



Человек в эпоху алгоритмов

2026

Что происходит с поведением аудитории и
потреблением контента





Татьяна Ковалевская

Коммерческий директор T2 AdTech

От «Галактики Гутенберга» к галактике алгоритмов



Шок будущего стал повседневностью

Главным дефицитом
становится

ВНИМАНИЕ
человека



Мессенджеры

Навигация

Игры

Финансы

Видео

ИИ-ассистенты

Доставка

Маркетплейсы

Новости

Работа

«Среднего
пользователя»
больше не
существует



Где сосредоточено внимание аудитории



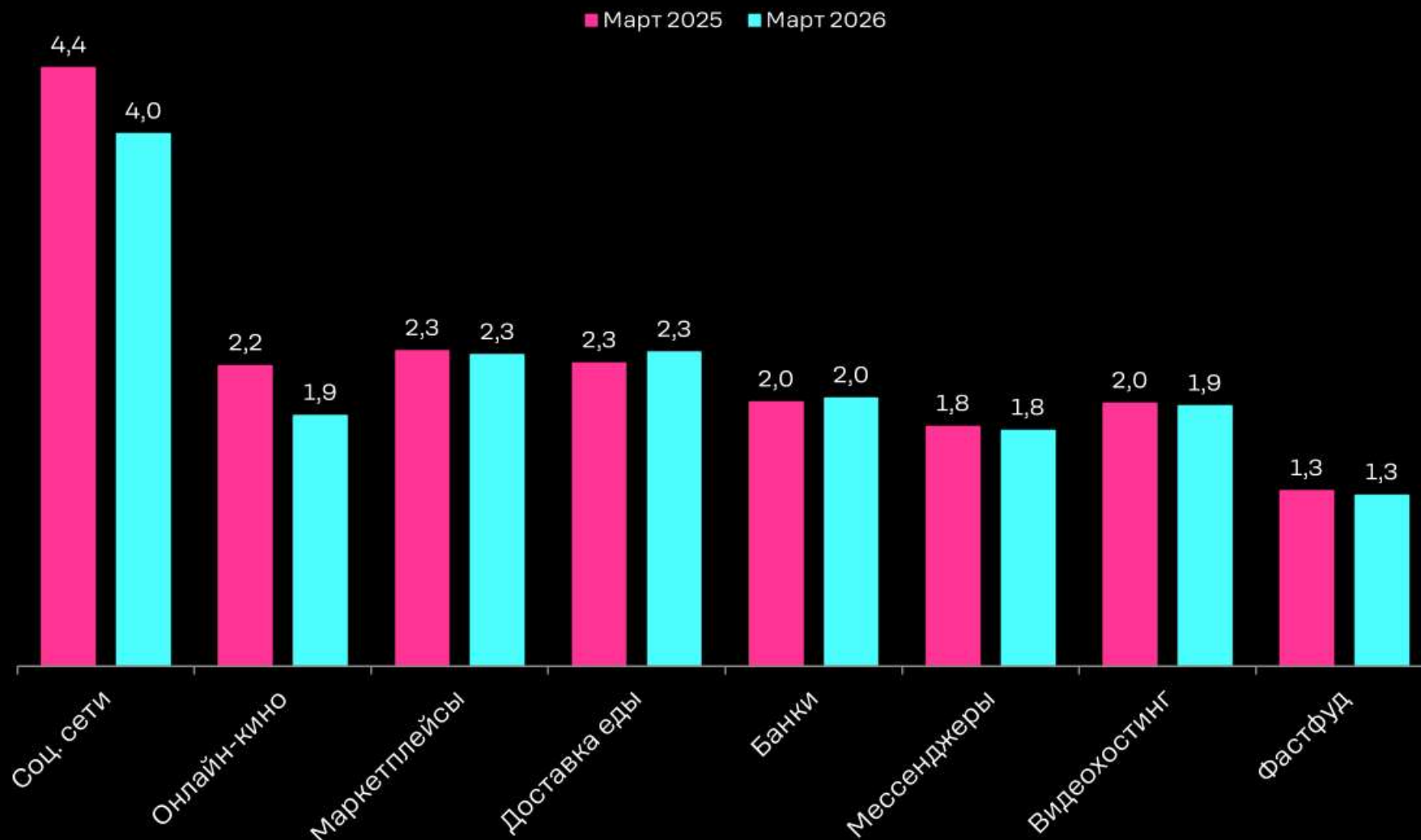
Транзакционные сервисы конкурируют с медиа за внимание



