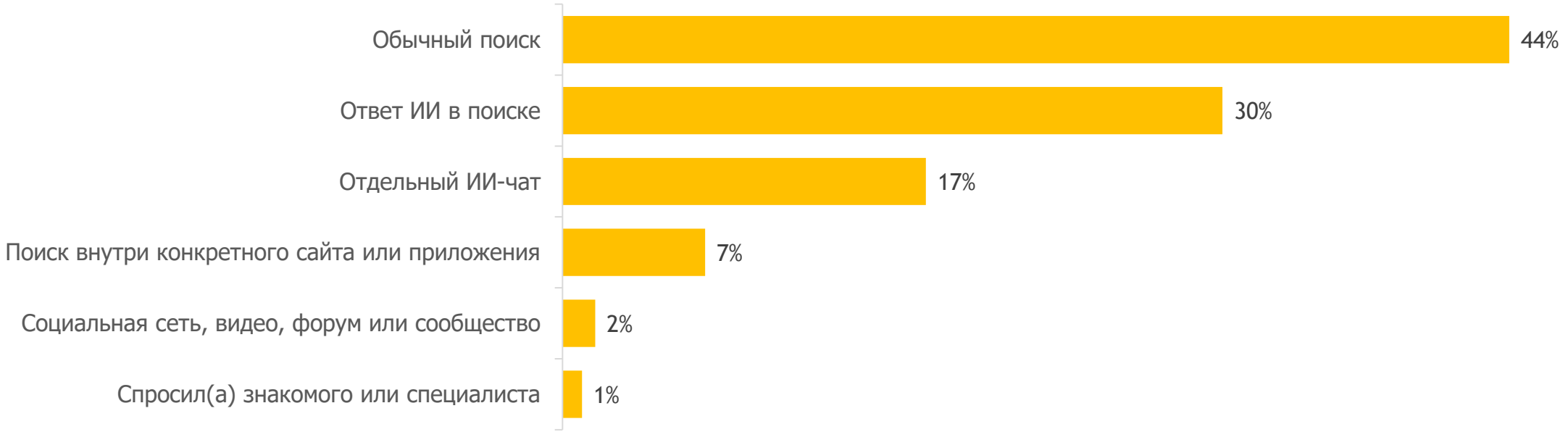
Наиболее удобный формат взаимодействия с ИИ и поисковиком

Наиболее удобным форматом работы с поиском для пользователя является автоматическое предоставление как результатов ИИ-поиска, так и привычного массива ссылок. Пользователь всегда рассматривает качество ответа ИИ-помощника в поиске, и углубляется в изучение темы / фактчекинг по мере необходимости. Таким образом, существующий сегодня формат выдачи поисковиков (Яндекс, Google) формирует лидирующий паттерн, который удобен и понятен пользователям.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Какой способ взаимодействия с обычным поиском и ИИ был бы для Вас удобнее??

Приоритетный способ решения задачи. В разрезе пола

Уже для трети пользователей ответ ИИ в поисковой выдаче становится точкой старта в решении насущных повседневных задач. При этом, лидерство все еще сохраняется за традиционной поисковой строкой.

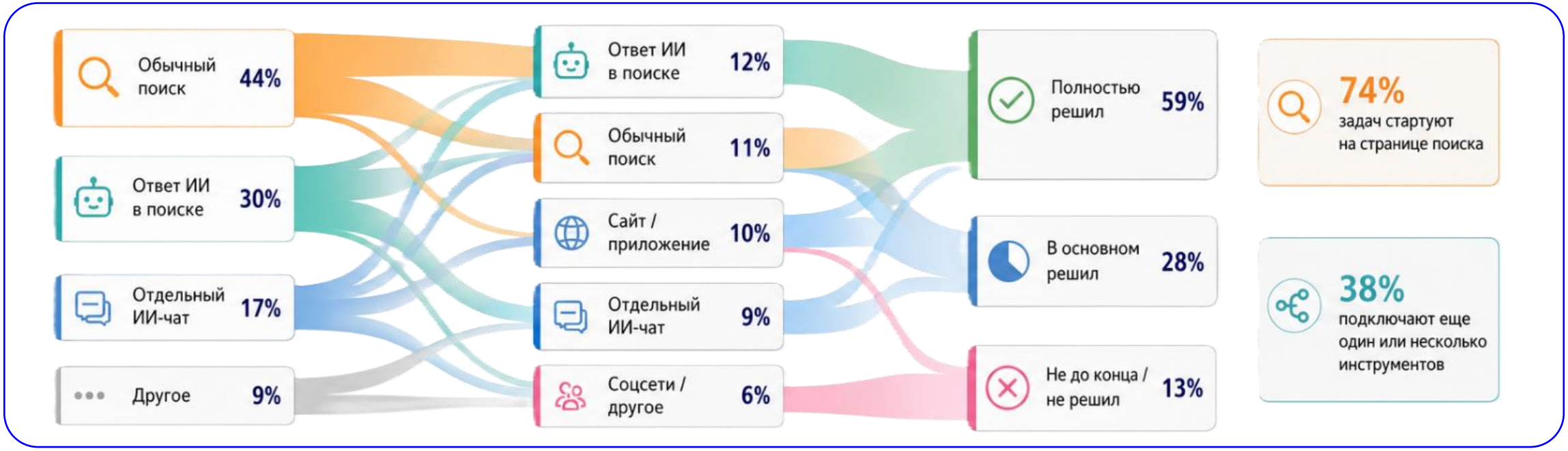


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Продолжая говорить об этой ЗАДАЧЕ: какой способ Вы использовали самым первым для поиска нужной информации или решения своего вопроса?

Как пользователи комбинируют поиск и ИИ

Поиск и ИИ формируют гибридный маршрут решения задачи: **74%** пользователей начинают с обычной поисковой страницы или готового ответа ИИ в поиске, а **38%** затем подключают еще один или несколько инструментов. Такая модель в большинстве случаев обеспечивает результат: **59%** полностью решают задачу, еще **28%** в основном достигают цели. Обычный поиск, ответ ИИ, отдельный чат и сайты чаще дополняют друг друга, чем выступают взаимозаменяемыми альтернативами.



N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Продолжая говорить об этой ЗАДАЧЕ: какой способ Вы использовали самым первым для поиска нужной информации или решения своего вопроса? N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Какие еще СПОСОБЫ Вы использовали для этой ЗАДАЧИ? Можно выбрать несколько вариантов.
N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как завершилось решение этой ЗАДАЧИ?

02. Отношение и доверие

Механизм формирования доверия

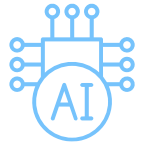
Уровень доверия к информации разного типа существенно трансформировался с появлением нейросетей.

До ИИ

- Пользователи считают, что в «эпоху до ИИ» релевантными источниками информации могли служить печатные издания, монографии, «твердые источники».
- В сравнении с ними результаты интернет-поиска или информация на сайте воспринималась как «упрощенная», «требующая проверки».

Сейчас

С появлением ИИ пользователи сменили отношение к достоверности источников информации: результаты «традиционного» поиска служат основой для факт-чекинга при работе с ИИ-выдачей. При этом, сама процедура факт-чекинга «завязана» на проверку источника, нежели чем на проверку самого содержания (если в простом поиске факт, повторяющий ИИ-выдачу, упоминается на сайте, заслуживающем доверия — например, крупного медиа, факт считается достоверным).



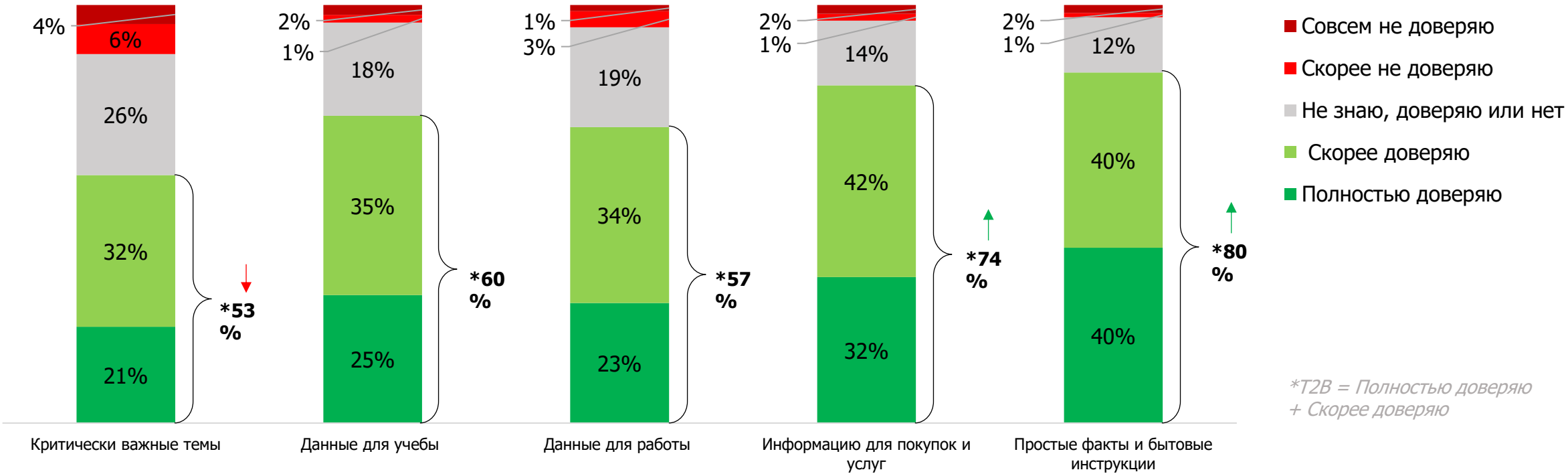
Факторы, повышающие доверие к ответам ИИ

Сами факторы доверия носят субъективный характер: менее половины пользователей формируют доверие к ИИ выдаче через формальное наличие ссылок на первоисточники. Ведущую роль в определении уровня доверия играют дескрипторы – элементы, косвенно указывающие на то, что предложенный ИИ факт может считаться достоверным.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Что сильнее всего повышает Ваше доверие к найденному или полученному ответу? Отметьте до 3 вариантов.

Доверие к информации. Обычный поиск и сайты

Обычному поиску и сайтам больше всего доверяют в простых фактах и бытовых инструкциях **(80%)** и информации для покупок **(74%),** что значимо выше среднего уровня доверия по сценариям. В критически важных темах доверие значимо ниже и составляет **53%.** Доверие к данным для учебы и работы находится на промежуточном уровне **(60% и 57%).**



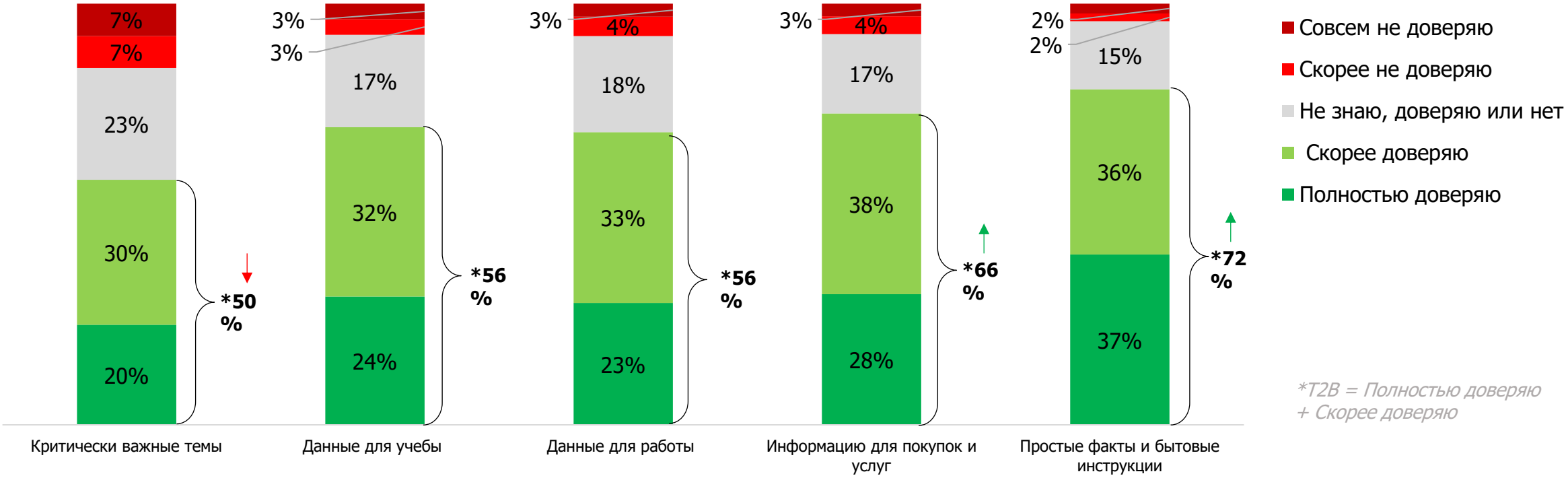
*T2B = Полностью доверяю + Скорее доверяю

Статистически значимо выше/ниже, чем Среднее, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Насколько Вы доверяете информации из обычного поиска и сайтов в каждой ситуации?

Доверие информации. Искусственный интеллект

Доверие к готовому ответу ИИ также зависит от цены ошибки: оно достигает **72%** для простых фактов и **66%** для покупок, что значимо выше среднего по сценариям, но снижается до **50%** в критически важных темах, что значимо ниже среднего. По большинству сценариев доверие к ИИ несколько ниже, чем к обычному поиску.



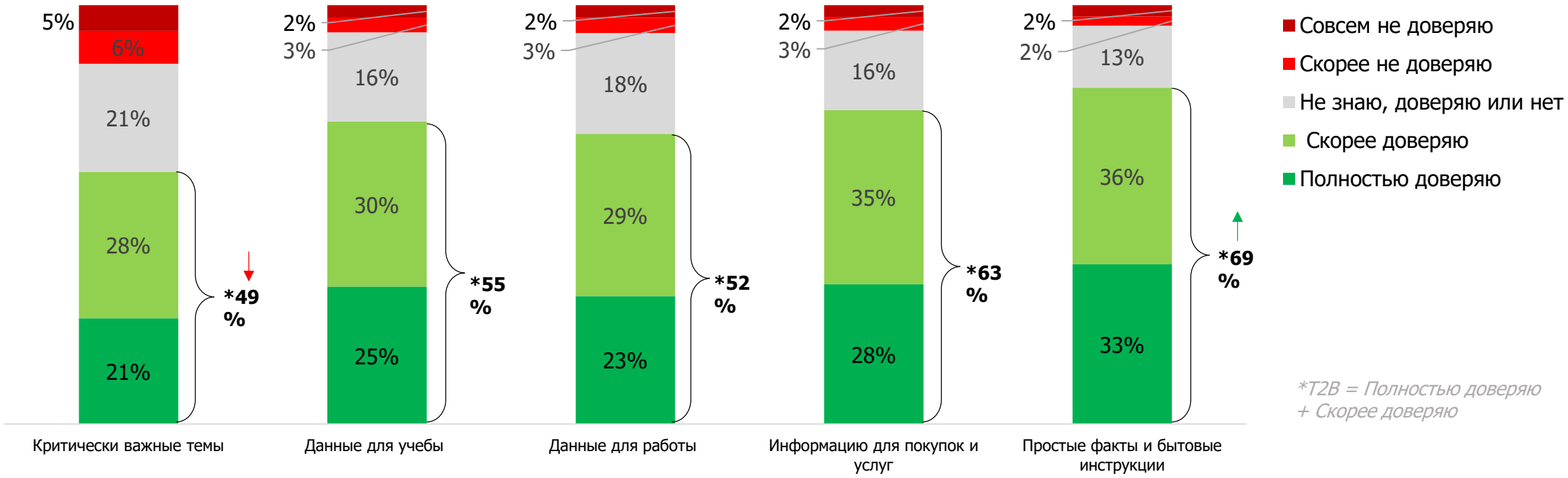
*T2B = Полностью доверяю + Скорее доверяю

Статистически значимо выше/ниже, чем Среднее, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Насколько Вы доверяете готовому ответу ИИ на странице поисковика в каждой ситуации?

Доверие информации. Отдельный ИИ-чат

Отдельному ИИ-чату значимо чаще доверяют при поиске простых фактов и бытовых инструкций **(69%)** и информации для покупок и услуг **(63%)**.
В критически важных темах уровень доверия значимо снижается до **49%**, что указывает на сохранение осторожности при использовании ответов ИИ в ситуациях с высокой ценой ошибки.



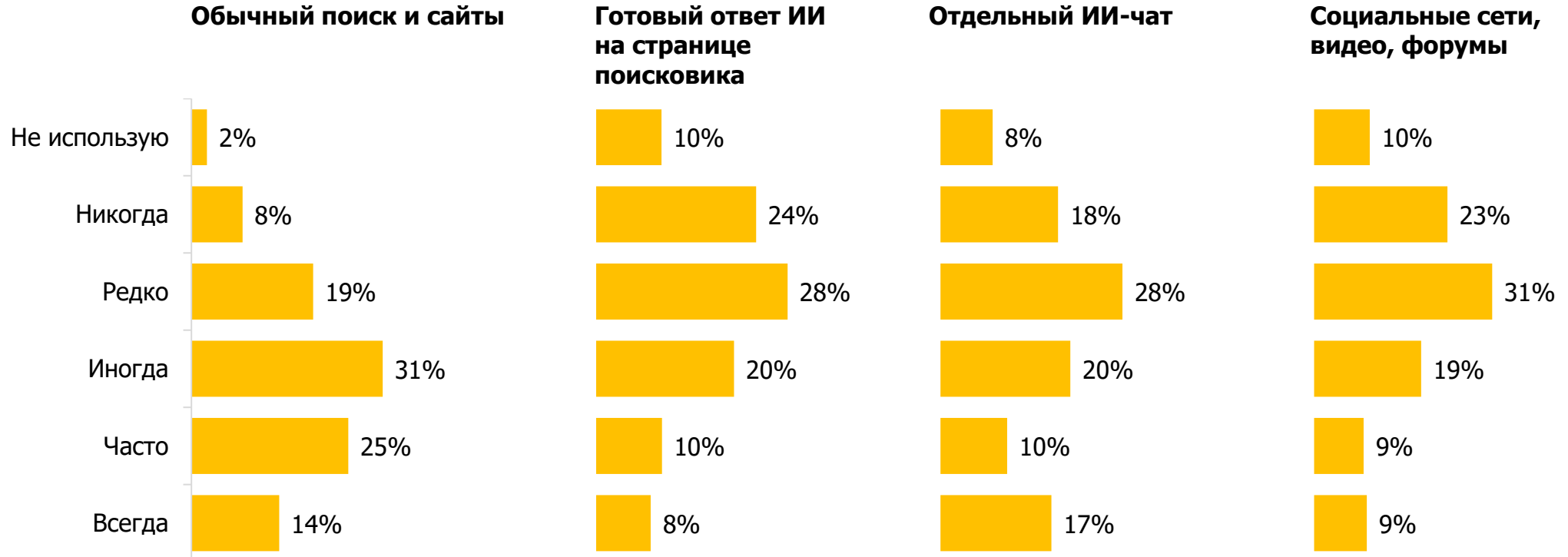
*T2B = Полностью доверяю + Скорее доверяю

Статистически значимо выше/ниже, чем Среднее, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Насколько Вы доверяете ответам отдельного ИИ-чата в каждой ситуации?

