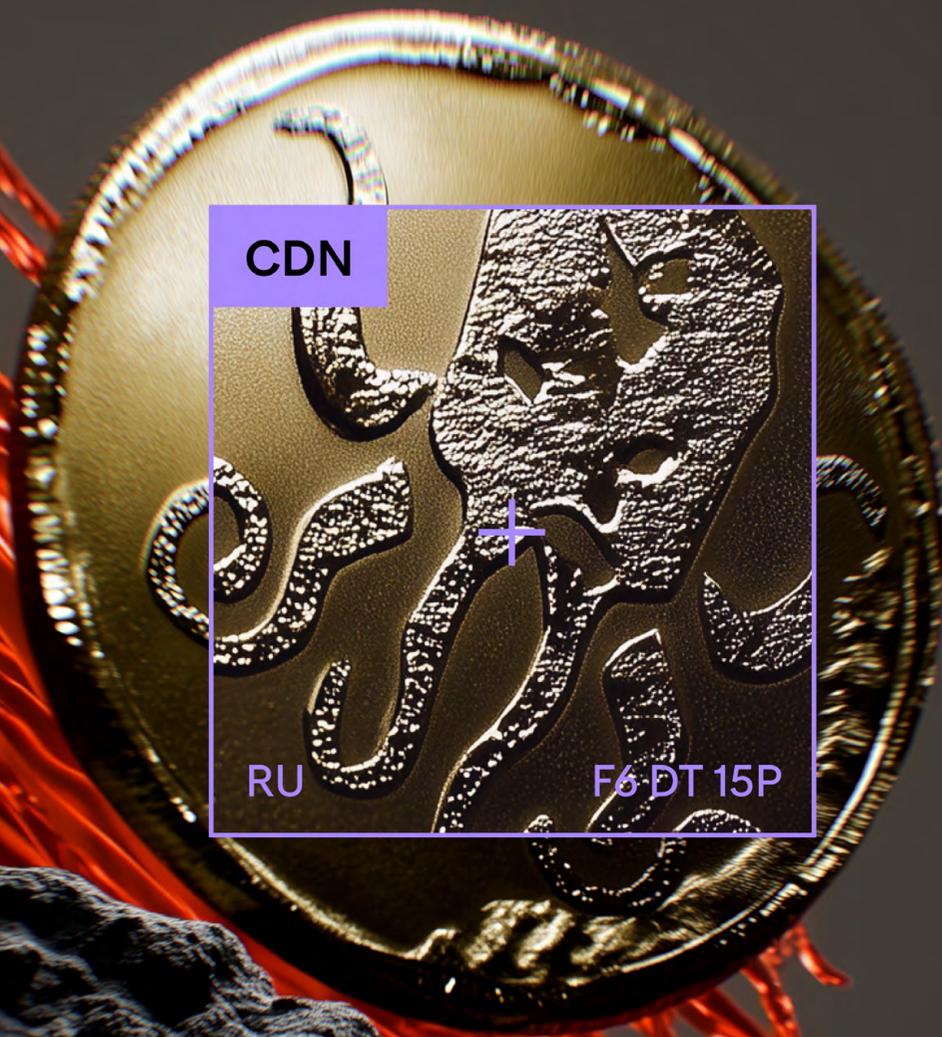


# F6



**Черная метка:  
исследование онлайн-  
пиратства в Рунете  
в 2025 году**

# Введение



**За последние тридцать лет пиратский рынок прошел огромный путь — от подпольных видеосалонов и развалов с DVD-дисками до распределенной цифровой империи, включающей пиратские видеобалансеры (CDN — content delivery network), онлайн-кинотеатры, собственные студии озвучки и дубляжа.**

Даже несмотря на устойчивое снижение доходов пиратских площадок в течение последних семи лет, пиратский видео-контент в России продолжает оставаться значимым сегментом теневой цифровой экономики. Он — хотим мы того или нет — оказывает системное влияние на развитие киноиндустрии и рынка онлайн-дистрибуции.

По данным F6, после пиковых показателей 2018 года выручка онлайн-пиратства демонстрирует последовательное сокращение. В 2025 году объем рынка оценивается примерно в \$34,4 млн, что в 2,5 раза ниже уровня максимальной доходности в 2018 году.

Снижение связано с ухудшением эффективности рекламной монетизации, усиленной борьбой правообладателей и постепенным перераспределением аудитории в пользу легальных онлайн-кинотеатров. Дополнительным индикатором выступает сокращение поискового трафика на пиратские ресурсы.

Однако динамика доходов не отражает полного масштаба явления. Параллельно с падением выручки фиксируется рост инфраструктуры пиратской империи. После сокращения числа пиратских доменов в 2022 году их количество вновь начало увеличиваться и к 2025 году количество заблокированных ресурсов достигло 304,5 тыс. уникальных страниц. В 2024 году было заблокировано 110 тыс. страниц (на 37% больше, чем годом

ранее), при этом в первом полугодии 2025 года наблюдается дальнейший рост регистрации новых ресурсов.

Это свидетельствует о высокой операционной гибкости пиратских структур, способных быстро масштабироваться, генерировать новые зеркала и менять точки присутствия. Монетизация осуществляется через рекламные сети, партнерские программы и иные инструменты, не предполагающие выплаты правообладателям.

Пираты всплыли там, где их уже давно не ждали, — в легальном поле. Крупные бренды покупают рекламу в пиратских фильмах и сериалах. Кинотеатры демонстрируют зарубежные фильмы, которые официально не получили прокатного удостоверения в России.

Особую значимость приобретает фактор скорости утечек: за последние два года доля фильмов, попадающих на пиратские ресурсы во время проката, увеличилась до 47%. В первом полугодии 2025 около 70% зарубежных кинопремьер становились доступными на нелегальных площадках в период активной дистрибуции, тогда как для российских релизов этот показатель составлял около 11%.