Источник: внутренняя аналитика T2 big data, март 2026

Как меняется внимание аудитории

Среднее время использования сервисов YoY



-16%

Онлайн-кино

-11%

Соцсети

+3,6%

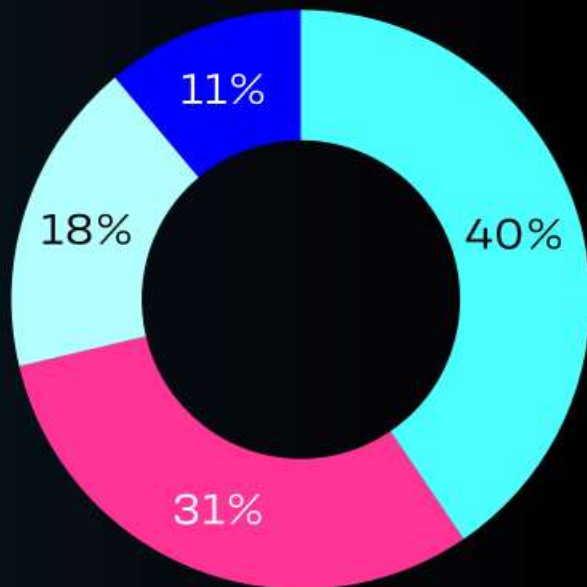
Доставка еды

+1,4%

Банки

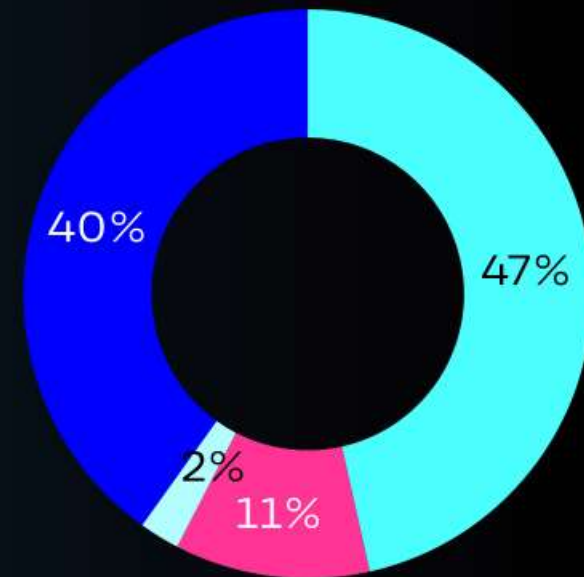
Борьба за внимание происходит между категориями

Количество категорий на абонента



■ >6 категорий ■ 5-6 категорий
■ 3-4 категории ■ 1-2 категории

Где абоненты проводят > 50% времени



■ Соцсети ■ Видео/музыка
■ Финансы ■ Остальные

Что показывают данные



Поведенческие инсайты на основе анализа абонентов

01 Соцсети доминируют

65% охват, 25 активных дней, 47% проводят там > 50% времени

02 Женщины активнее

В 10 из 11 категорий женщины активнее; максимум в образовании (+39%)