Поведенческое доверие ИИ

Пользователи декларируют более высокое поведенческое доверие к результатам ИИ-выдачи: при настороженном отношении к возможным галлюцинациям нейросетей пользователи не склонны часто перепроверять информацию в ИИ выдаче. Результаты простого поиска пользователь проверяет существенно чаще.



N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как часто Вы дополнительно проверяете информацию, полученную каждым способом?

Уровень доверия ИИ в различных темах

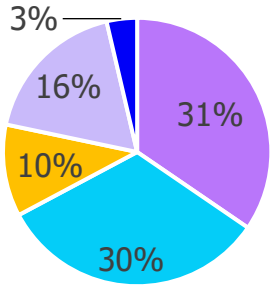
Обычный поиск чаще ИИ вызывает доверие при выборе товаров и услуг **(39%),** поиске фактов **(35%)** и новостей **(31%).** Это связано с представлениями о механике работы ИИ: отсутствии самой свежей и самой релевантной информации, а также со слабой механикой работы ИИ с новостным потоком.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: В каких темах Вы в большей степени доверяете ответам обычного поиска, больше чем ответам Искусственного Интеллекта (ИИ)? Отметьте до 3 вариантов.

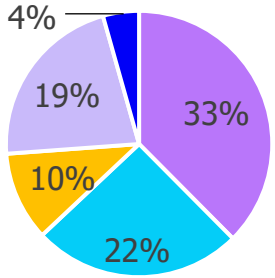
Выбор инструмента для решения задач

Инструменты имеют различную специализацию. Обычный поиск лидирует при выборе товара или услуги **(33%)** и планировании сложного маршрута или досуга **(30%),** а при поиске точного факта практически сопоставим с ответом ИИ в поиске (31% и 30%). Ответ ИИ в поиске чаще выбирают для анализа документов **(27%)** и разбора сложной темы **(26%),** тогда как отдельный ИИ-чат несколько чаще предпочитают для творческих задач **(23%).**

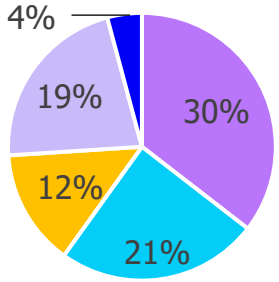
Узнать точный и однозначный факт

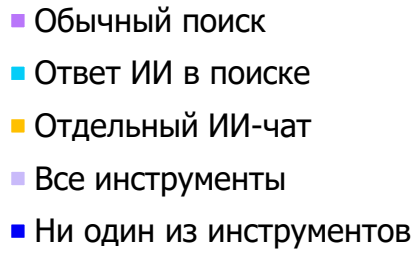


Выбрать товар перед покупкой или коммерческую услугу

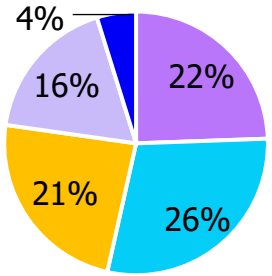


Спланировать сложный маршрут или досуг

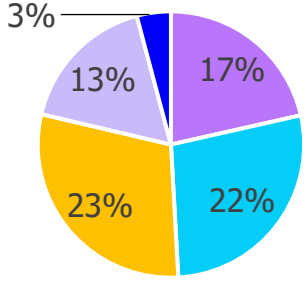




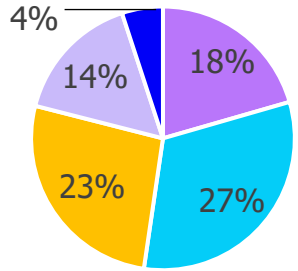
Разобраться в сложной теме



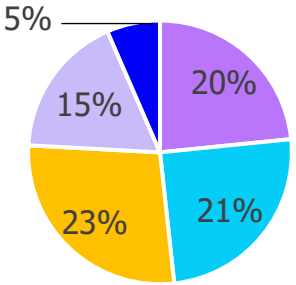
Решить техническую задачу или написать код



Сделать выжимку или анализ документов



Креативные и творческие задачи



N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как Вы считаете, какой из инструментов лучше всего справляется со следующей задачей?

Наиболее подходящие сервисы для ИИ-функций

Наиболее естественной средой для ИИ-функций остается поисковая система (47%), далее следуют карты (28%), браузер (23%) и интернет-магазины (21%).

Образовательные платформы называют 19%, смартфон и рабочие программы — по 16%.

ИИ ожидается прежде всего внутри уже используемых массовых сервисов.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: В каких сервисах ИИ-функции были бы наиболее полезны? Отметьте до 3 вариантов.

Доверие и безопасность данных

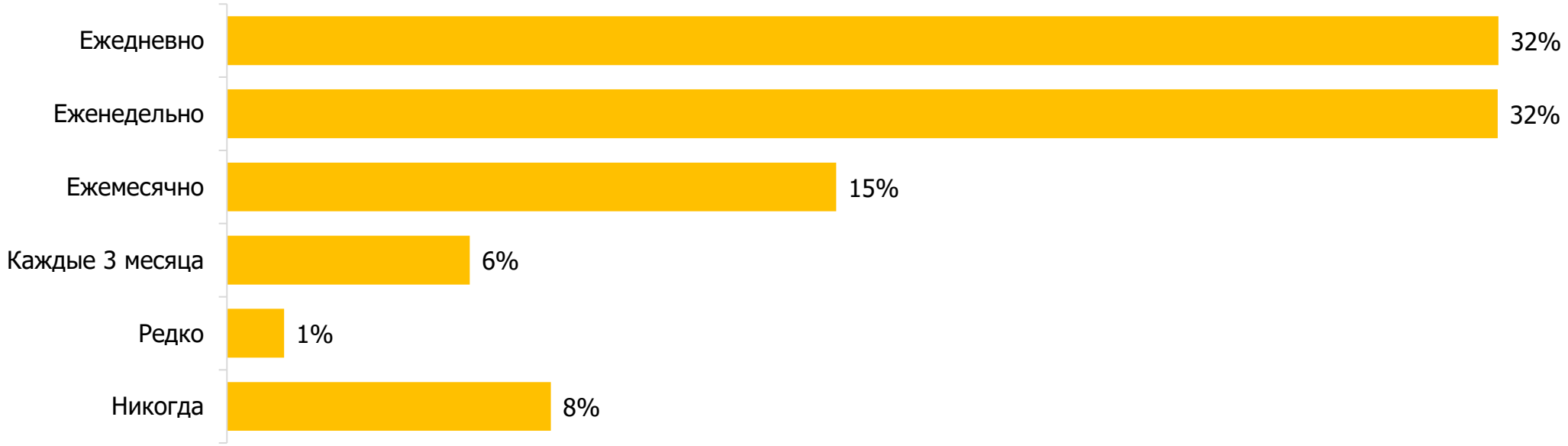
Уровень тревожности относительно безопасности предоставляемых данных достаточно высок. Только треть респондентов готова делиться какими-либо данными с ИИ. Готовность к персонализации носит выборочный характер: около **30%** готовы предоставить историю диалогов **(30%),** выбранные документы **(30%)** или историю запросов **(28%).** Местоположение готовы передать **24%**, покупки и предпочтения — **23%.** При этом **21%** не готовы передавать никакие данные.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Какие данные Вы готовы разрешить сервису использовать для более точного ответа? Можно выбрать несколько вариантов.

03. Зрелость навыков

Частота использования искусственного интеллекта (ИИ)

Треть аудитории уже использует ИИ на ежедневной основе. Несомненно, частотность использования ИИ еще далека от уровня проникновения интернета. Однако, еще треть аудитории уже демонстрирует тенденцию к наращиванию частотности: переход в когорту постоянно использующих ИИ высоко вероятен для группы пользователей, обращающихся к нейросетям на еженедельной основе.



N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как часто за последние 3 месяца Вы пользовались Искусственным интеллектом (ИИ): задавали вопросы отдельному ИИ-чату, читали ответ ИИ в поиске или использовали ИИ-функции в приложениях?

Платные и бесплатные версии ИИ

Уровень поведенческой зрелости у тех, кто пользуется нейросетями, все еще достаточно невелик: 80% пользователей предпочитает использование бесплатных версий популярных сервисов.

N = 1000; Q: Какими версиями ИИ-сервисов Вы пользуетесь сейчас?

Цель использования ИИ

Гипотеза о невысоком уровне профессионализма в использовании нейросетей подтверждается и при оценке целей использования ИИ: ведущие цели в использовании ИИ носят личный характер. Для решения личных задач бесплатных версий подписок, очевидно, пользователям достаточно.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Для каких целей Вы чаще используете Искусственный Интеллект (ИИ)?

Способы обучения использованию ИИ

Основной способ освоения ИИ - самостоятельные эксперименты с запросами, которые практиковали **50%** аудитории. Специально не учились **22%**, читали инструкции и примеры запросов **14%**, учились у окружения **11%**. Формальное обучение пока ограничено: курсы, видео или вебинары проходили только **9%**. Это характеризует способ обучения как достаточно стихийный / хаотичный и позволяет предположить, что пользователи недоиспользуют возможности нейросетей, не подозревают, в каких разрезах они могут приносить максимум пользы.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как Вы учились пользоваться ИИ и составлять запросы к нему?

Способы формирования запросов

Пользователи только находятся на пути формирования устойчивого навыка поиска информации с помощью ИИ: уже наметились особенности при работе с традиционной поисковой выдачей и ИИ-выдачей, но, тем не менее, разрыв в поведенческих моделях запросов не так существенен. В частности, для пятой части аудитории разговор на «естественном языке» характерен и при работе с поисковой выдачей, еще 14% аудитории разговаривают с ИИ как с поисковиком — через ключевые слова.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как Вы чаще всего записываете запрос если используете (ПОДСТАВИТЬ ВАРИАНТ 1 или 2 - порядок рандом)?

Избранные задачи пользователей ИИ. Анализ открытых ответов

Пользователи используют ИИ как универсального интеллектуального ассистента, делегируя ему широкий спектр задач: от рутинного анализа сложных юридических и финансовых регламентов до сокращенной презентации объемных документов, поиска узкоспециализированного софта и генерации нестандартного креативного контента.

Нужно было найти приложение для Windows для создания панорам из фото — какое приложение рабочее и по какой ссылке его можно скачать

35-44 лет, Ж, ПФО, Активный ИИ

Мне нужно было узнать, сколько примерно я смогу заработать на своем хобби и сколько нужно работать для достижения поставленной цели

25-34 лет, Ж, УФО, Профи ИИ

Искала информацию об особенностях, преимуществах и недостатках экосистемы Яндекса, в частности интересовал вопрос открытия НВ Сейв

55-65 лет, М, СФО, Эксперт ИИ

Попросил придумать пару квестов для своего кампейна в настольной ролевой игре, затем адаптировал результат под себя

55-65 лет, М, СКФО, Профи ИИ

Нужно было уточнить, как правильно рассчитывается госпошлина при разделе имущества

35-44 лет, М, ПФО, Эксперт ИИ

Нужно было на основе большого подробного документа сделать короткий и емкий welcome-тренинг

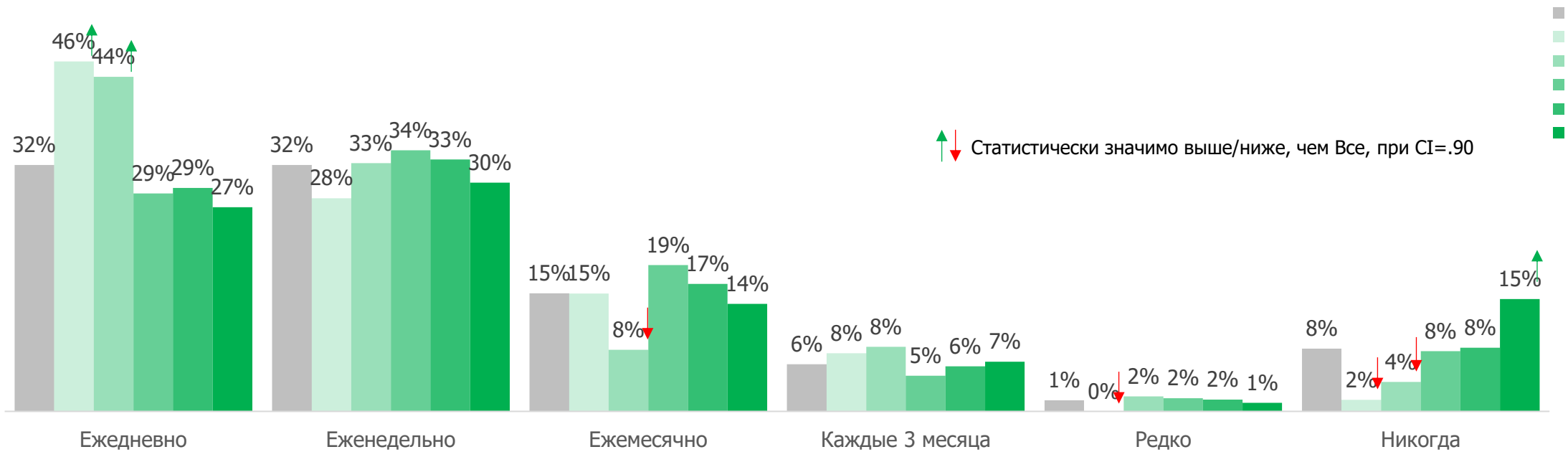
25-34 лет, Ж, УФО, Профи ИИ

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Запишите, пожалуйста, в нескольких словах, что это была за ЗАДАЧА:

04. Возрастные ограничения

Частота использования искусственного интеллекта (ИИ). Сравнение в разрезе возраста

Наиболее интенсивно ИИ используют респонденты 18-24 и 25-34 лет: ежедневно к нему обращаются **46%** и **44%** соответственно, что значимо выше среднего уровня **(32%)**. Среди 55-65-летних значимо выше доля никогда не использовавших ИИ **(15% vs 8% в Тотале)**.



N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как часто за последние 3 месяца Вы пользовались Искусственным интеллектом (ИИ): задавали вопросы отдельному ИИ-чату, читали ответ ИИ в поиске или использовали ИИ-функции в приложениях?

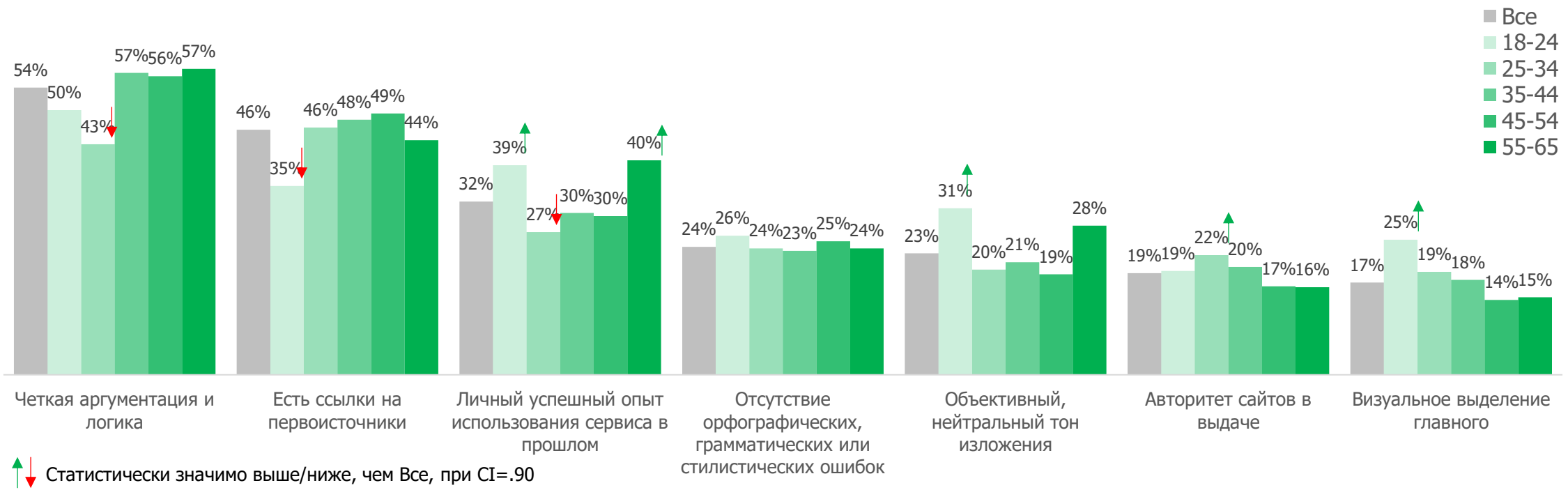
Молодежь доверяет ИИ больше, чем старшие поколения

Все поведенческие различия представителей разных поколений в работе с ИИ обусловлены сформированным опытом работы с информацией. Для поколений старше 30 лет принципиальным является навык работы с библиографическими данными / справками, а также навык фактчекинга. Представители более старших групп в качестве «эталона» поиска информации используют работу с «твердыми копиями»

Для более молодых поколений характерен гораздо более высокий уровень доверия за счет того, что они не наблюдали «эволюцию» форматов. При этом, молодежь демонстрирует более широкие паттерны использования нейросетей.

Факторы, повышающие доверие к ответам. Сравнение в разрезе возраста

Молодежь 18-24 лет значимо реже опирается на ссылки на первоисточники **(35% vs 46% в Тотале)**, но чаще обращает внимание на нейтральный тон ответа **(31% vs 23%)** и визуальное выделение главного **(25% vs 17%)**. Среди пользователей 25-34 лет значимо ниже роль четкой аргументации и логики **(43% vs 54%)**, тогда как для аудитории 55-65 лет значимо важнее личный успешный опыт использования сервиса **(40% vs 32%)**.



N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Что сильнее всего повышает Ваше доверие к найденному или полученному ответу? Отметьте до 3 вариантов.

Поколенческий разрыв: от поисковой строки к диалогу

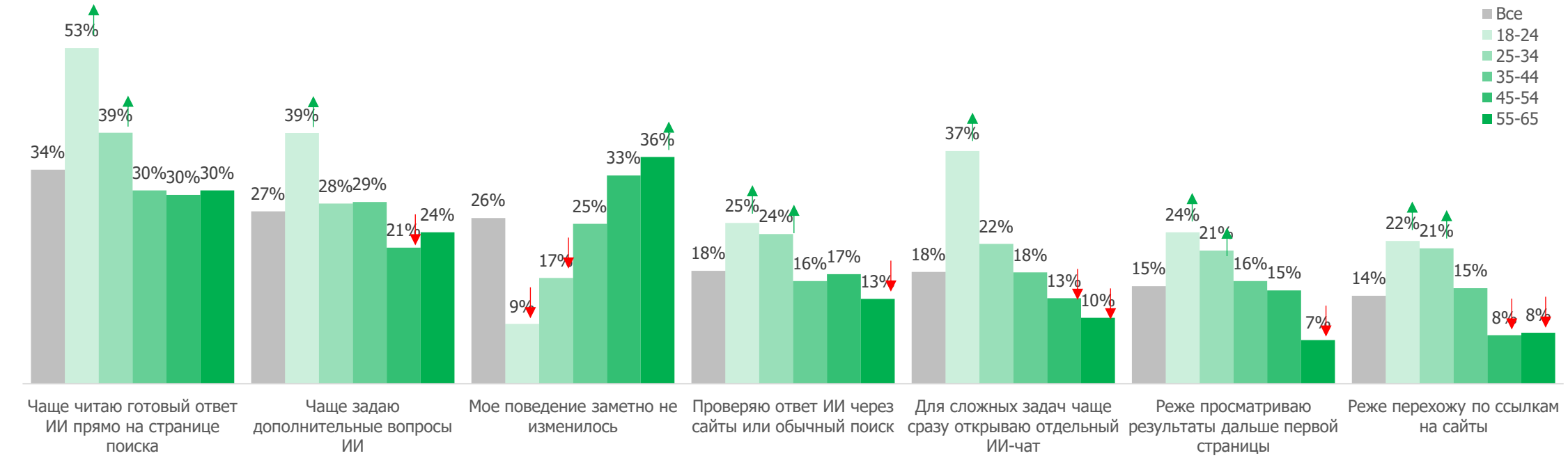
Поисковое поведение меняется с разной скоростью.
Среди 18-24-летних уже формируется диалоговая модель: они значимо чаще читают готовые ответы ИИ в поиске (на примере Яндекс с Алисой AI, Google) **(53% vs 34% в Тотале)**, задают дополнительные вопросы **(39% vs 27%)** и сразу открывают отдельный ИИ-чат для сложной задачи **(37% vs 18%)**.
Аудитория 55-65 лет значимо чаще начинает решение с обычного поиска **(51% vs 44%)** и сохраняет прежнюю модель поведения **(36% vs 26%; среди 18-24-летних - 9%)**.