Прямые потери правообладателей выражаются в недополученной выручке от лицензированных трансляций и рекламных контрактов. Дополнительный аспект — риски для пользователей. Анализ инфраструктуры пиратских CDN показывает, что около 40%

пиратских сайтов содержат вредоносный код, уязвимости или признаки компрометации, что повышает вероятность киберинцидентов уже на этапе обычного посещения ресурса. Таким образом, несмотря на сокращение совокупной выручки, онлайн-пиратство в России сохраняет масштаб, технологическую эволюцию и способность к быстрой регенерации.

Этот отчет представляет собой анализ текущей структуры рынка, ее динамики, экономических последствий для правообладателей и сопутствующих рисков для пользователей и легальных участников отрасли в России в 2025 году. Помимо традиционного подсчета выручки пиратских сайтов, теперь учитывается заработок и с других платформ: видеохостингов, стриминговых платформ, сайтов-блогов, социальных сетей и мессенджеров.

## Ежегодный отчёт F6

Кто атакует бизнес, какие сценарии были рабочими в прошлом году и к чему готовиться уже сейчас



## Ключевые выводы

Пиратский рынок продолжает сжиматься. В 2025 году владельцы пиратских сайтов заработали \$34,4 млн, что на 5,5% меньше, чем годом ранее. Снижение доходов пиратов связано с сокращением трафика поисковых запросов на пиратские порталы на 5,1%. Трафик поисковых запросов на легальные онлайн-кинотеатры, напротив, вырос на 27,6%.

При этом у пиратов сменились якорные рекламодатели: доля показа черной рекламы нелегальных казино и букмекеров составила 11%, а реклама легальных брендов — 89%.

Средний CPM (Cost-Per-Mille, цена за 1000 показов в рекламной кампании) в 2025 году составил \$3,1, что на \$0,02 меньше, чем годом ранее.

На пиратских форумах появилась реклама DLE-модулей с интеграцией искусственного интеллекта. Одно из ключевых

преимуществ использования ИИ — AI-реерайт, что обеспечивает защиту сайта от фильтров поисковиков за дублированный контент.

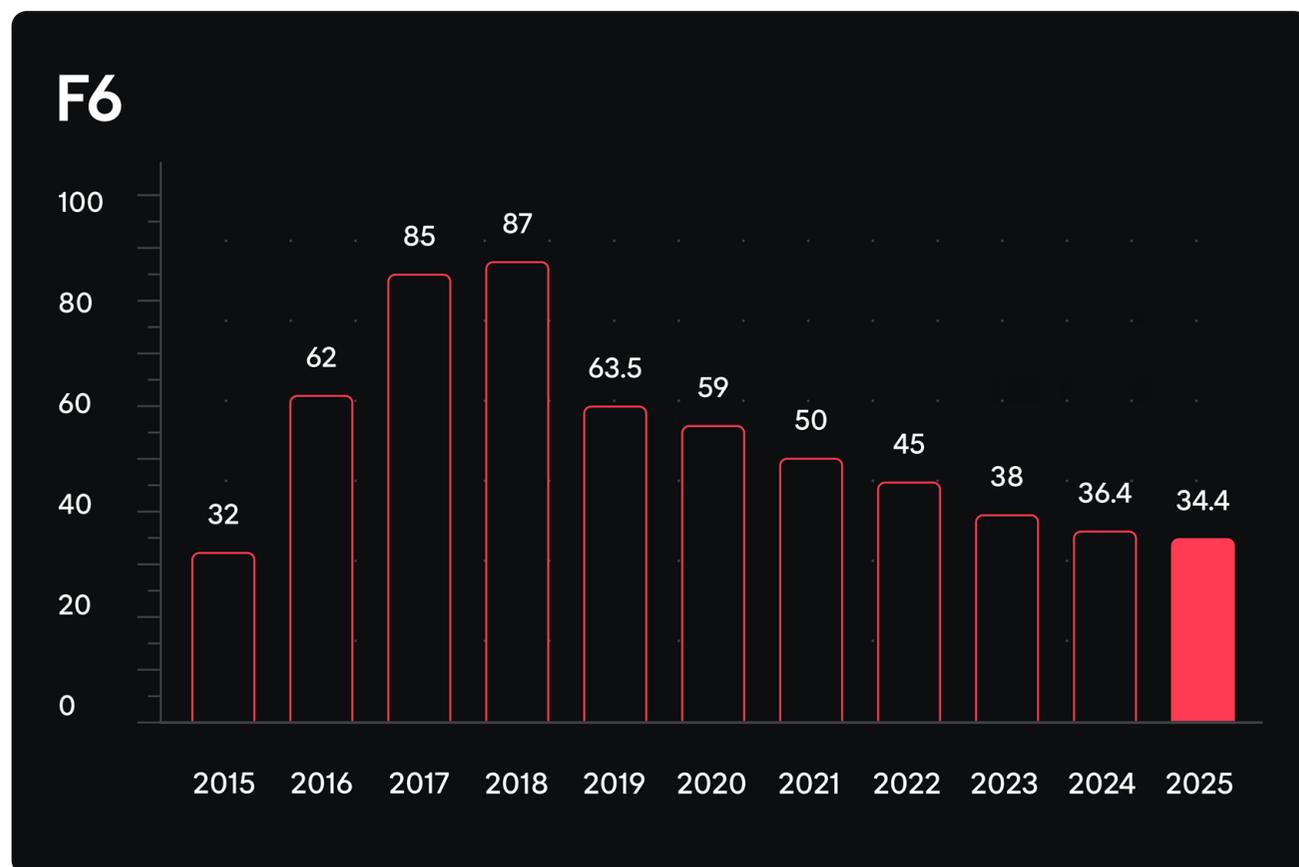
Чтобы усложнить обнаружение нелегального контента, пираты использовали шифрование текста рекламы пиратских фильмов (например, публиковали описание и названия картин, используя азбуку Морзе), а также регистрировали серию доменов, название которых было созвучно с популярным российским сайтом-поисковиком.