03 Онлайн-кино теряет долю

-16% YoY – самое сильное падение среди категорий

04 Аудитория мультикатегорийна

41% используют 6+ категории

05 Доставка растет

Единственное mass-категория с ростом + 3,6% YoY

06 Новости – через соцсети

Охват новостных сайтов: 32% vs 68% соцсетей

Человек не исчезает, но пространство выбора меняется

Посредник



Алгоритмы становятся посредником между человеком и цифровой средой

Сигнал



Каждое действие пользователя формирует новые рекомендации

Адаптация



Пространство выбора постоянно адаптируется

Удобство



Растет одновременно со снижением случайности

От массового
сообщения —
к жизненному
контексту



ИИ становится новым интерфейсом реальности

ПОИСК

- Запрос
- Поиск
- Источники
- Сравнение
- Решение

ОТВЕТ

Запрос

ИИ

Ответ

ИИ стремительно входит в ежедневные привычки пользователей



20 млн

Уникальных абонентов
45% от всей базы

45%

Охват аудитории
Каждый второй абонент

9,6

Активных дней/месяц
Сопоставимо с
Госуслугами

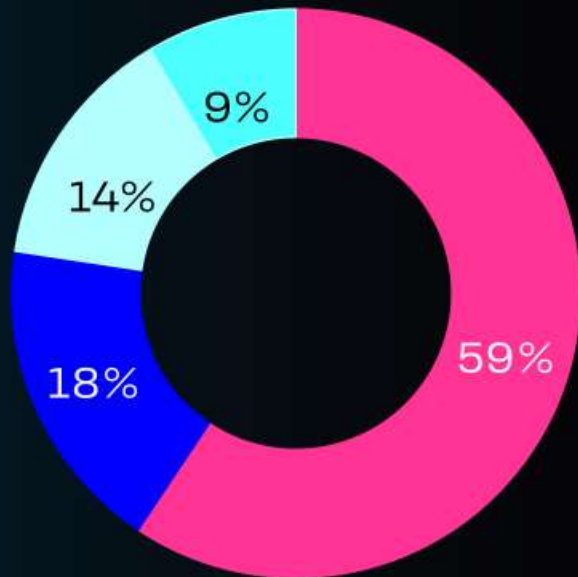
142

Сессий на абонента
Регулярное
использование

Портрет аудитории ИИ-сервисов

59% сессий ИИ-сервисов приходится на дневное время
AI используется как инструмент в рабочие часы

Активность по времени суток
Распределение сессий по частям дня



59%

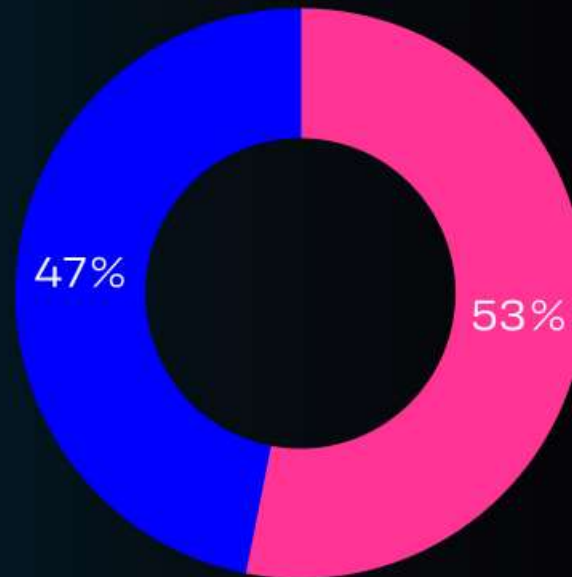
день

14%

вечер

■ День ■ Утро ■ Вечер ■ Ночь

Гендерное распределение
Уникальные абоненты по полу



53%

Женщины

47%

Мужчины

■ Женщины ■ Мужчины

Главные инсайты об аудитории ИИ-сервисов



01 Массовый охват

45% базы (19,9М) уже используют

02 Дневной сценарий

59% сессий – в рабочие часы

03 Гендерный баланс

Женщины – 53%, мужчины – 47%

04 Регулярное использование

9,6 активных дней и 142 сессии на пользователя

05 Часть диджитал рутины

Ии-аудитория активна и в других диджитал-категориях

06 Потенциал роста

1% трафика сегодня – категория продолжает расти

AdTech x Telecom

Единый контур эффективности



Размещение
на основе Stable ID



Сегменты
с верифицированным
профилем



99,9% идентификация
реальных людей



Аналитика 360°





Спасибо
за внимание