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как за последний год изменилось то, как Вы пользуетесь Яндексом, Google и другими поисковиками?

Изменения в использовании поисковиков

Трансформация поиска наиболее выражена среди 18-24-летних: они значимо чаще Тотала читают ответы ИИ **(53% vs 34%)**, задают уточняющие вопросы **(39% vs 27%)** и сразу открывают отдельный чат для сложных задач **(37% vs 18%)**. Среди них значимо ниже доля сохранивших прежнее поведение **(9% vs 26%)**.

Среди 55-65-летних значимо чаще сохраняется прежняя модель поведения **(36% vs 26%)**.

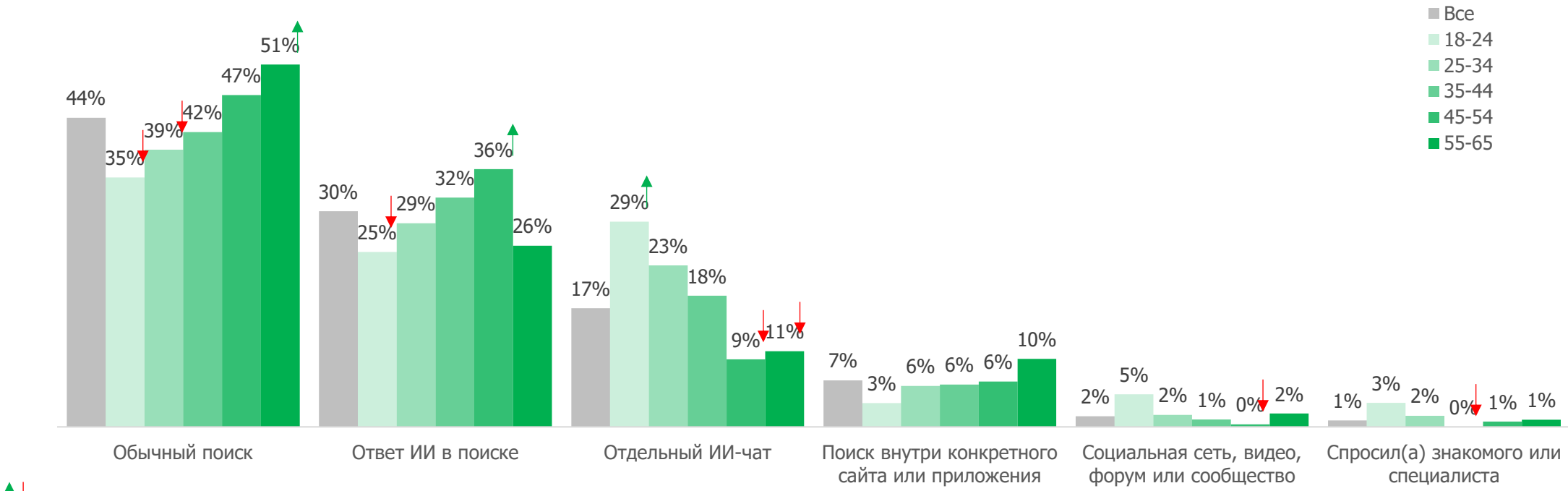


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как за последний год изменилось то, как Вы пользуетесь Яндексом, Google и другими поисковиками?

Приоритетный способ решения задач

С возрастом значимо усиливается роль обычного поиска: его первым выбирают **51%** пользователей 55-65 лет против **44%** в Тотале, тогда как среди 18-24-летних показатель значимо ниже **(35% vs 44%)**. Помимо обычного поиска молодая аудитория значимо чаще обращается к отдельному ИИ-чату **(29% vs 17%)**. Среди 45-54-летних значимо выше выбор готового ответа ИИ в поиске **(36% vs 30%)**.



Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

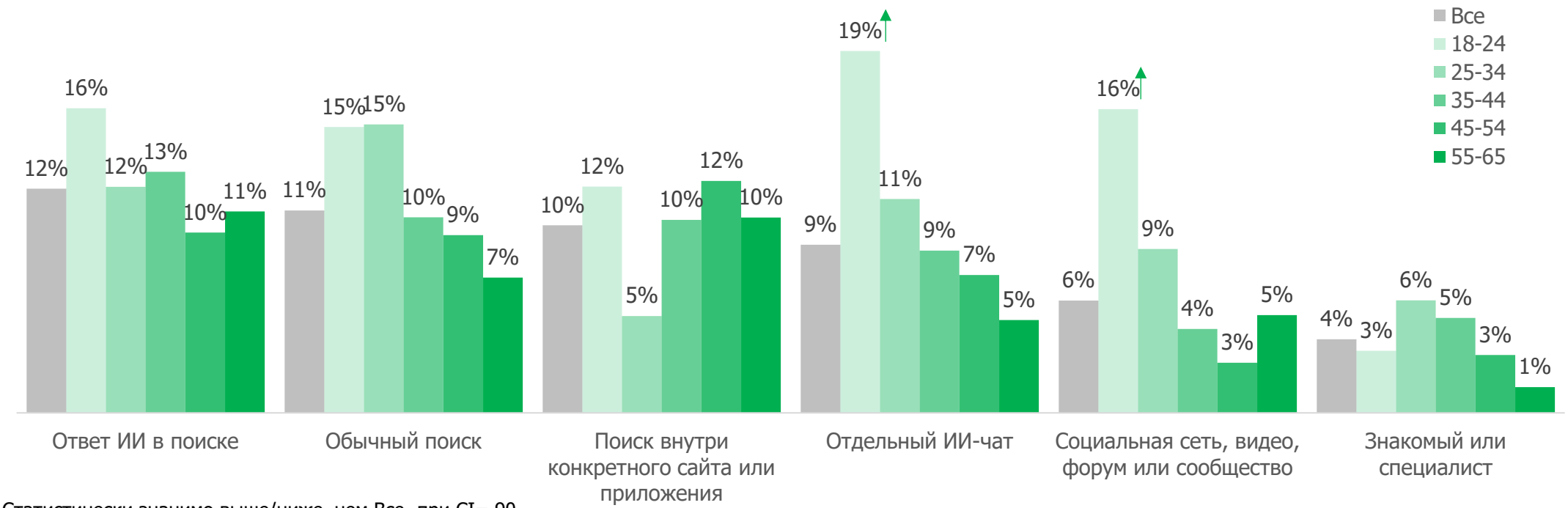
N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Продолжая говорить об этой ЗАДАЧЕ: какой способ Вы использовали самым первым для поиска нужной информации или решения своего вопроса?

Решение повседневных задач: дополнительные способы

Аудитория 18-24 лет значимо чаще дополняет приоритетный способ решения тех или иных задач через отдельный ИИ-чат **(19% vs 9% в Тотале)** и социальные сети **(16% vs 6%)**.

Пользователи 25-34 лет значимо реже подключают поиск внутри конкретного сайта или приложения **(5% vs 10%)**.

В старших возрастах дополнительные способы используются реже, особенно отдельные чаты и обращение к знакомым.



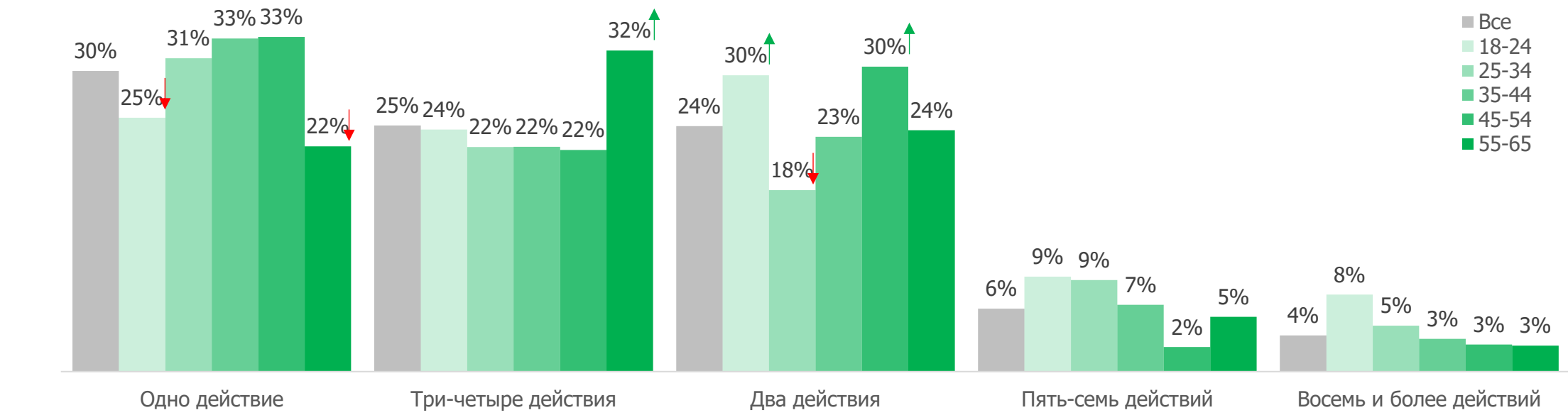
Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Какие еще СПОСОБЫ Вы использовали для этой ЗАДАЧИ? Можно выбрать несколько вариантов.

Необходимое число действий для получения результата. Сравнение в разрезе возраста

Пользователи 18-24 лет значимо реже получают результат за одно действие **(25% vs 30% в Тотале)** и чаще совершают два действия **(30% vs 24%)** или восемь и более шагов **(8% vs 4%)**.

Среди 55-65-летних значимо реже достаточно одного действия **(22% vs 30%)**, но значимо чаще требуется три-четыре действия **(32% vs 25%)**. Это указывает на разные модели прохождения задачи.



Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

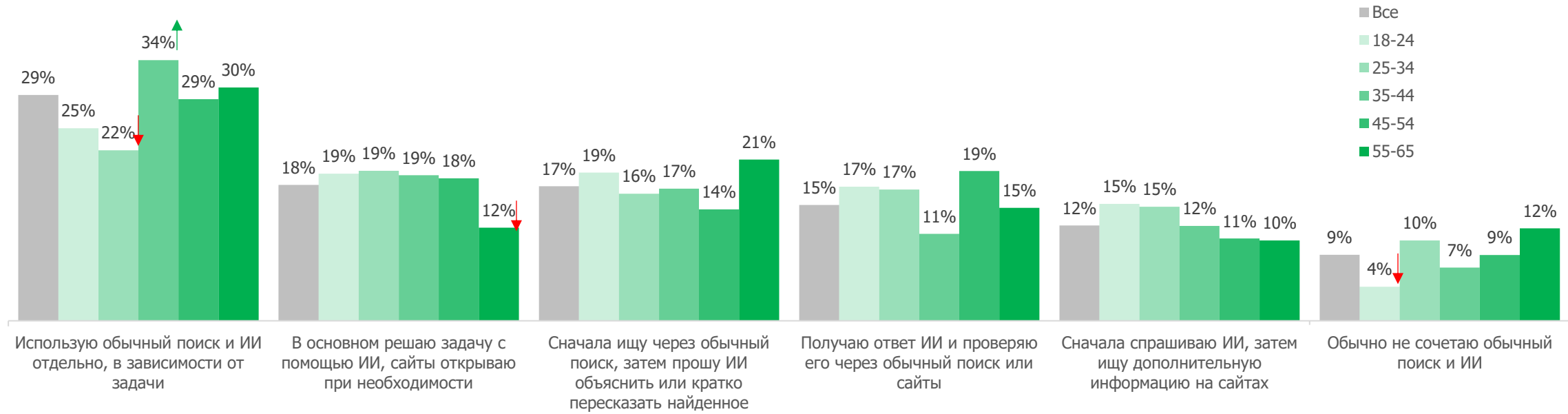
N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Сколько примерно действий потребовалось, прежде чем Вы получили нужный результат? Например, запросов, переходов по ссылкам или уточняющих вопросов.

Сочетание обычного поиска и ИИ

Аудитория 35-44 лет значимо чаще разводит обычный поиск и ИИ по разным типам задач **(34% vs 29% в Тотале)**, тогда как среди 25-34-летних эта стратегия значимо менее распространена **(22% vs 29%)**.

Пользователи 55-65 лет чаще начинают с поиска и затем просят ИИ объяснить найденное **(21% vs 17%)**, а в основном решают задачу с помощью ИИ значимо реже **(12% vs 18%)**.

Среди 18-24-летних значимо ниже доля вообще не сочетающих инструменты **(4% vs 9%)**.



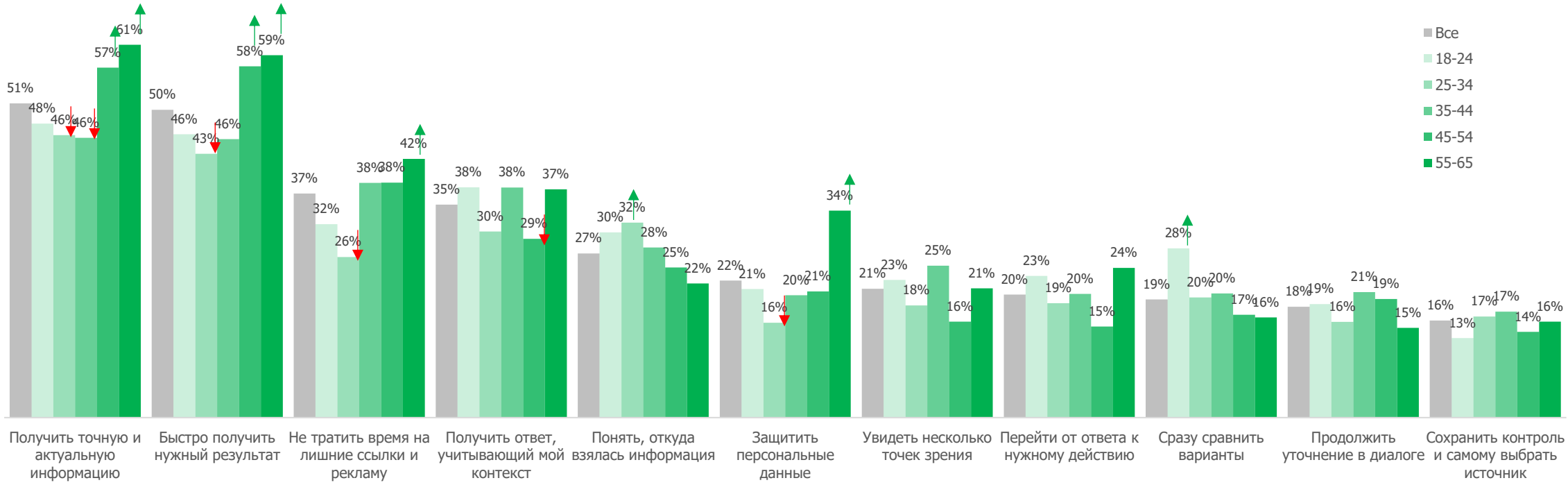
Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Какой вариант лучше всего описывает то, как Вы обычно сочетаете обычный поиск и ИИ?

Важные аспекты при поиске информации в интернете

Значимость точности и скорости последовательно возрастает с возрастом: среди 55-65-летних показатели значимо выше Тотала и составляют **61%** против **51%** и **59%** против **50%**.

Молодежь 18-24 лет значимо чаще ожидает быстрого сравнения вариантов **(28% vs 19%)**, а старшая аудитория 55-65 лет значимо выше оценивает защиту персональных данных **(34% vs 22%)**.

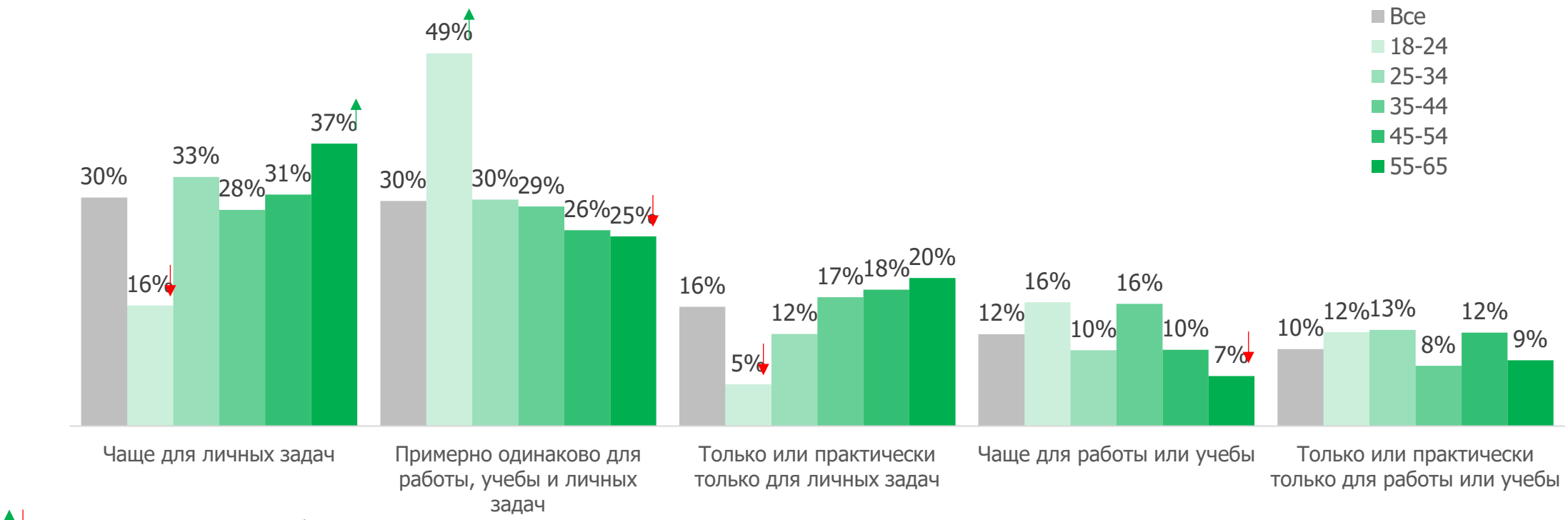


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Что для Вас особенно важно, когда Вы ищете информацию или решаете задачу с помощью интернета? Отметьте до 5 вариантов.

Основная цель использования ИИ

У аудитории 18-24 лет значимо преобладает универсальное использование ИИ для работы, учебы и личных задач **(49% vs 30% в Тотале)**, а личные сценарии значимо менее выражены: чаще для личных задач - **16%** против **30%**, практически только для личных задач - **5%** против **16%**. С возрастом усиливается личный контекст: среди 55-65-летних значимо выше доля использующих ИИ преимущественно для личных задач **(37% vs 30%)**.