Любопытно, что на фоне разговоров о блокировке Telegram пираты активно ищут «запасные аэродромы» и пытаются размещать нелегальный контент на других площадках.



# Анализ рынка интернет-пиратства в России в 2025 году

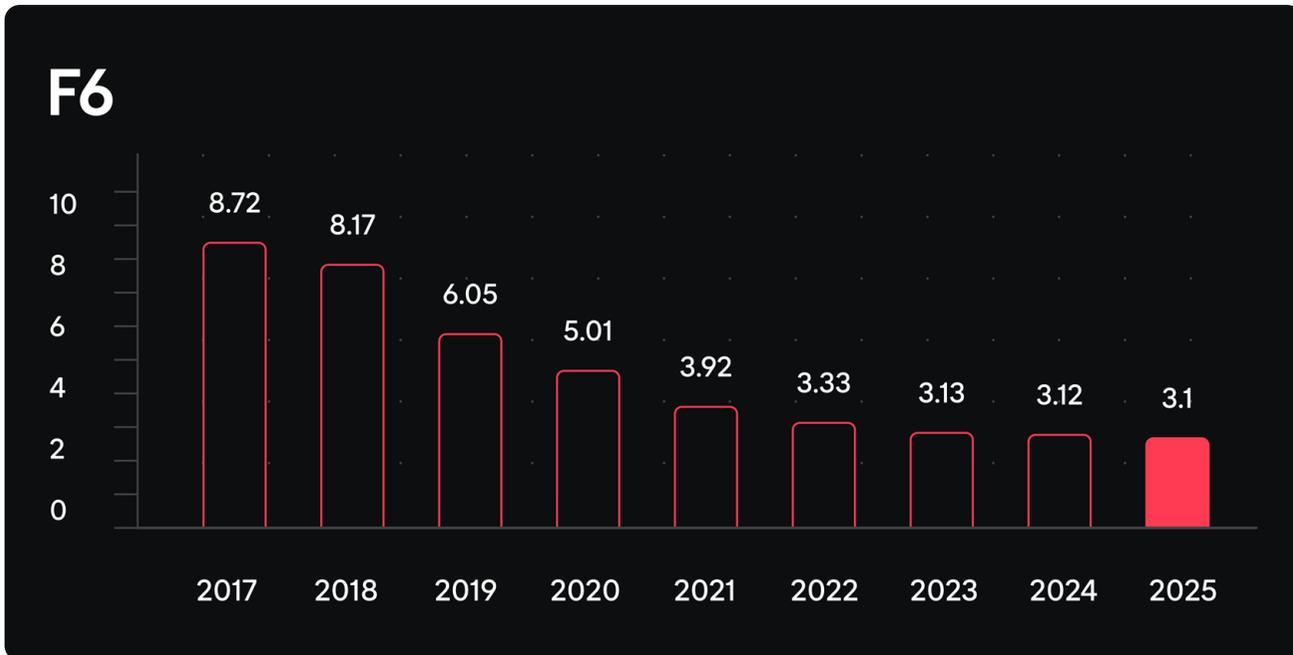
Объем рынка онлайн-пиратства (только пиратские порталы) в млн\$



В 2025 году владельцы пиратских сайтов заработали \$34,4 млн, что меньше на 5,5%, чем годом ранее. Как и в прошлом году, снижение доходов пиратов обусловлено следующим:

1. Трафик поисковых запросов на пиратские порталы сократился на 5,1%. А на легальные онлайн-кинотеатры, наоборот, вырос на 27,6%.
2. Средняя CPM (Cost-Per-Mille, цена за 1000 показов в рекламной кампании) в 2025 году составил \$3,1, что на \$0,02 меньше, чем годом ранее.

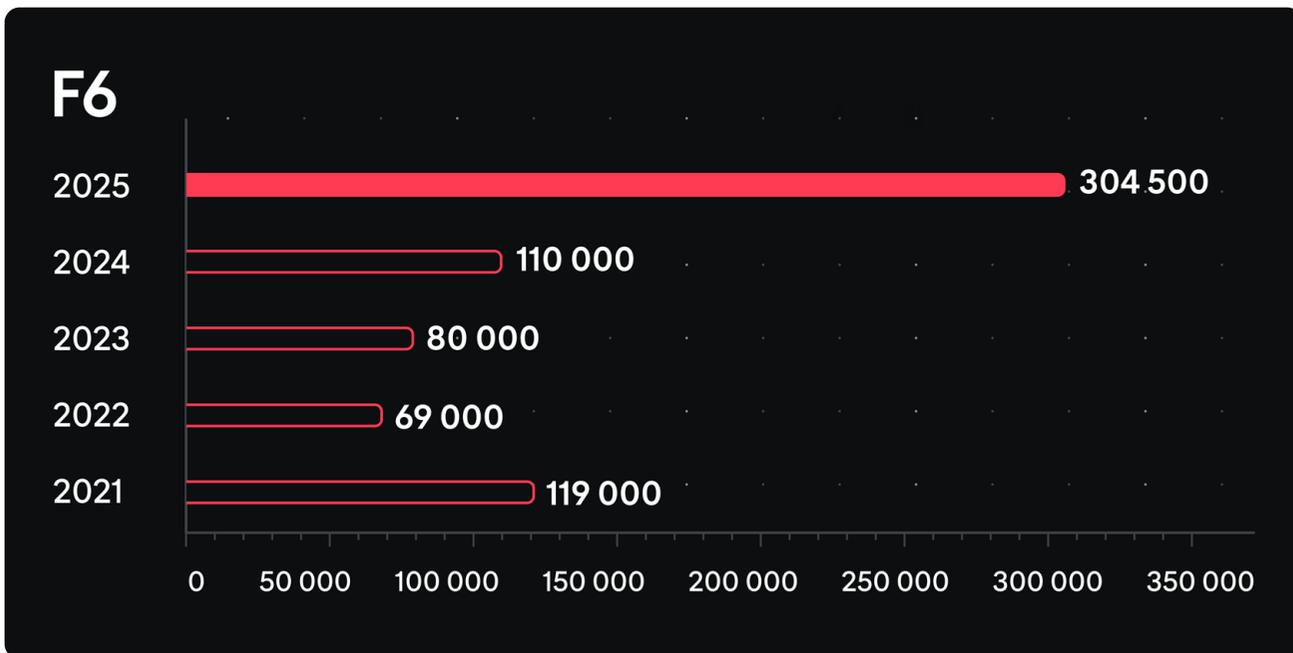
### CPM пиратских ресурсов



3. Усиление блокировки площадок для нелегального показа. В 2025 году были заблокированы рекордные 304 500 пиратских страниц. Это число

больше, чем количество заблокированных пиратских страниц с 2022 по 2024 годы.

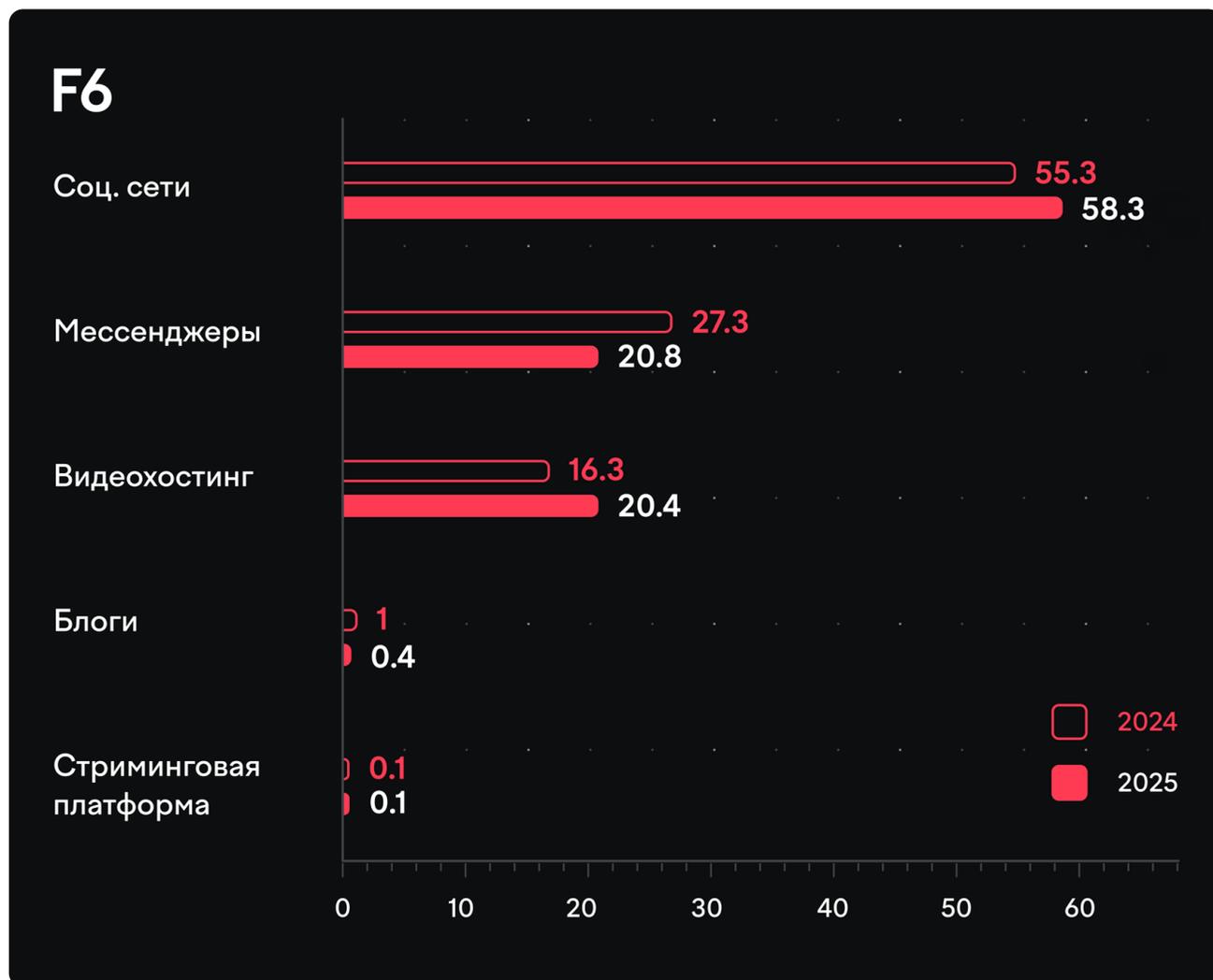
### Количество заблокированных пиратских страниц



Количество заблокированных ссылок на пиратские порталы (в том числе пиратские «зеркала») составило 98,4% от общего объема заблокированного контента в 2025 году. Соответственно на другие типы платформ пришлось 1,6%. Годом ранее на долю пиратских порталов приходилось 94 и 6% — на другие платформы.