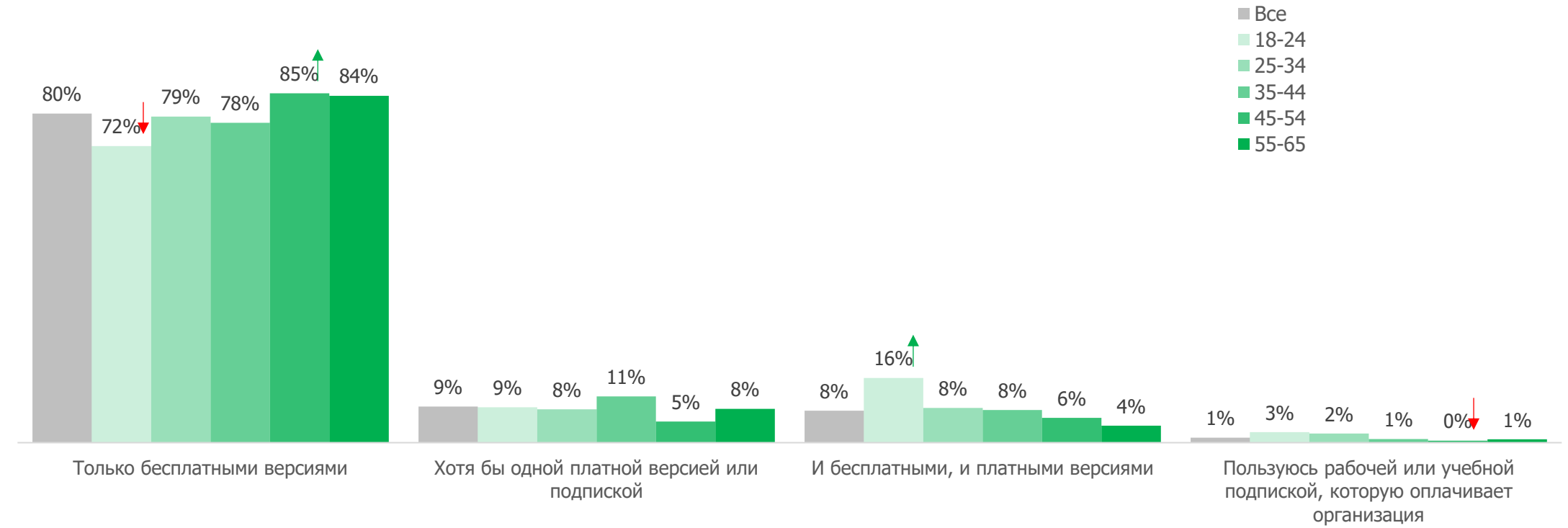


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Для каких целей Вы чаще используете Искусственный Интеллект (ИИ)?

Тип используемой версии ИИ. Платная vs бесплатная

Молодежь 18-24 лет значимо реже ограничивается только бесплатными версиями **(72% vs 80% в Тотале)** и чаще сочетает платные и бесплатные решения **(16% vs 8%)**. Среди аудитории 45-54 лет доля пользователей только бесплатных версий значимо выше **(85% vs 80%)**.

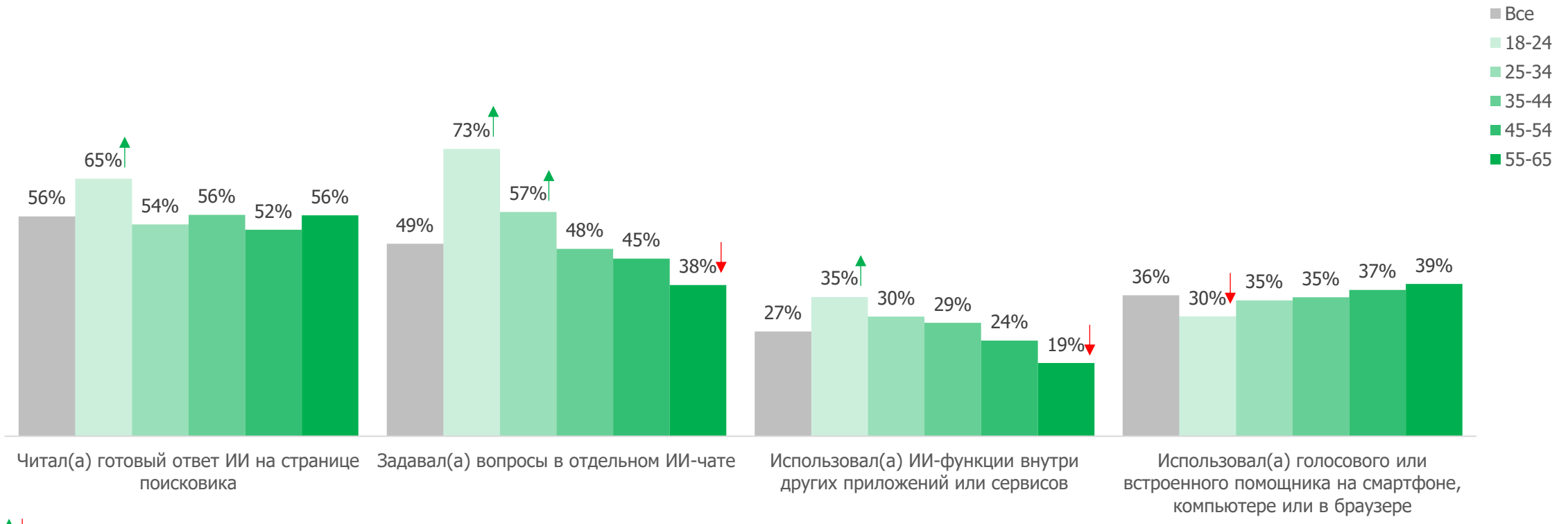


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Какими версиями ИИ-сервисов Вы пользуетесь сейчас?

Использование возможностей ИИ

Аудитория 18-24 лет значимо чаще использует отдельные ИИ-чаты **(73% vs 49% в Тотале)**, ответы ИИ в поиске **(65% vs 56%)** и встроенные функции сервисов **(35% vs 27%)**. Среди 55-65-летних использование отдельных чатов и ИИ внутри приложений значимо ниже **(38% vs 49% и 19% vs 27%)**.

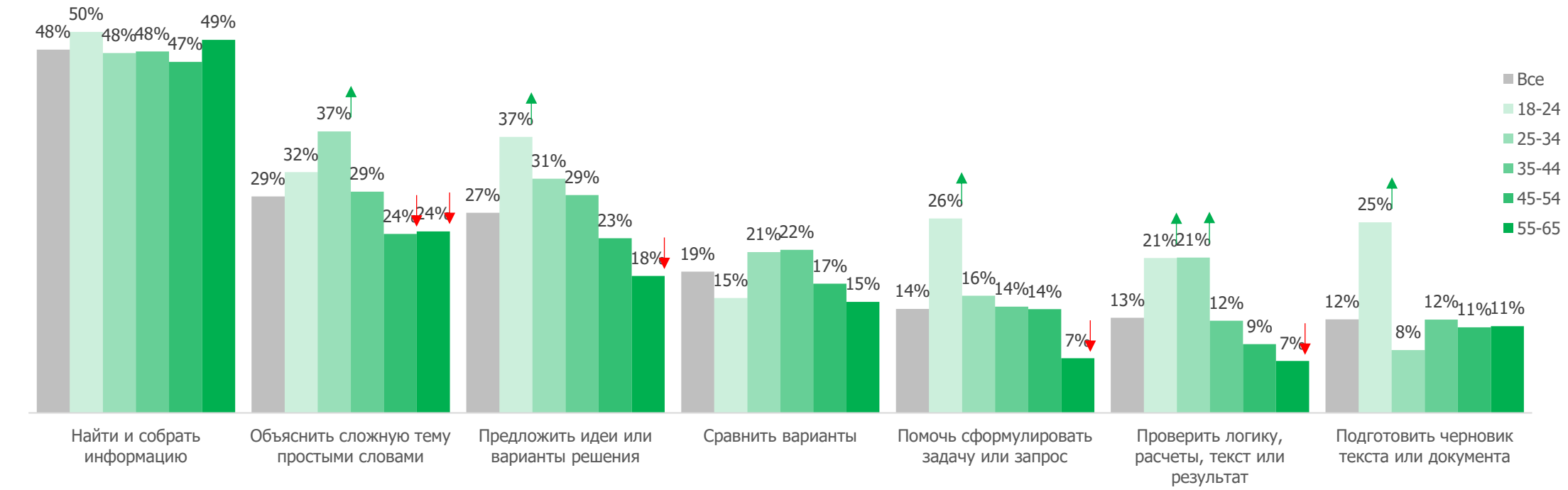


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Какими возможностями ИИ Вы пользовались за последние 3 месяца? Можно выбрать несколько вариантов.

Задачи для ИИ

Молодежь использует ИИ для более широкого спектра интеллектуальных задач: пользователи 18-24 лет значимо чаще просят предложить идеи **(37% vs 27% в Тотале)**, сформулировать задачу или запрос **(26% vs 14%)**, проверить результат **(21% vs 13%)** и подготовить черновик **(25% vs 12%)**. В старших возрастах доминирует базовый информационный поиск.

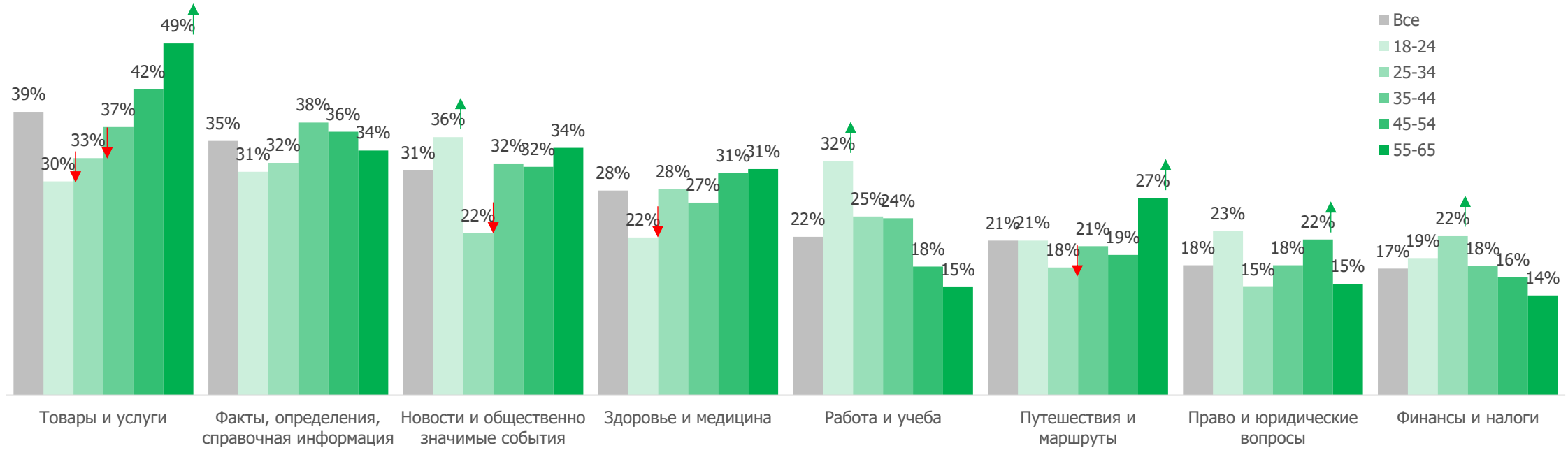


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: С какими задачами Вы чаще всего обращаетесь к Искусственному интеллекту (ИИ)? Отметьте до 3 вариантов.

Доверие ответам ИИ. Темы. Сравнение в разрезе возраста

Преимущество обычного поиска при выборе товаров значимо усиливается с возрастом и достигает **49%** среди 55-65-летних против **39%** в Тотале. Молодежь 18-24 и 25-34 лет значимо реже отдает ему приоритет в товарах **(30% и 33% vs 39%)**. Пользователи 18-24 лет значимо чаще выбирают обычный поиск для рабочих задач **(32% vs 22%)**, а аудитория 25-34 лет - для юридических и финансовых вопросов **(23% vs 18% и 22% vs 17%)**.

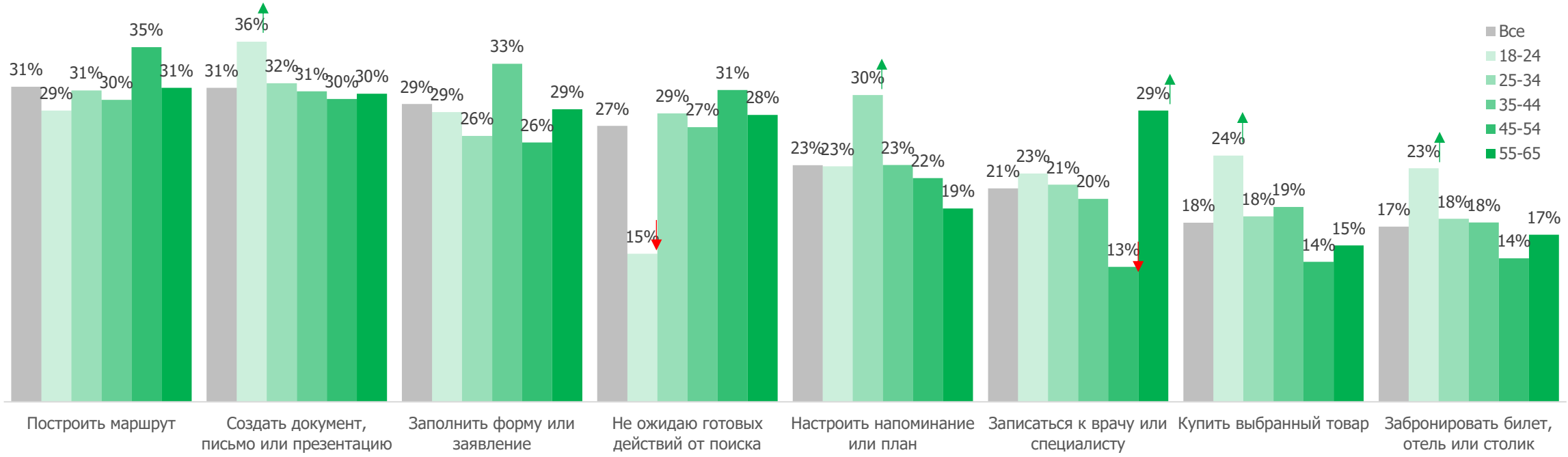


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: В каких темах Вы в большей степени доверяете ответам обычного поиска, больше чем ответам Искусственного Интеллекта (ИИ)? Отметьте до 3 вариантов.

Задачи для агентов

Молодежь 18-24 лет значимо чаще ожидает подготовку документов **(36% vs 31% в Тотале)**, покупку выбранного товара **(24% vs 18%)** и бронирование билета, отеля или столика **(23% vs 17%)**, при этом значимо реже не ожидает готовых действий от поиска или ИИ **(15% vs 27%)**. Пользователи 25-34 лет значимо чаще хотят настройку напоминаний **(30% vs 23%)**. Запись к врачу значимо чаще востребована среди 55-65-летних **(29% vs 21%)** и значимо реже — среди 45-54-летних **(13% vs 21%)**.

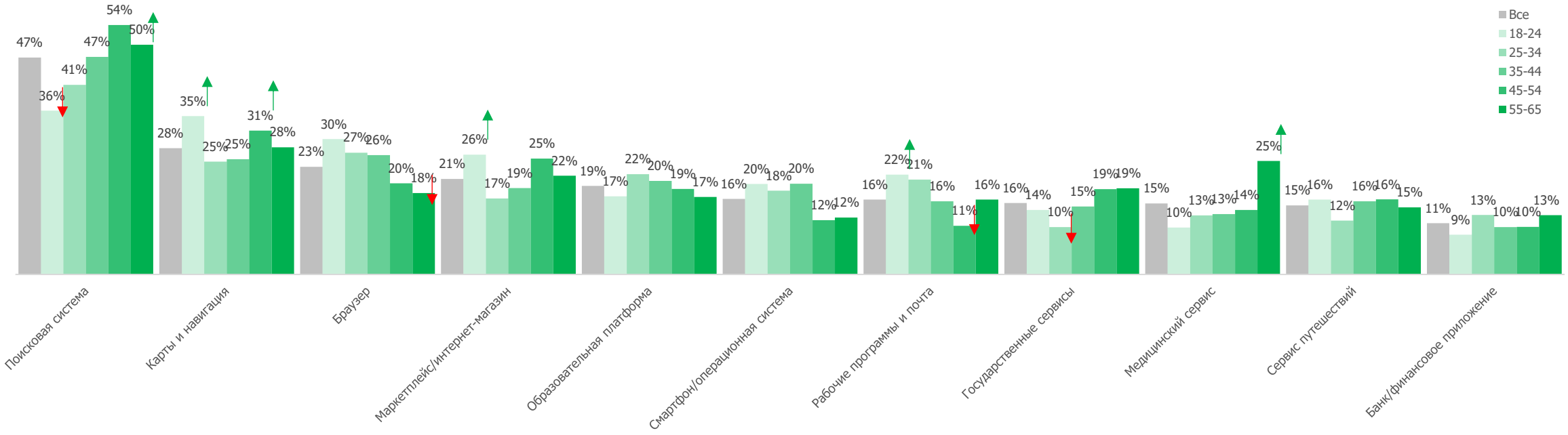


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: В каких ситуациях Вы хотели бы, чтобы поиск или ИИ не только нашел информацию, но и подготовил действие для Вашего подтверждения?

Наиболее подходящие сервисы для ИИ-функций. Сравнение в разрезе возраста

Молодежь 18-24 лет значимо чаще видит пользу ИИ в картах и навигации **(35% vs 28% в Тотале)**, браузере **(30% vs 23%)** и рабочих программах и почте **(22% vs 16%)**, но значимо реже - в поисковой системе **(36% vs 47%)** и государственных сервисах **(10% vs 16%)**. Аудитория 45-54 лет значимо чаще выбирает поисковые системы **(54% vs 47%)**, а пользователи 55-65 лет - медицинские сервисы **(25% vs 15%)**.

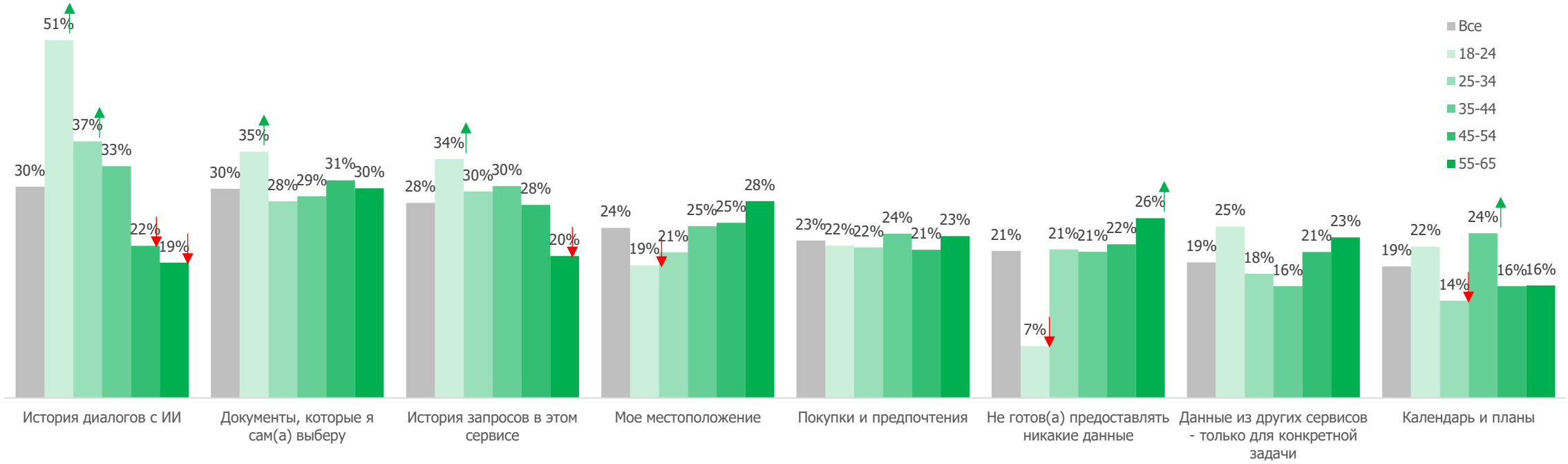


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: В каких сервисах ИИ-функции были бы наиболее полезны? Отметьте до 3 вариантов.

Готовность предоставить личные данные. Сравнение в разрезе возраста

Молодежь 18-24 лет значимо охотнее предоставляет историю диалогов с ИИ **(51% vs 30% в Тотале)**, историю запросов **(34% vs 28%)** и выбранные документы **(35% vs 30%)**; только **7%** не готовы делиться данными против **21%** в Тотале. Среди аудитории 35-44 лет значимо выше готовность предоставить календарь и планы **(24% vs 19%)**, тогда как среди 55-65-летних значимо выше доля не готовых передавать какие-либо данные **(26% vs 21%)**.



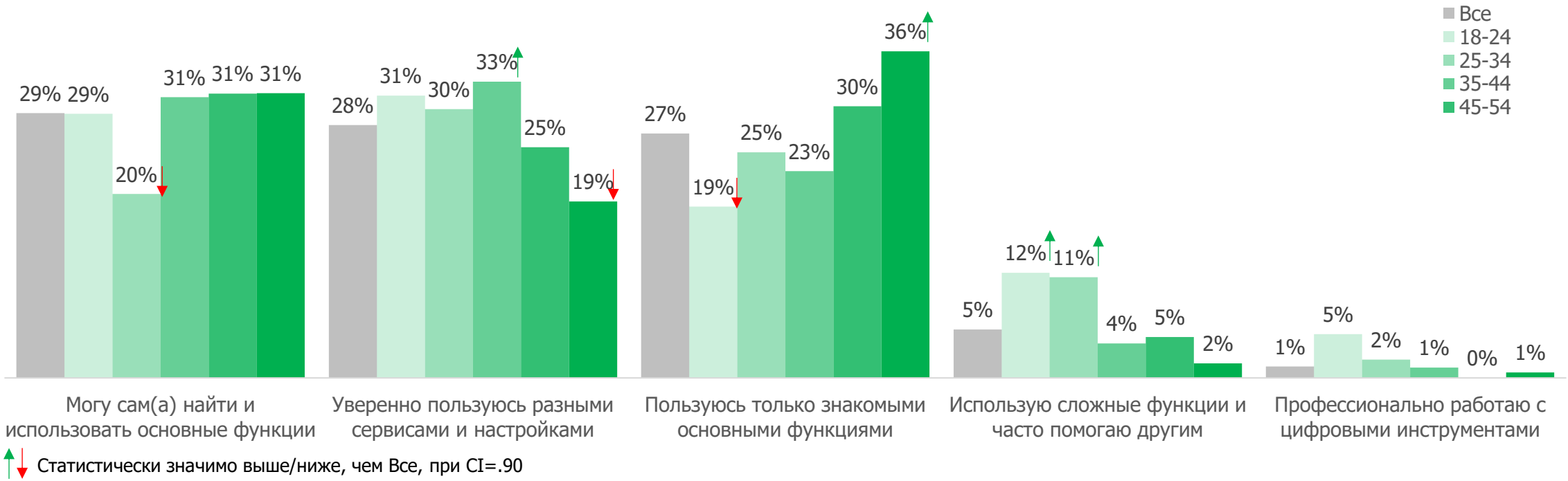
Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Какие данные Вы готовы разрешить сервису использовать для более точного ответа? Можно выбрать несколько вариантов.

Уровень владения цифровыми сервисами. Сравнение в разрезе возраста

Молодежь 18-34 лет значимо чаще использует сложные функции и помогает другим: показатель составляет **12%** среди 18-24-летних и **11%** среди 25-34-летних против **5%** в Тотале.

Среди 55-65-летних значимо выше доля ограничивающихся знакомыми функциями **(36% vs 27%)**, а уверенность в настройках наиболее выражена у аудитории 35-44 лет **(33% vs 28%)**.



Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

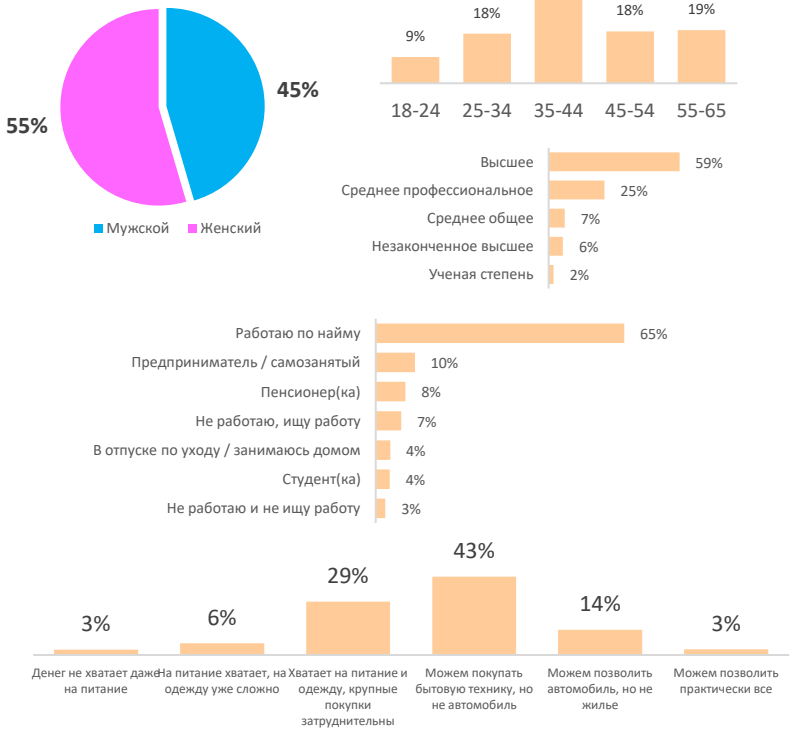
N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как бы Вы описали свой уровень владения цифровыми сервисами?

05. Различия по уровню навыков

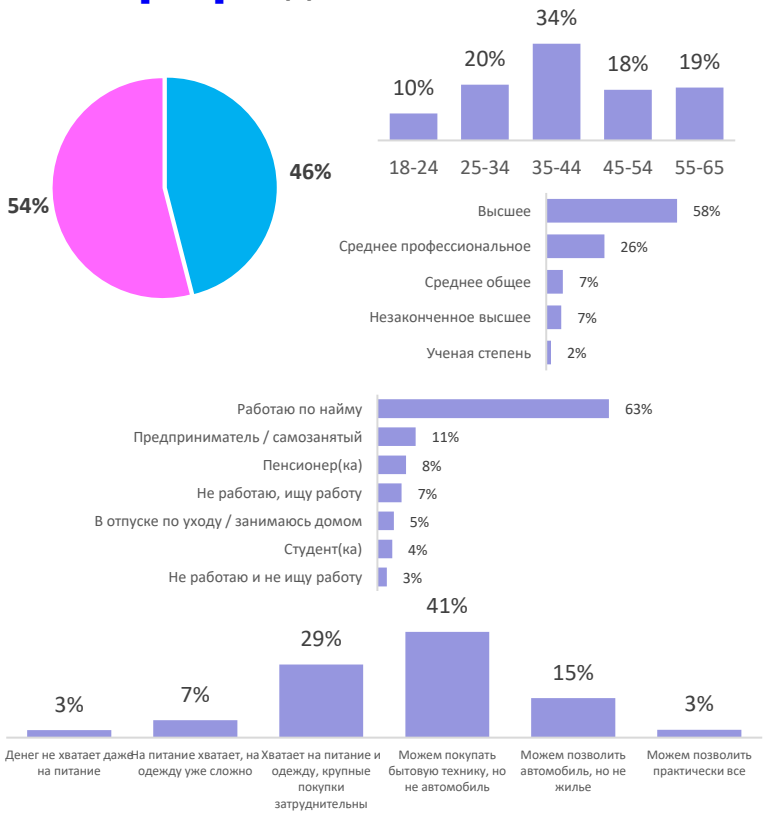
Соц-дем профили пользователей на разных уровнях ИИ-продвинутости

В рамках исследования выделены профили пользователей / респондентов: Активные, Профи и Эксперты (Уровни являются вложенными и используются для анализа того, как меняется профиль аудитории по мере роста частоты использования ИИ). Уровень продвинутости определяется прежде всего практикой использования, а не отдельной демографической характеристикой. Во всех группах преобладают работающие по найму респонденты, с высшим образованием.

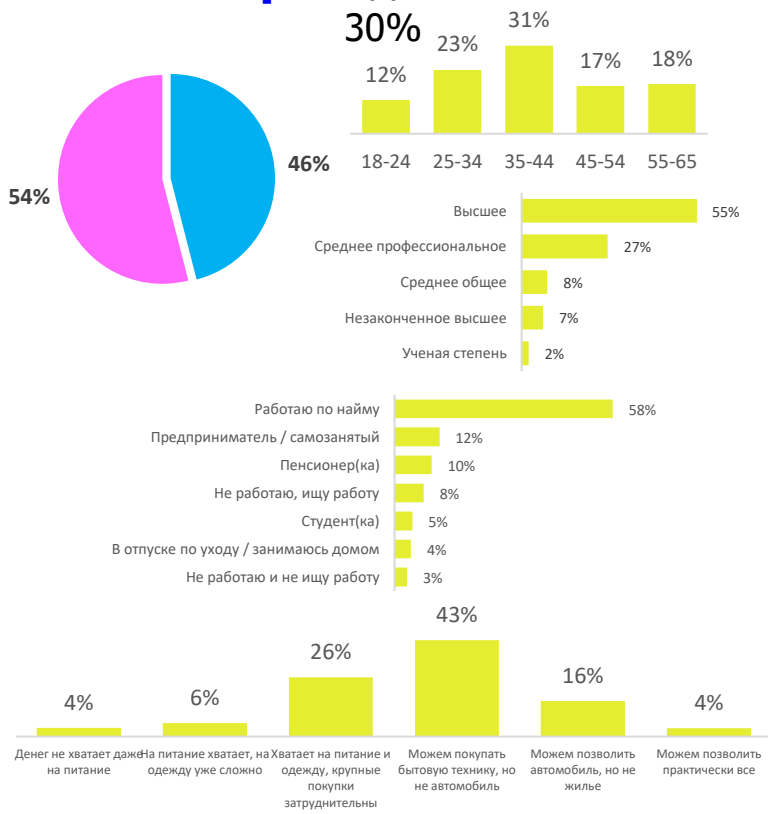
Активные Доля от тотал = 80%



Профи Доля от тотал = 64%

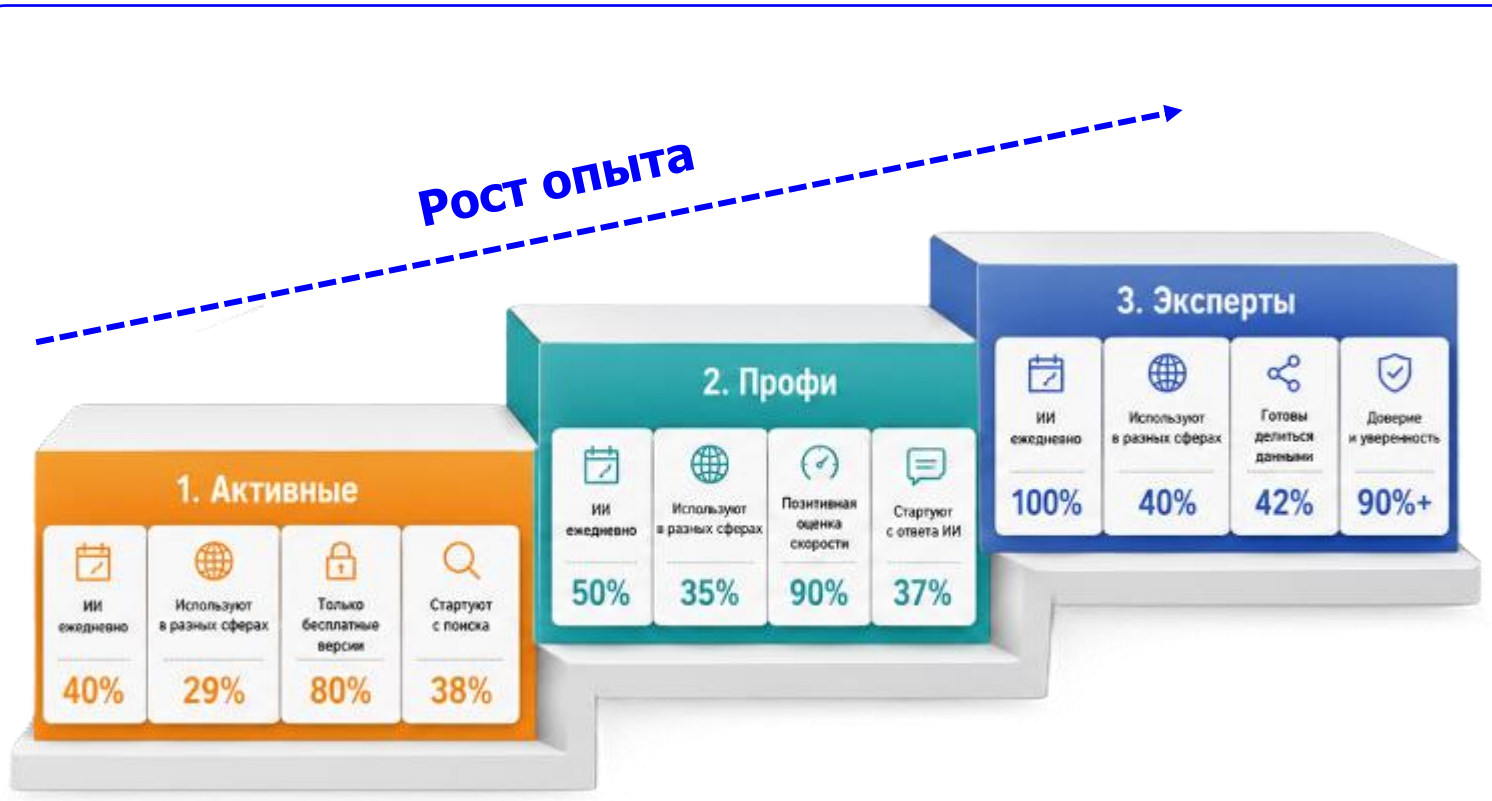


Эксперты Доля от тотал = 30%



N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Сколько Вам полных лет? Укажите Ваш пол. Укажите город, в котором Вы постоянно проживаете в настоящее время
Как часто Вы пользуетесь интернетом? Каков Ваш основной статус занятости? Как Вы оцениваете материальное положение Вашей семьи?

Лестница зрелости: поведенческие особенности пользователей с разной частотой использования ИИ



По мере роста опыта ИИ становится частью регулярного цифрового поведения: Активные используют его часто, но преимущественно в базовых сценариях, Профи расширяют применение на разные сферы, а Эксперты переходят к ежедневному использованию, более высокой оценке опыта и большей готовности к персонализации.

При этом даже среди наиболее продвинутых пользователей преобладают бесплатные версии, поэтому интенсивность использования пока не означает автоматической готовности платить.

NB!: Уровни являются вложенными; схема показывает накопление поведенческих характеристик по мере роста частоты использования.
N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Как часто за последние 3 месяца Вы пользовались Искусственным интеллектом (ИИ): задавали вопросы отдельному ИИ-чату, читали ответ ИИ в поиске или использовали ИИ-функции в приложениях?

Описание профилей целевых групп по степени продвинутости

Активные

- **Критерий уровня:** используют ИИ несколько раз в месяц или чаще.
- Пользуются ИИ регулярно, но пока не делают его постоянным инструментом решения задач (критерий включения в группу – использование ИИ): 40% обращаются к ИИ ежедневно или почти ежедневно, еще 40% - несколько раз в неделю, а 19% - несколько раз в месяц.
- 88% находятся в интернете практически постоянно, а 66% искали информацию или решали задачу с помощью интернета уже сегодня.
- **Соц-дем портрет:** молодежь 18-24 лет составляет 12%, аудитория 25-34 лет — 23%. Высшее образование имеют 55%, работают по найму 58%. Доля предпринимателей и самозанятых достигает 12%, 16% могут позволить покупку автомобиля, 43% - бытовой техники.
- **Профиль:** регулярные пользователи ИИ с высокой цифровой вовлеченностью, для которых ИИ уже стал привычным инструментом.

Профи

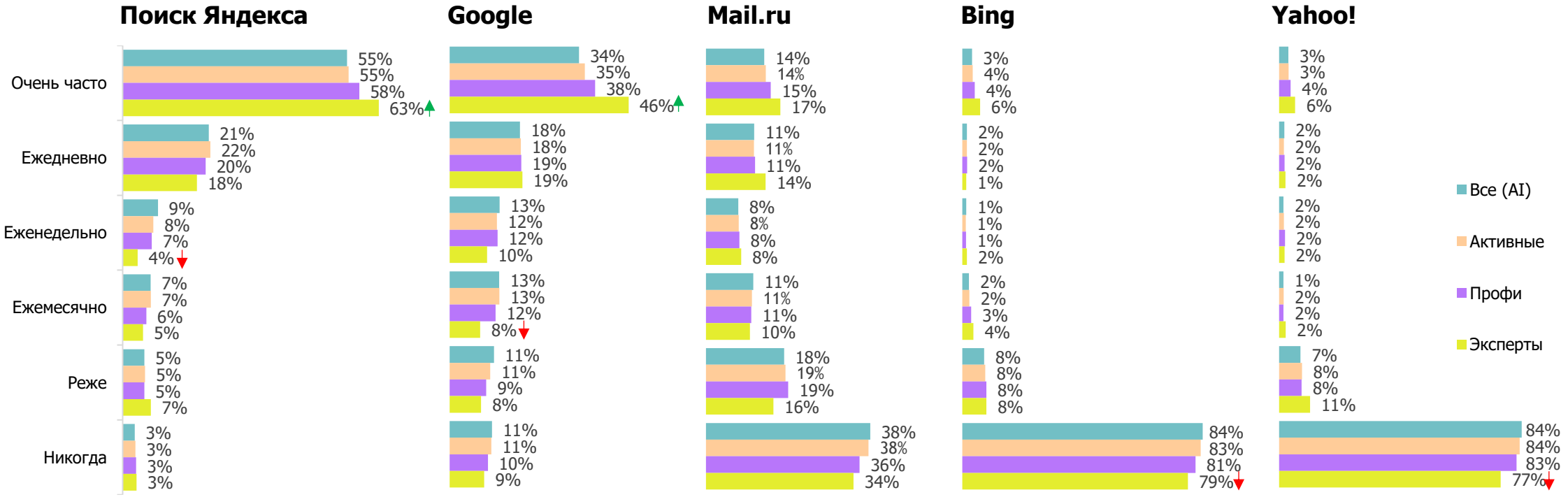
- **Критерий уровня:** используют ИИ несколько раз в неделю или чаще.
- Используют ИИ с повышенной интенсивностью - 50% обращаются к нему ежедневно или почти ежедневно, еще 50% — несколько раз в неделю. При этом практически отсутствуют более редкие сценарии использования.
- Цифровая активность высокая. 89% находятся в интернете практически постоянно, а 71% искали информацию уже сегодня.
- **Соц-дем портрет:** молодежь 18–24 лет (10%), 25–34 (20%); высшее образование (58%); работа по найму (63%); доля предпринимателей / самозанятых (11%); 29% могут позволить крупные покупки без затруднений, 41% - бытовую технику.
- **Профиль:** сформировавшиеся пользователи ИИ, для которых регулярное взаимодействие с ИИ становится устойчивой привычкой. Они активнее используют цифровую среду и чаще обращаются к поиску, что делает уровень одной из важных групп для изучения новых сценариев взаимодействия поиска и ИИ.