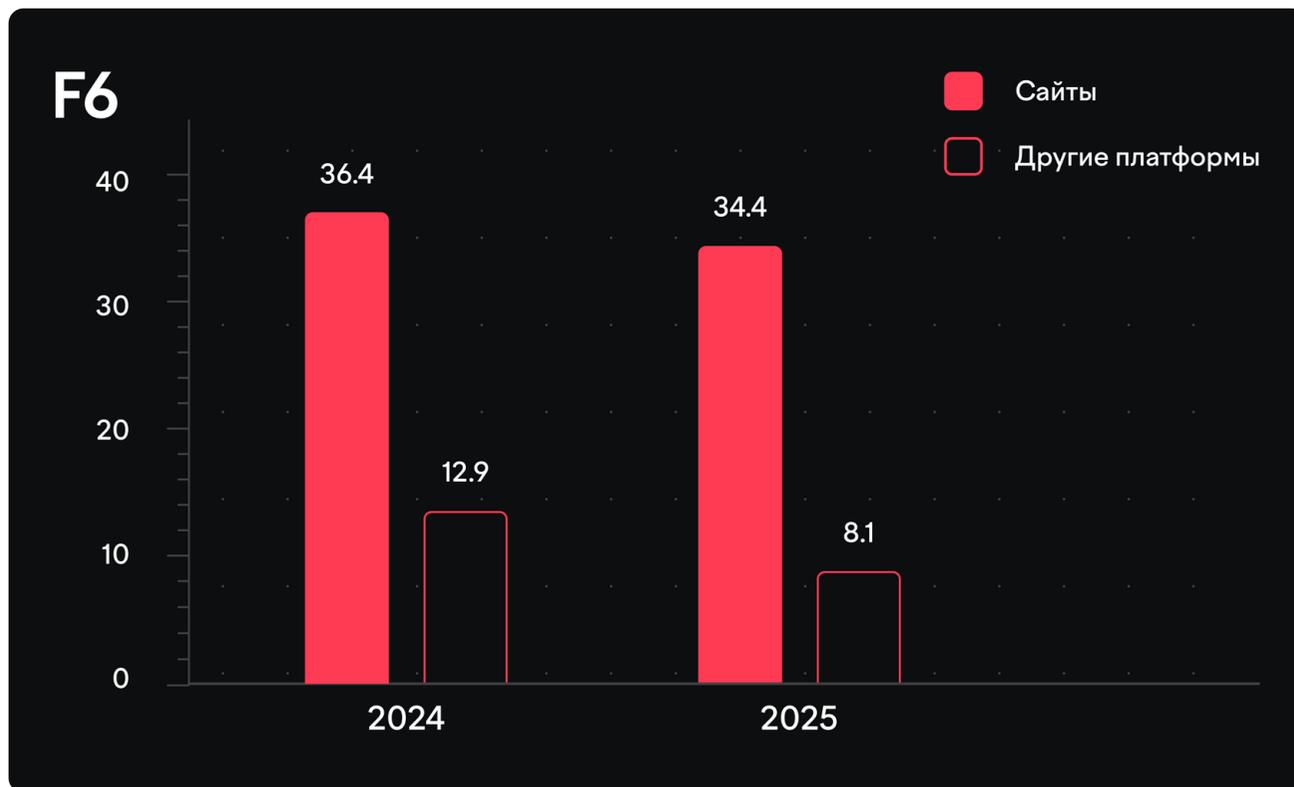
Распределение платформ за исключением пиратских порталов показано на рисунке ниже.

### Распределение долей типов платформ, на которых распространяется пиратский контент (за исключением порталов)



В 2025 году выросла доля распространяемого пиратского контента в социальных сетях и на видеохостингах. В мессенджерах зафиксировано сокращение распространяемых пиратских копий.

### Объем рынка онлайн-пиратства по всем платформам распространения в млн\$



Компания F6 впервые оценила рынок онлайн-пиратства в России в 2025 году по всем платформам распространения контента. На такие платформы, как видеохостинги, стриминговые платформы, сайты-блоги, социальные сети и мессенджеры, пришлось \$8,1 млн выручки пиратов, что на 37,2% меньше, чем в 2024 году. Это связано с усилением борьбы правообладателей с пиратским контентом.

Суммарно — с учетом онлайн-порталов, соцсетей, мессенджеров и видеохостингов — в 2025 году пираты заработали \$42,5 млн, а в 2024-м — \$49,3 млн.

Новый подсчет заработка по платформам, которые раньше не учитывались в оценке рынка онлайн-пиратства, реализован по следующей формуле:



Намерения просмотра пиратского контента = количество заблокированного контента на конкретной платформе (социальные сети, мессенджеры, блоги и т. д.) специалистами F6, умноженное на среднее количество просмотров одного ролика на конкретной платформе.

Коэффициент реализации = соотношение библиотеки самой крупной базы пиратского CDN, разделенное на количество защищаемых объектов авторского права компанией F6.

CMP = средняя цена за 1000 показов в рекламной кампании для конкретной платформы.

# Тренды у пиратов в 2025 году



## Структура ссылок

Обычно путь на страницу с искомым фильмом и сериалом состоит из наименования ленты на латинице. Сейчас некоторые пираты переименовывают путь в произвольные буквы и цифры. В отдельных случаях он представляет из себя домен третьего уровня.

## Домены, созвучные известным брендам

В 2025 году специалисты F6 зафиксировали регистрацию серии пиратских доменов, название которых было созвучно с популярным российским сайтом-поисковиком. Предположительно, это было сделано для выдачи себя за легитимный домен с целью уменьшения подозрений в пиратской деятельности.

## Шифрование текста рекламы пиратских фильмов

Некоторые злоумышленники проявили смекалку, пытаясь усложнить обнаружение пиратского контента: публиковали его описание и названия картин, используя азбуку Морзе.

## DLE-модули с AI

Пираты с октября активно рекламируют на форумах DLE-модули с интеграцией с искусственным интеллектом. Одно из ключевых преимуществ использования ИИ — AI-рерайт, что обеспечивает защиту сайта от фильтров поисковиков дублированного контента.

## Пираты активно ищут «запасные аэродромы» на фоне разговоров о блокировке Telegram

Они пытаются размещать свой нелегальный контент на других площадках.

## Использование несозвучных доменов в зоне .ru

Было зафиксировано использование большого количества доменов в зоне .ru для размещения на них пиратских порталов. Их названия никак не были связаны с названиями известных пиратских порталов или фильмов и сериалов. Такой тренд может быть связан с ценой покупки домена, которая значительно ниже привычной стоимости для использования в целях распространения пиратского контента.

## Преобладание легальной рекламы на пиратских порталах

Доля показа черной рекламы сократилась до 11%. Доля показа легальной рекламы составила 89%. Более подробно читайте в разделе «Легальная реклама на пиратских порталах и ее форматы в 2025 году».

# Премьера слита

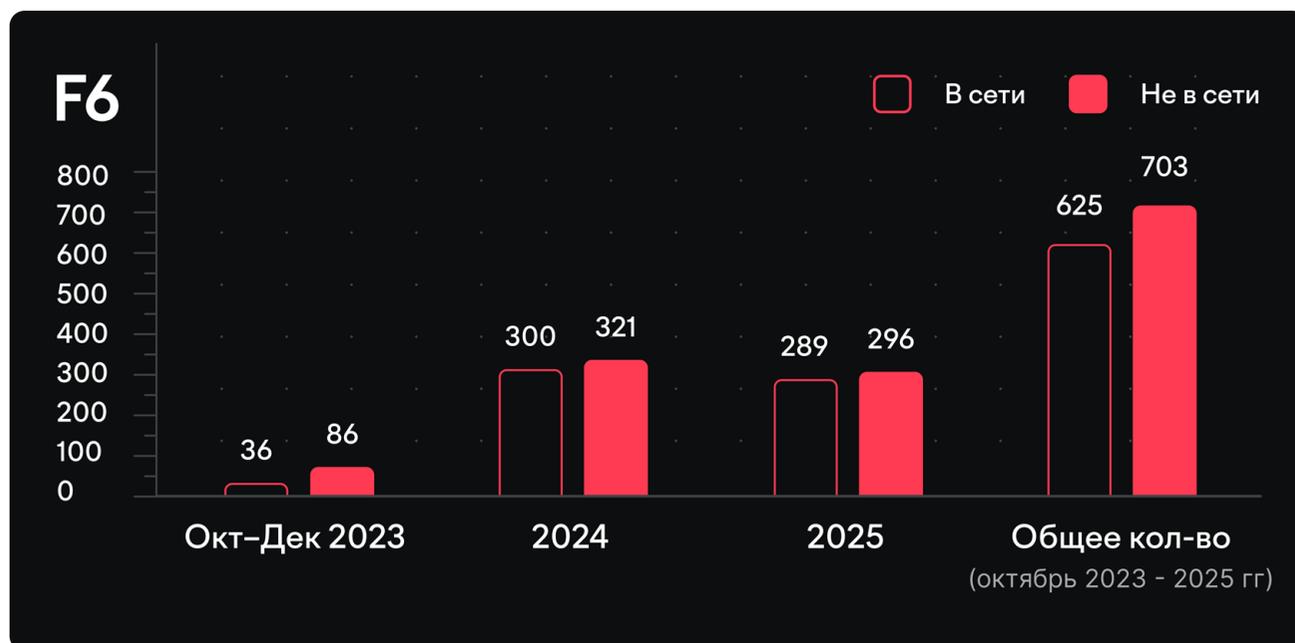
Аналитики компании F6 совместно с «Бюллетенем кинопрокатчика» с октября 2023 года регулярно готовят рубрику «Уже в сети». В ней фиксировались тайтлы, которые были найдены в пиратских базах на момент их премьеры в кинотеатрах.

## Общие показатели

За весь 2025 год аналитики компании F6 проверили 585 прокатных релиза. Из них более 49% были слиты в Сеть (более 49,4%). Если сравнить с 2024 годом, то в прошлом году число слитых премьер от общего количества увеличилось более чем на 1%. При этом количество слитых премьер все еще меньше, чем тех, которые на момент выхода проекта не были в Сети.

За весь период с октября 2023 года (начало совместной работы компании F6 и «Бюллетеня кинопрокатчика» над рубрикой «Уже в сети») по 2025 год аналитиками Digital Risk Protection компании F6 были проверены 1328 кинопрокатных премьер. Из них более 47% были слиты в Сеть.