Эксперты

- **Критерий уровня:** используют ИИ несколько раз в неделю или чаще.
- Используют ИИ с повышенной интенсивностью - 50% обращаются к нему ежедневно или почти ежедневно, еще 50% - несколько раз в неделю. При этом практически отсутствуют более редкие сценарии использования.
- Цифровая активность высокая. 89% находятся в интернете практически постоянно, а 71% искали информацию уже сегодня.
- **Соц-дем портрет:** молодежь 18–24 лет (10%), 25–34 (20%); высшее образование (58%); работа по найму (63%); доля предпринимателей / самозанятых (11%); 29% могут позволить крупные покупки без затруднений, 41% - бытовую технику.
- **Профиль:** сформировавшиеся пользователи ИИ, для которых регулярное взаимодействие с ИИ становится устойчивой привычкой. Они активнее используют цифровую среду и чаще обращаются к поиску, что делает уровень одной из важных групп для изучения новых сценариев взаимодействия поиска и ИИ.

Частота использования поисковиков. Выбор лидера

ИИ-продвинутые пользователи не отказываются от традиционных поисковиков. Среди Экспертов значимо выше частое использование Поиска Яндекса с Алисой AI (63% vs 55% среди всей ИИ-аудитории) и Google (46% vs 34%). Рост ИИ-навыков сопровождается расширением и интенсификацией поискового поведения.

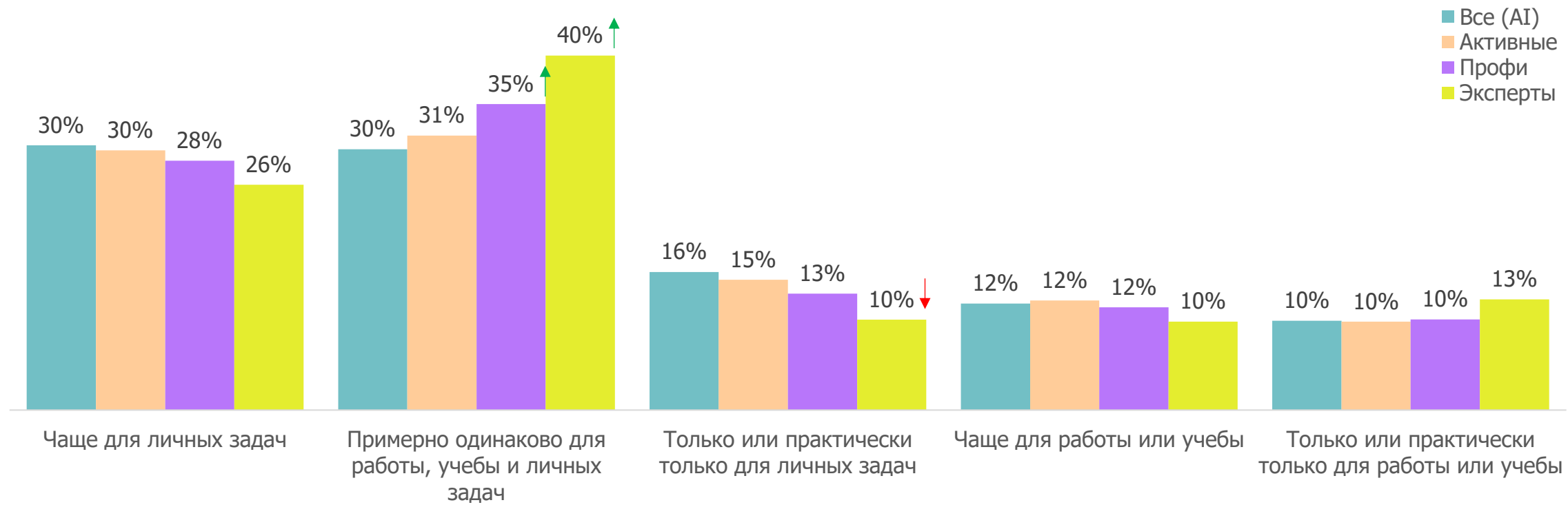


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: Какими поисковиками Вы пользуетесь и как часто?

Основная цель использования ИИ

По мере роста ИИ-продвинутости использование становится более универсальным. Одинаково применяют ИИ в разных сферах **35%** Профи и **40%** Экспертов против **30%** среди всей ИИ-аудитории, оба отличия значимы. Доля исключительно личных сценариев у Экспертов значимо ниже **(10% vs 16%)**.

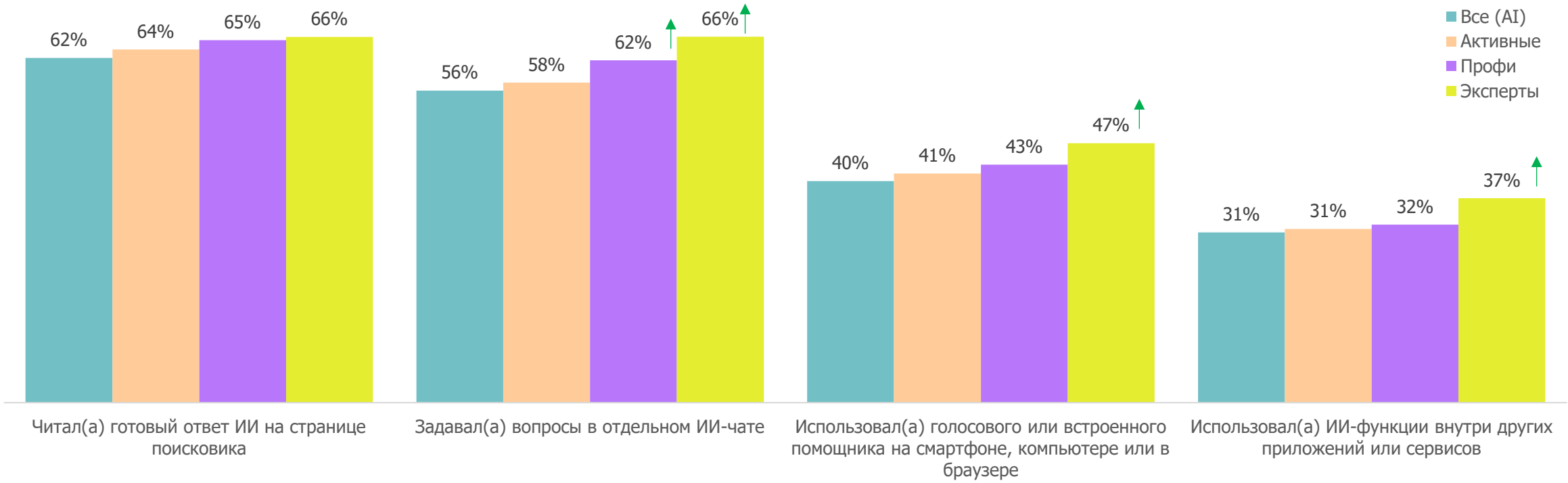


Статистически значимо выше/ниже, чем Все (AI), при CI=.90

N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: Для каких целей Вы чаще используете Искусственный Интеллект (ИИ)?

Использование возможностей ИИ

По мере роста продвинутости расширяется набор используемых форматов. Эксперты значимо чаще обращаются к отдельным ИИ-чатам **(66% vs 56% среди всей ИИ-аудитории)**, встроенным помощникам **(47% vs 40%)** и ИИ-функциям приложений **(37% vs 31%)**.



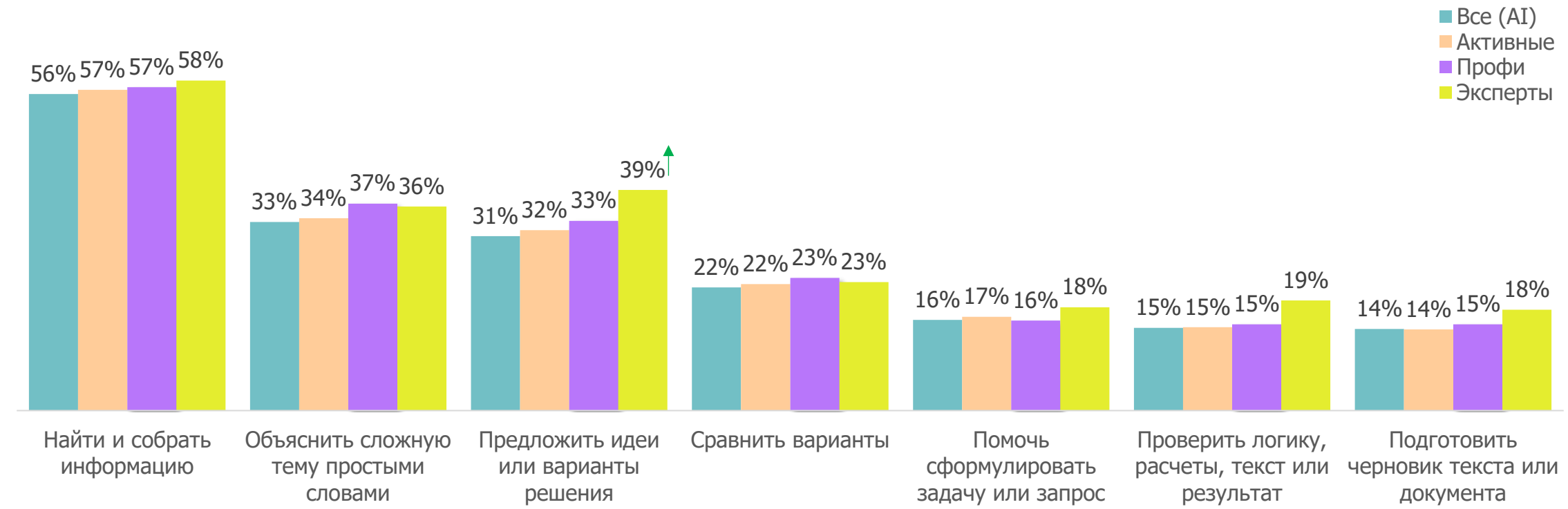
Статистически значимо выше/ниже, чем Все (AI), при CI=.90

N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: Какими возможностями ИИ Вы пользовались за последние 3 месяца? Можно выбрать несколько вариантов.

Задачи для ИИ

Поиск и сбор информации одинаково важен для всех групп **(56-58%)**, однако Эксперты значимо чаще используют ИИ для генерации идей **(39% vs 31% среди всей ИИ-аудитории)**.

С ростом опыта использования ИИ постепенно переходит от справочной функции к роли партнера по решению задачи.

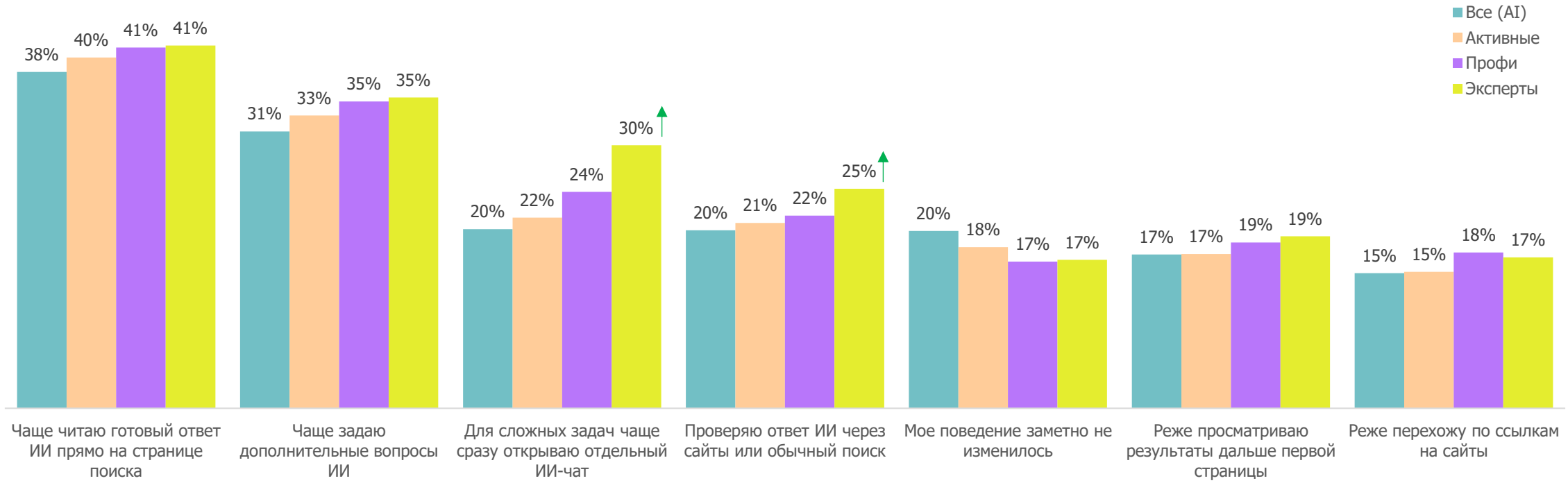


Статистически значимо выше/ниже, чем Все (AI), при CI=.90

N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: С какими задачами Вы чаще всего обращаетесь к Искусственному интеллекту (ИИ)? Отметьте до 3 вариантов.

Изменения в использовании поисковиков

С ростом ИИ-продвинутости усиливается переход к самостоятельному диалогу. Отдельный ИИ-чат (Алиса AI, Google) для сложных задач сразу открывают 30% Экспертов, что значимо выше среднего по ИИ-аудитории (20%). Одновременно в этой группе значимо чаще встречается проверка результата через сайты и обычный поиск (25% vs 20%).



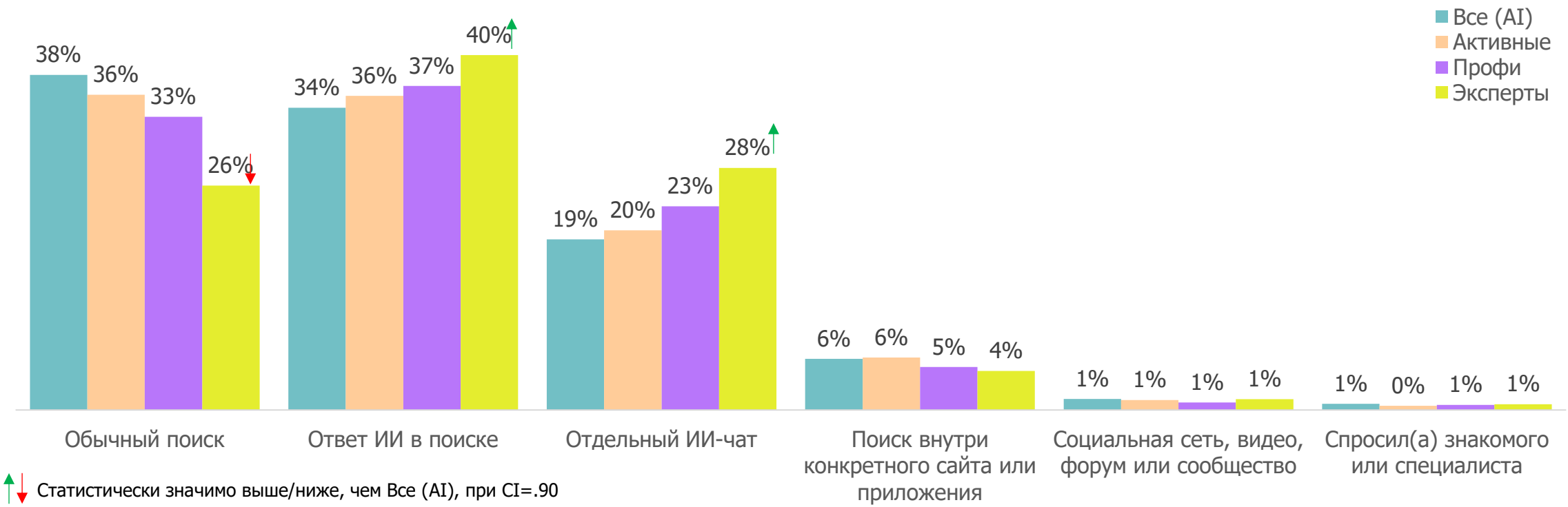
Статистически значимо выше/ниже, чем Все (AI), при CI=.90

N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: Как за последний год изменилось то, как Вы пользуетесь Яндексом, Google и другими поисковиками?

Приоритетный способ решения задачи

С ростом ИИ-продвинутости обычный поиск значимо теряет роль первого шага: среди Экспертов его выбирают **26%** против **38%** среди всей ИИ-аудитории.

Эксперты значимо чаще начинают решение с готового ответа ИИ в поиске **(40% vs 34%)** и отдельного ИИ-чата **(28% vs 19%)**.

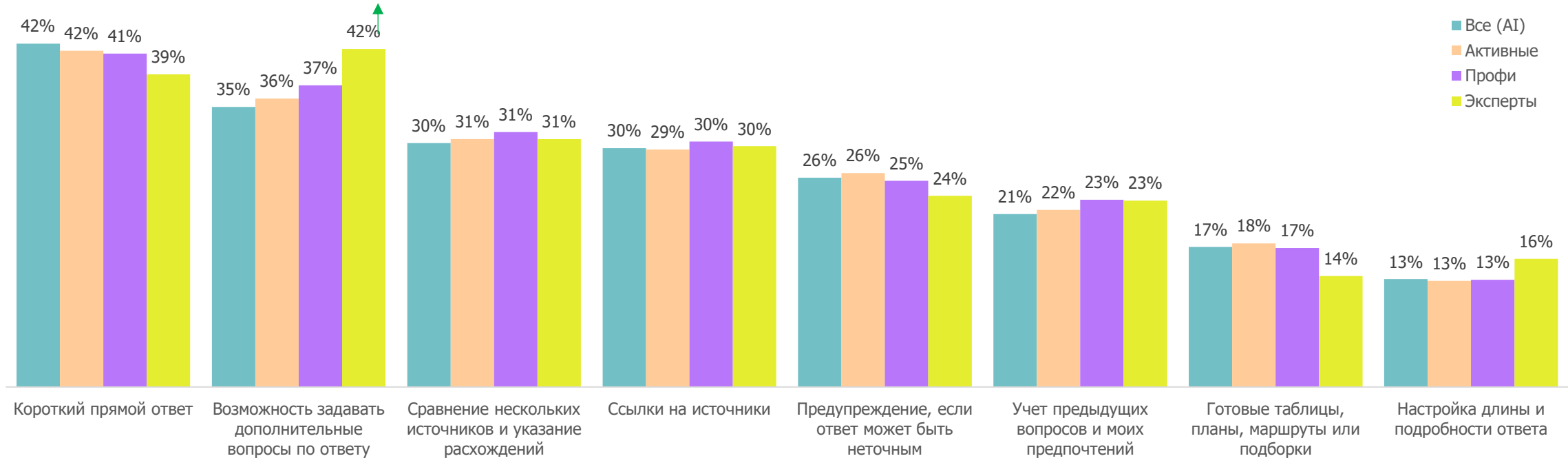


Статистически значимо выше/ниже, чем Все (AI), при CI=.90

N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;
Q: Продолжая говорить об этой ЗАДАЧЕ: какой способ Вы использовали самым первым для поиска нужной информации или решения своего вопроса?