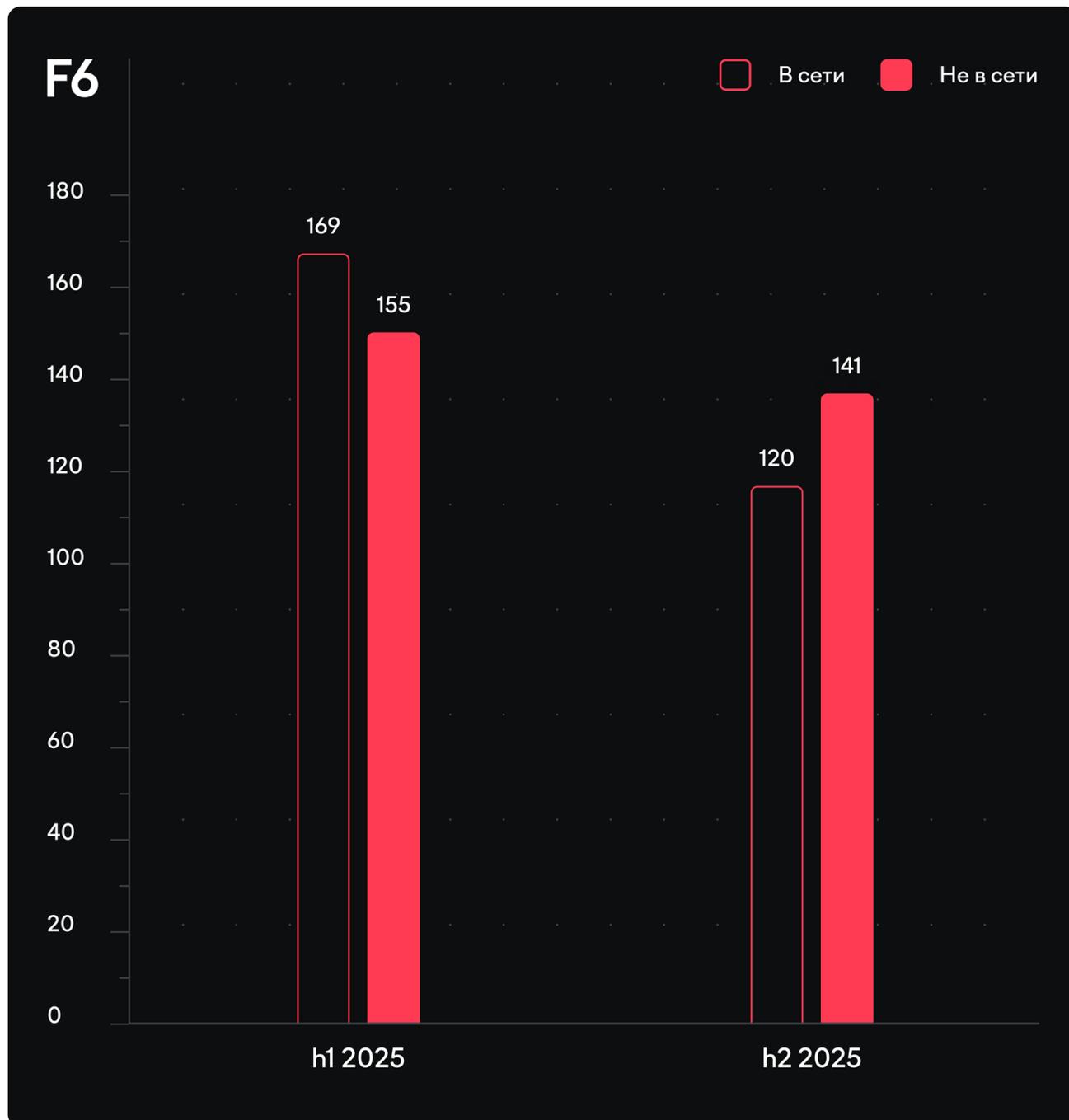
## Количество слитых в сеть кинопремьер по сравнению с теми, что не были слиты



Если сравнить период первого и второго полугодия 2025 года, то получается следующее: в первом полугодии было слито более 52% премьер, во втором — около 46%. Таким образом, несмотря на то что глобально

наблюдается прирост по слитым премьерам в сравнении с предыдущими годами, за второе полугодие 2025 года пираты выложили в Сеть на 6% меньше премьер, чем за первое.

### Сравнение слитых в Сеть прокатных релизов в первом и во втором полугодии 2025 г.



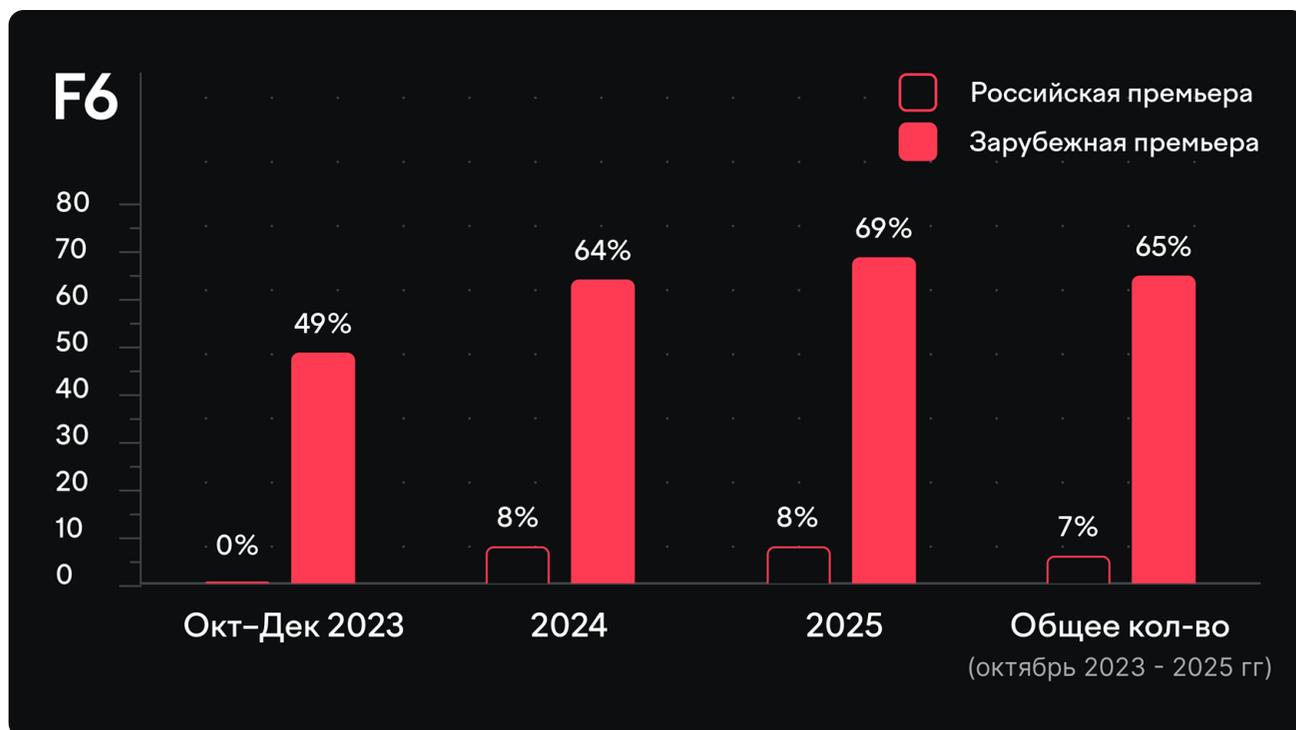
## Показатели по российским и зарубежным фильмам