Использование возможностей ИИ в поисковике. Группы пользователей

Среди Экспертов возможность задавать дополнительные вопросы становится самой востребованной функцией **(42% vs 35% среди всей ИИ-аудитории)**, отличие значимо.

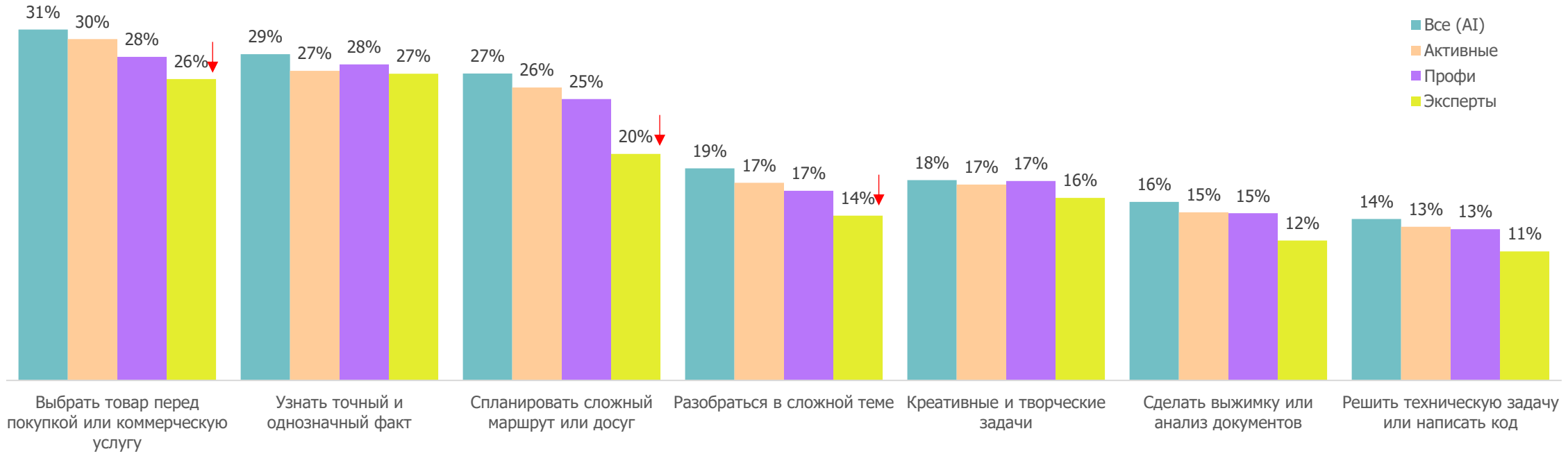


Статистически значимо выше/ниже, чем Все (AI), при CI=.90

N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: Какие возможности готового ответа ИИ на странице поисковика были бы для Вас наиболее полезны? Отметьте до 3 вариантов.

Выбор инструмента для решения задач. Обычный поиск. Группы пользователей

По мере роста ИИ-продвинутости снижается восприятие обычного поиска как лучшего инструмента для покупки, маршрута и разбора сложной темы. Среди Экспертов эти показатели значимо ниже среднего ИИ-аудитории: выбор товара - 26% против 31%, планирование маршрута - 20% против 27%, разбор сложной темы - 14% против 19%.



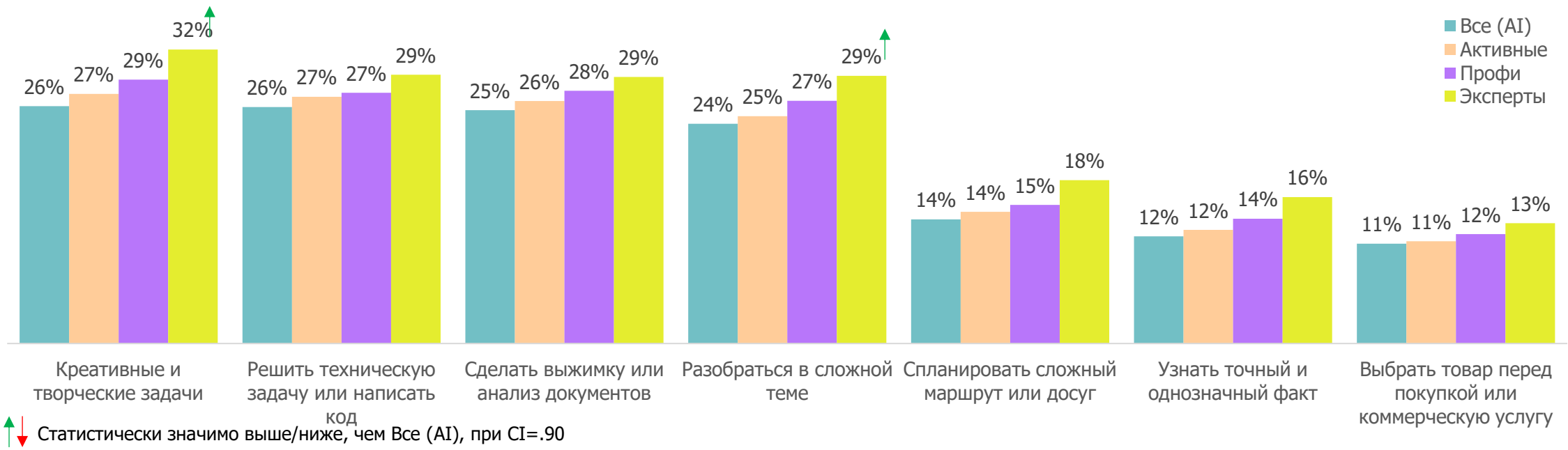
Статистически значимо выше/ниже, чем Все (AI), при CI=.90

N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: Как Вы считаете, какой из инструментов лучше всего справляется со следующей задачей?

Выбор инструмента для решения задач. Отдельный ИИ-чат. Группы пользователей

Отдельный ИИ-чат воспринимается прежде всего как инструмент для творчества (26%), программирования (26%), анализа документов (25%) и объяснения сложных тем (24%).

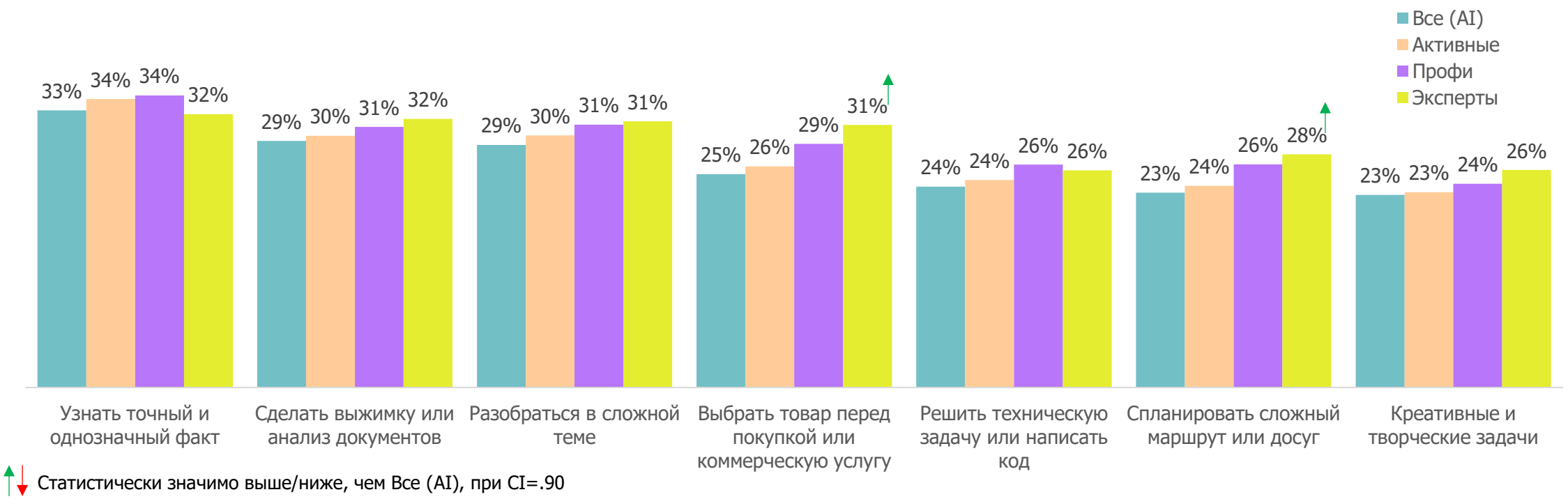
Среди Экспертов его преимущества в творческих и сложных задачах выражены значимо сильнее: творческие задачи — 32% против 26% среди всей ИИ-аудитории, разбор сложной темы — 29% против 24%.



N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: Как Вы считаете, какой из инструментов лучше всего справляется со следующей задачей?

Выбор инструмента для решения задач. Ответ ИИ в поиске. Группы пользователей

Ответ ИИ в поиске воспринимается как универсальный формат: он лидирует при поиске точных фактов (33%) и занимает сильные позиции в анализе документов и разборе сложных тем (по 29%), выборе товаров (25%) и технических задачах (24%). Среди Экспертов значимо усиливается его роль в технических задачах (31% vs 24% среди всей ИИ-аудитории) и планировании маршрутов (28% vs 23%).

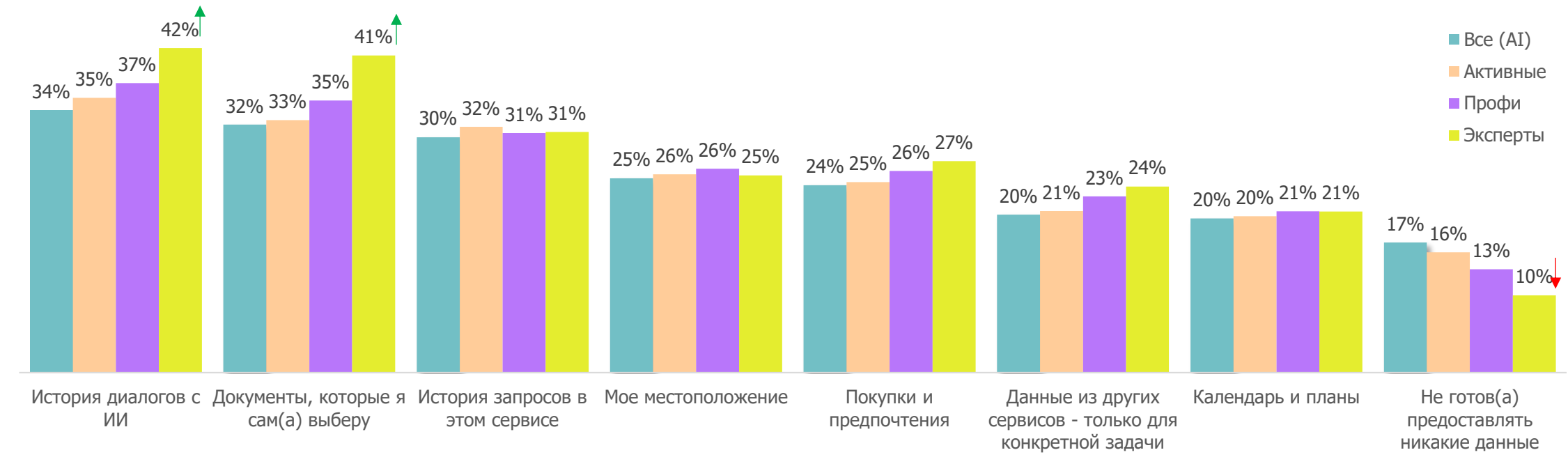


N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: Как Вы считаете, какой из инструментов лучше всего справляется со следующей задачей?

Готовность предоставить личные данные. Группы пользователей

Готовность делиться данными растет с ИИ-продвинутостью: среди Экспертов историю диалогов готовы предоставить 42% против 34% среди всей ИИ-аудитории, выбранные документы - 41% против 32%, оба отличия значимы.

Доля полностью не готовых к передаче данных значимо снижается до 10% против 17%.

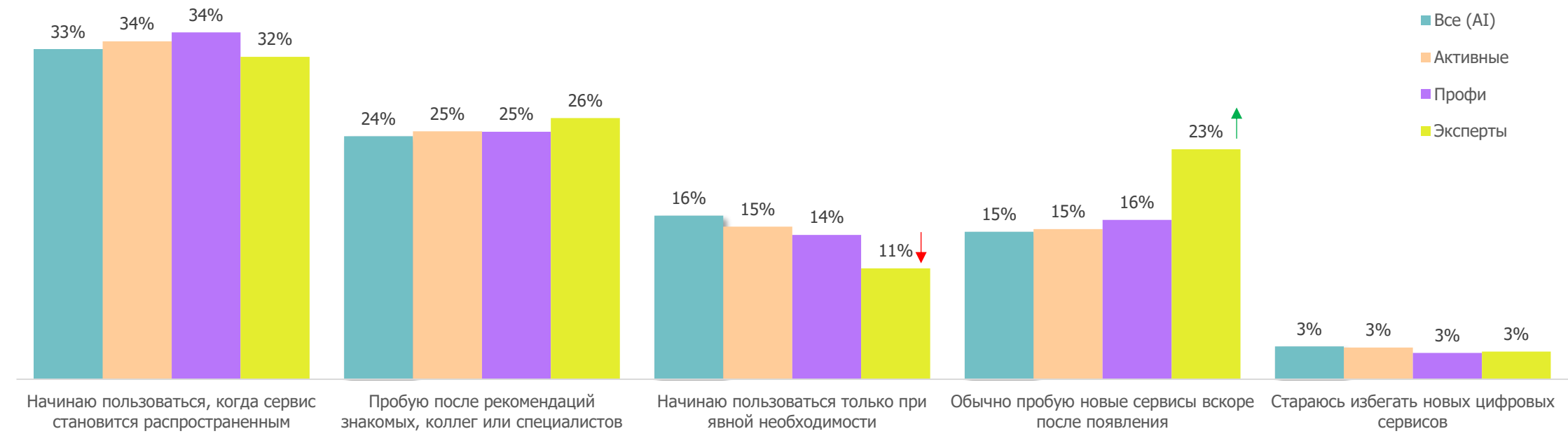


Статистически значимо выше/ниже, чем Все (AI), при CI=.90

N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: Какие данные Вы готовы разрешить сервису использовать для более точного ответа? Можно выбрать несколько вариантов.

Сценарий старта использования новых сервисов. Группы пользователей

Эксперты значимо чаще пробуют новые сервисы вскоре после появления (23% vs 15% среди всей ИИ-аудитории) и значимо реже начинают пользоваться только при явной необходимости (11% vs 16%). Однако даже среди них наиболее распространен старт после массового распространения (32%) или рекомендаций (26%).



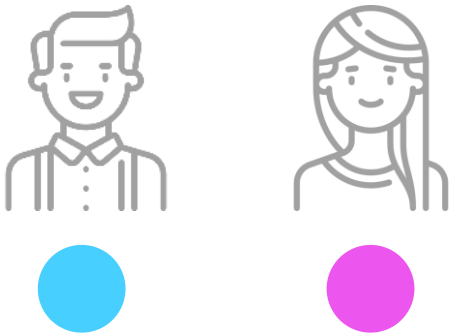
Статистически значимо выше/ниже, чем Все (AI), при CI=.90

N = «ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИИ»;N=860;796;639;305;Q: Как Вы обычно начинаете пользоваться новыми цифровыми сервисами?

06. Гендерные различия

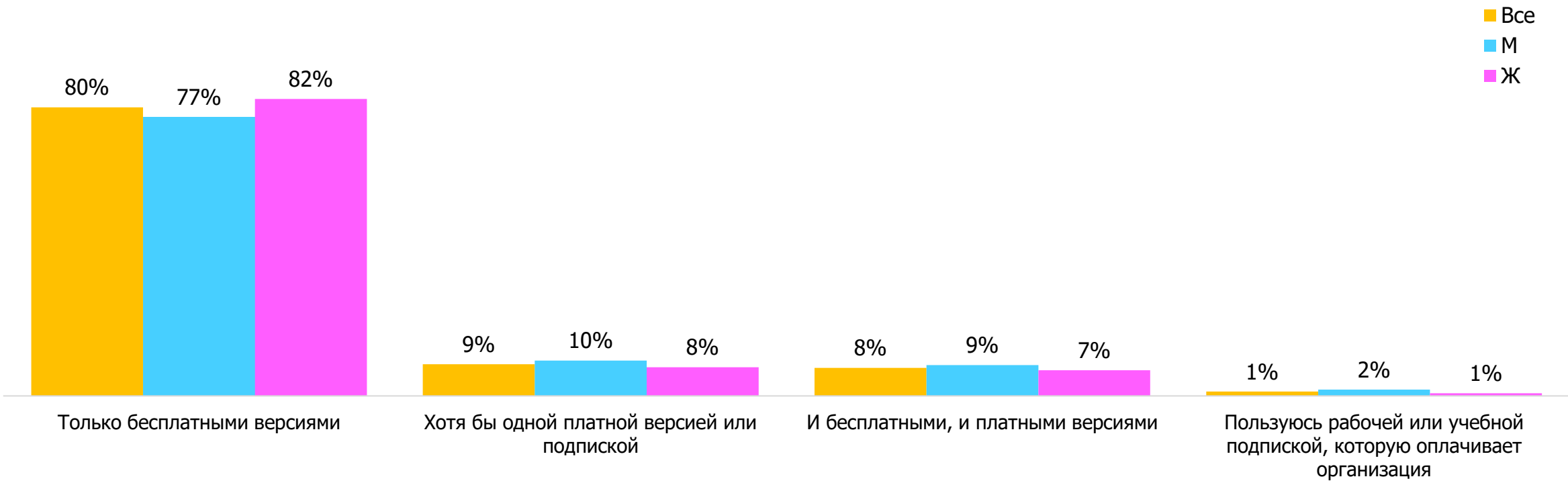
Существенных гендерных различий в отношениях с ИИ в рамках исследования не выявлено.

Лишь отчасти можно говорить, что женщины чаще, чем мужчины склонны использовать ИИ в бытовом разрезе без «прокачки» профессиональных навыков. Частично могут отличаться сценарии использования, но разница также несущественна.



Тип используемой версии ИИ. Платная VS бесплатная

Рынок ИИ остается преимущественно бесплатным. Большинство использует только бесплатные версии (80%). Платной версией или подпиской пользуются 9%, бесплатными и платными версиями — 8%, рабочей или учебной подпиской — 1%. Существенных гендерных различий нет.

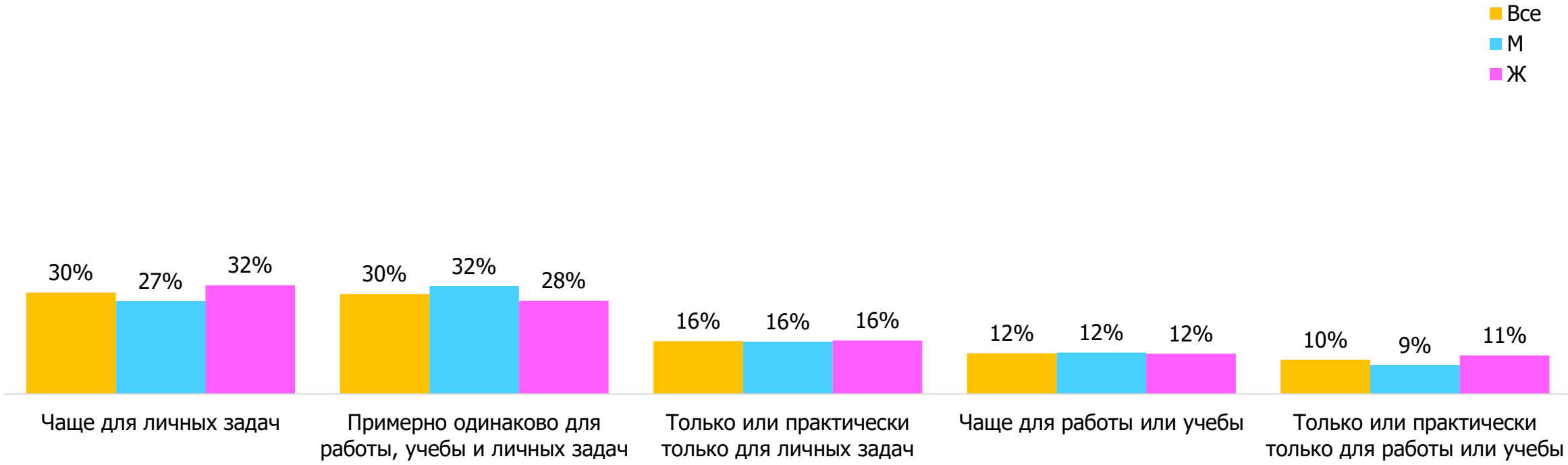


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N = 1000; Q: Какими версиями ИИ-сервисов Вы пользуетесь сейчас?

Основная цель использования ИИ

ИИ чаще используется в личном контексте: 46% преимущественно или исключительно решают с его помощью личные задачи - 30% чаще и 16% практически только. Еще 30% одинаково применяют ИИ в работе, учебе и личной жизни, а преимущественно рабочие сценарии составляют 22%.

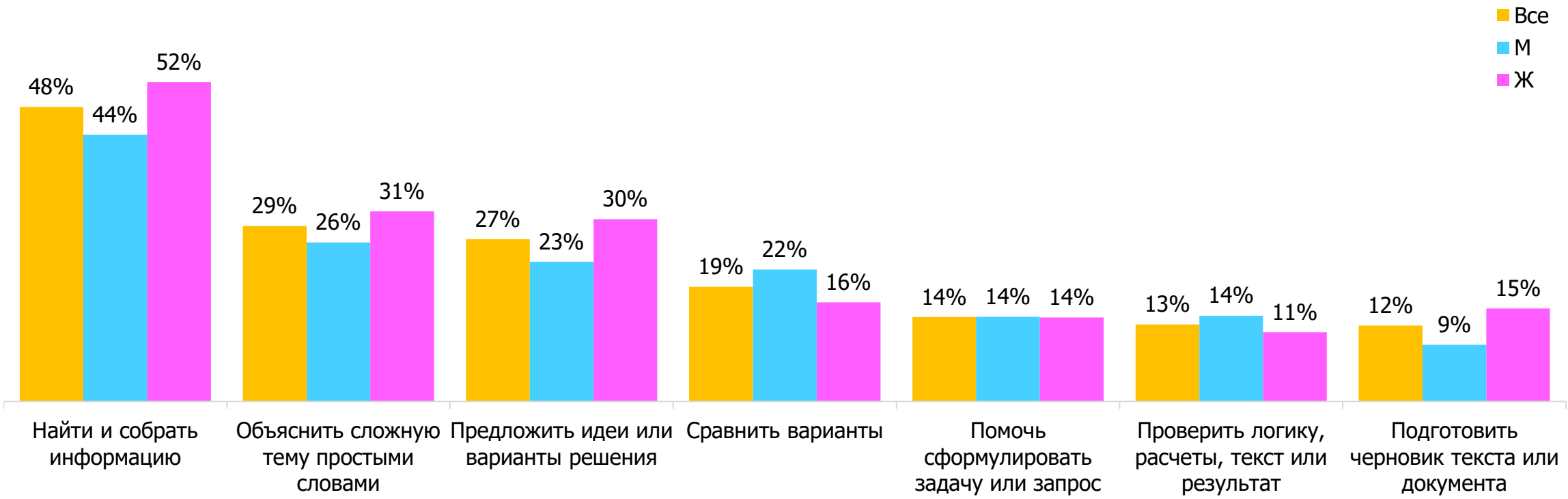


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Для каких целей Вы чаще используете Искусственный Интеллект (ИИ)?

Задачи для ИИ

Основная задача для ИИ - поиск и сбор информации, который называют 48% пользователей.
Далее следуют объяснение сложной темы (29%), генерация идей (27%) и сравнение вариантов (19%).
Помощь в формулировании задачи, проверка результата и подготовка черновика востребованы у 12-14%.

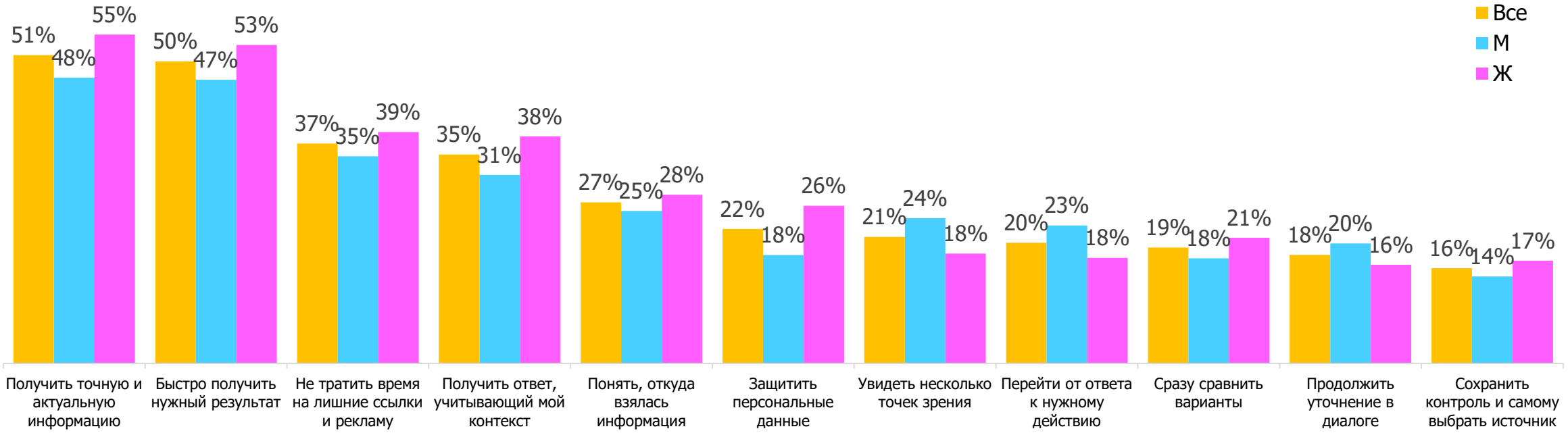


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: С какими задачами Вы чаще всего обращаетесь к Искусственному интеллекту (ИИ)? Отметьте до 3 вариантов.

Важные аспекты при поиска информации в интернете

Основные требования к поиску — точность и актуальность информации (51%) и скорость результата (50%).
Женщины значимо чаще Тотала подчеркивают точность (55% vs 51%), скорость (53% vs 50%), учет контекста (38% vs 35%) и защиту данных (26% vs 22%).
Мужчины значимо чаще ценят возможность увидеть разные точки зрения (24% vs 21%) и перейти к действию (23% vs 20%).

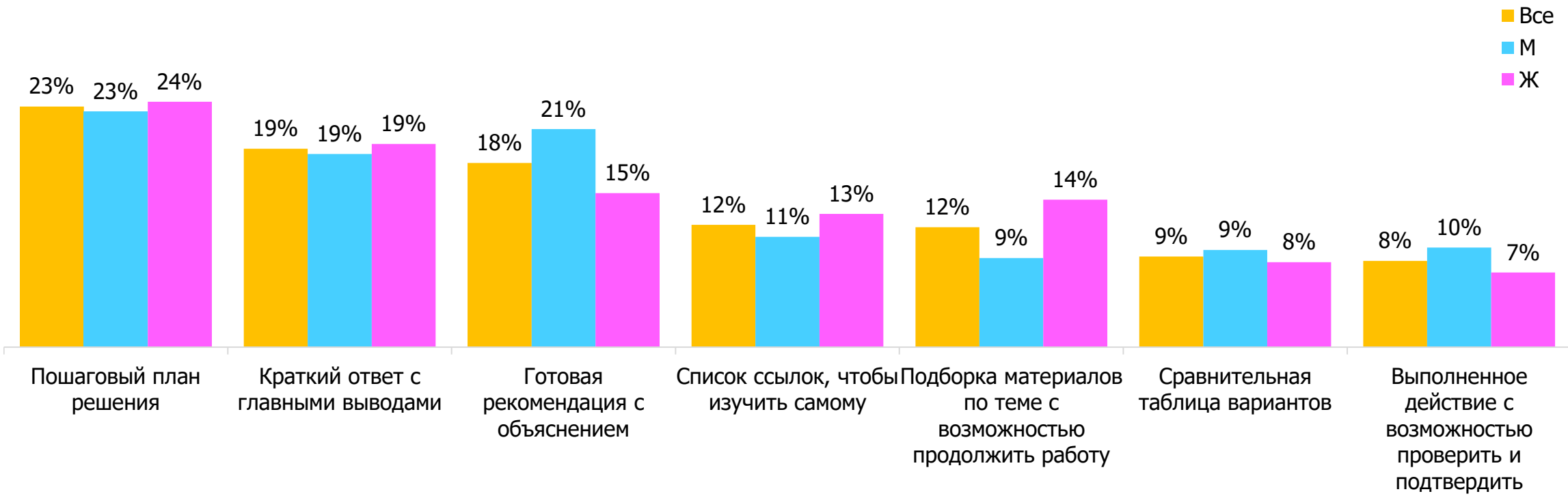


Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Что для Вас особенно важно, когда Вы ищете информацию или решаете задачу с помощью интернета? Отметьте до 5 вариантов.

Наиболее полезный формат ответа

Для сложной задачи наиболее востребованы пошаговый план (23%), краткий ответ с выводами (19%) и готовая рекомендация с объяснением (18%). Пользователям нужен структурированный результат, но единого универсального формата не сформировалось.



Статистически значимо выше/ниже, чем Все, при CI=.90

N=1000;471;529;81;165;351;185;217; Q: Если перед Вами стоит сложная задача, какой результат от обычного поиска или ИИ будет для Вас наиболее полезен?

07. Инсайты и дополнительные данные

AI-слой реабилитирует поиск после эпохи «помойки выдачи»

- Видно скрытое противоречие: к классической выдаче у части пользователей накоплен сильный скепсис, потому что она ассоциируется с SEO, рекламой, коммерческим шумом и необходимостью вручную отделять полезное от мусора. Доверие к поисковой выдаче растет с появлением прослойки, которая берет на себя функцию редактора. Пользователь начинает воспринимать выдачу как систему, где первую стадия сортировки выполнена.

> *«Мне кажется, поисковые системы сами постепенно уничтожили свою ценность. Когда-то поисковая выдача состояла из форумов, полезных статей и реальных сайтов. Потом появились SEO-материалы. Сейчас же первые страницы часто заполнены рекламой и коммерческими публикациями. Доверять такой выдаче становится все сложнее».*
>
> *— Александр, 32 года*

Новые дескрипторы достоверности информации и качества выдачи

- Доверие смещается с содержания на оформление доказательства. Пользователь не всегда проверяет источник, но сам факт наличия ссылки уже работает как маркер добросовестности ответа. Это новая форма цифровой насмотренности: человек оценивает не истинность по существу, а соответствие ответа знакомому визуальному и структурному шаблону надежности.

«И даже не переходя по ней, если я вижу, что она есть, мне кажется внутренне, что материал достоверный и материал брался не из головы или из там придумок сумасшедшего, а вот действительно отсюда».

— Родион

UX как элемент доверия качеству выдачи

- Знакомый интерфейс становится элементом доверия к качеству ИИ-выдачи. До верификации результата поисковой выдачи на доверие пользователя влияют сразу несколько факторов: форма выдачи, краткость, ясность, встроенность в привычный интерфейс. Принятие AI-ответа происходит легче и быстрее в среде знакомого продукта, нежели в отдельном чате.

«Если краткий ответ появляется прямо в поисковой выдаче, мне этого вполне достаточно. Специально переходить в отдельный интерфейс искусственного интеллекта мне неудобно».

— Ольга

Цензурирование тем как способ избегать галлюцинаций ИИ выдачи

- Люди не просто по-разному доверяют ответам – они заранее фильтруют сами темы, которые считают допустимыми для ИИ и поиска. Бытовой вопрос, расшифровка аббревиатуры, погода, базовая справка допустимы. Политика, история спорных событий, цены конкурентов, юридические детали, закрытая корпоративная информация уже требуют внутренних ограничителей.
- Пользователь вводит цензуру еще до получения ответа. Он не только проверяет результат, но и стратегически избегает некоторых формулировок и тем, потому что ожидает галлюцинацию, идеологическое смещение, локальные ограничения модели или утечку чувствительных данных. То есть барьер возникает на стадии вопроса, а не только на стадии доверия к ответу.

«Если говорить о бесплатных моделях, которыми пользуется большинство людей, то там я просто стараюсь не обсуждать действительно важные темы».

— Алексей

Трансформация семантики: от поискового запроса к разговорному контексту

- У респондентов, которые используют ИИ как психолога или «того, кто меня знает», меняется сама логика информационного поведения. Они реже идут в веб как в открытое поле источников и чаще возвращаются в накопленный чат-контекст. Для них ответ ценен не только содержанием, но и продолжением отношений: система уже знает биографию, эмоции, прошлые вопросы, семейную ситуацию. При этом внешние источники полностью не исчезают, но отходят на второй план.

«Я постоянно с ним переписываюсь, рассказываю о своей жизни. Сейчас он помогает мне буквально во всем».

— Лейла, 35 лет

ИИ-выдача задает рамку дальнейшего более глубокого поиска

- Для многих респондентов ИИ выдача становится первичной рамкой интерпретации задачи или проблемы, помогает сформулировать гипотезу, которая далее уже уточняется через более глубокий поиск по источникам в обычной традиционной выдаче.

«Нейросеть использовал не для того, чтобы создать что-то с нуля, а скорее чтобы посмотреть на свои идеи со стороны. Для меня это своего рода независимый взгляд».

— Ефрем

«Даже если итоговый текст меня не устраивает, я уже понимаю, какие вопросы нужно дополнительно изучить».

— Ольга

Проверка выдачи часто носит рекурсивный характер: ИИ проверяет ИИ

- Раньше логика проверки предполагала выход наружу: открыть ссылку, прочитать источник, сравнить версии. Сейчас появляется другой паттерн: если что-то смущает, человек не идет к внешнему документу, а задает уточняющий вопрос той же или другой модели. Это меняет паттерн классического фактчекинга.

> *«Тогда я возвращаюсь к ChatGPT, цитирую ему тот самый сомнительный фрагмент и спрашиваю: „Ты действительно уверен в этой формулировке? На основании чего сделан такой вывод?"»*
>
> *— Ефрем*

У пользователей существует устойчивый миф об идеологии нейросети

- Важный барьер к поисковому доверию связан с тем, что ИИ больше не воспринимается как прозрачный технический посредник. Пользователи замечают, что разные модели по-разному ведут себя на чувствительных темах, могут уходить от ответа, сглаживать формулировки или просто «не рассказывать».

- В чувствительных зонах модель воспринимается уже не как безличный инструмент, а как инфраструктура с политикой, ограничениями и встроенными фильтрами. Для некоторых пользователей это становится основанием либо для недоверия, либо для специальной настройки маршрута поиска по нескольким системам.

«То есть локальные ограничения уже в коде есть, что мы вот об этом не-не рассказываем пользователям».

Роль ИИ в повседневной практике пользователей

Исследование позволяет выделить пять ключевых типов сценариев, которые пользователи демонстрируют как **приоритетные** при взаимодействии с ИИ:

1. Быстрый ответ
2. Проводник в теме
3. Исполнитель
4. Интеллектуальный оппонент
5. Личный собеседник

Быстрый ответ

- Это паттерн получения «достаточно хорошего» ответа без намерения углубляться. Пользователь спрашивает про погоду, расшифровку аббревиатуры, известного человека, маршрут, простую бытовую проблему и останавливается на ИИ-сводке прямо в поисковой выдаче. Здесь порог доверия низкий в связи с низкой стоимостью ошибки. Ключевая ценность состоит в том, чтобы снять необходимость открывать 5-7 ссылок и самому собирать краткую справку.

> *«Если речь идет о простом запросе, то это действительно экономит время».*
>
> *— Андрей*

Проводник в теме

- В этом сценарии задача ИИ – дать карту незнакомой области: объяснить базовые понятия, разложить вопрос, подсказать направления и найти релевантные материалы. Затем пользователь переходит к статьям, экспертам или специализированным источникам. Это ключевой сценарий для сложных, но не обязательно высокорисковых вопросов. ИИ сокращает входной барьер: помогает понять, что вообще искать, и не заменяет собой самостоятельное исследование.

«Когда появляется совершенно новая тема, я сначала открываю искусственный интеллект».

— Ольга

Исполнитель и автоматизатор

- Здесь ИИ получает четко ограниченный фрагмент работы: расшифровать интервью, обработать таблицу, отредактировать документ, перевести, написать код, сделать структуру презентации, сформировать письмо, сверстать список покупок. Результат имеет прикладную форму и должен быть использован дальше в реальном действии.

«Работа, которая раньше занимала четыре-пять часов вручную, теперь выполняется примерно за десять минут».

— Алексей

Интеллектуальный оппонент

- В этом сценарии у пользователя уже есть мысль, гипотеза, текст или решение. ИИ нужен как внешняя точка зрения: предложить альтернативы, выявить слабые места, занять противоположную позицию, улучшить структуру, покритиковать черновик или подсветить риски.

> *«Он может помочь структурировать мысли или посмотреть на нее с другой стороны».*
>
> *— Ольга*

Персональный собеседник

- Ценность ИИ в данном сценарии создается не единичным ответом, а накопленным контекстом, постоянной доступностью, ощущением принятия и возможностью обсуждать личные темы без социального долга. ИИ становится регулярным участником эмоциональной саморегуляции. Он может параллельно помогать с резюме, детьми, едой и организацией быта, но объединяет эти действия именно персональный контекст: система «знает меня».

«Сейчас это уже как человек, который очень хорошо меня знает».

— Лейла