Разница по слитым российским и зарубежным премьерам все еще довольно большая — процент слитых российских проектов намного ниже, чем зарубежных. В сравнении с 2024 годом изменений по сливам российских премьер не произошло. Это говорит о том, что пираты продолжают предпринимать все возможные действия, чтобы копии утекли в Сеть, несмотря на усиленную борьбу с пиратством в Рунете.

Если говорить про зарубежные копии, то в сравнении с 2024 годом наблюдается

увеличение проектов, оказавшихся в Сети на момент кинопрокатной премьеры, на 5%.

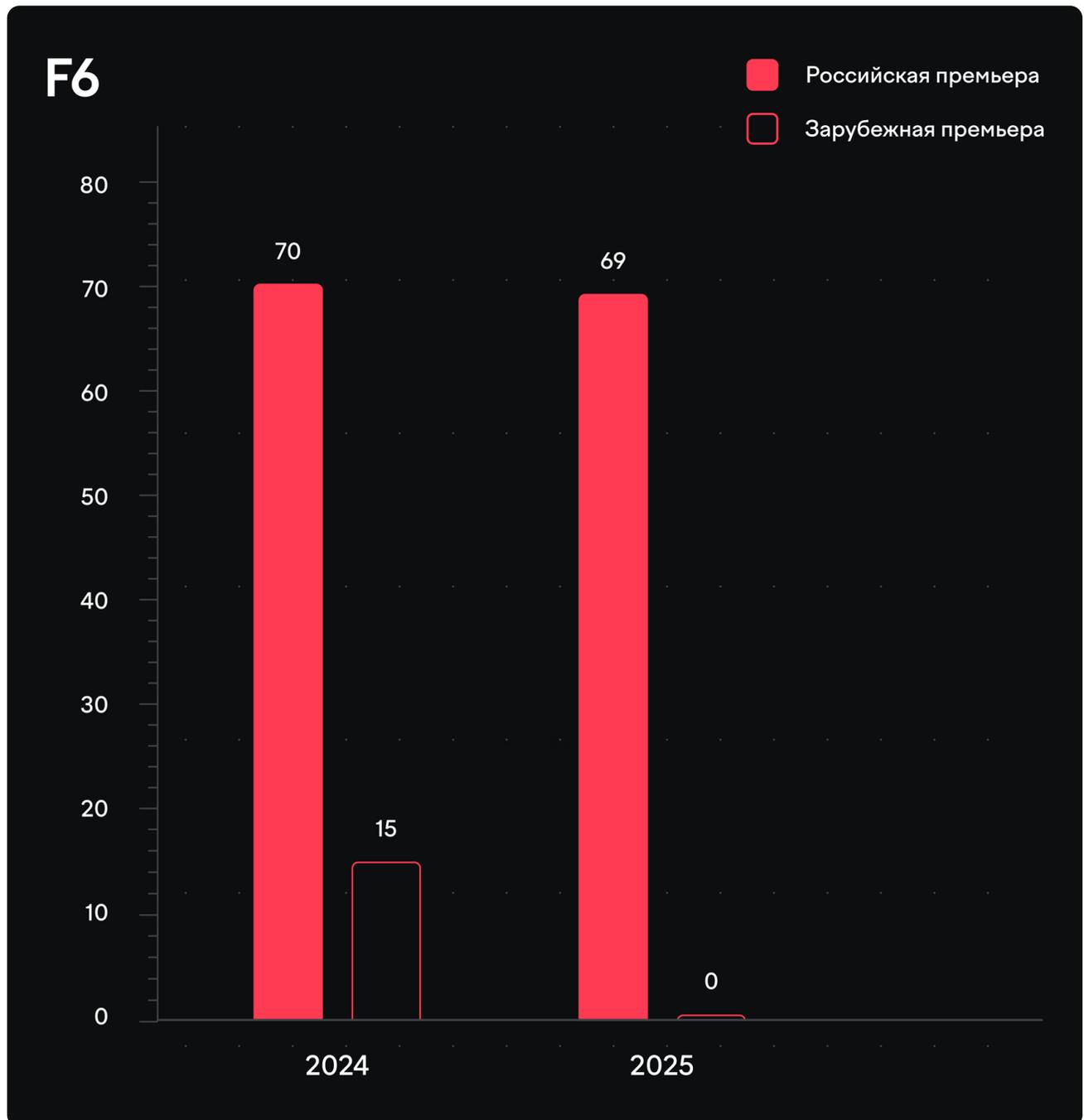
### Соотношение слитых российских и зарубежных кинопремьер



Также аналитики компании F6 сравнили ситуацию с российскими и зарубежными прокатными релизами в первую и вторую половину 2025 года. В первом полугодии 2025 года были слито в Сеть около 15% российских

прокатных релизов и около 70% зарубежных. Во втором полугодии не было слито ни одного российского прокатного релиза и около 69% зарубежных.

### Процент вышедших в Сеть российских и зарубежных прокатных релизов в период первого и второго полугодия 2025 г.



# Легальная реклама на пиратских порталах

и ее форматы в 2025 году

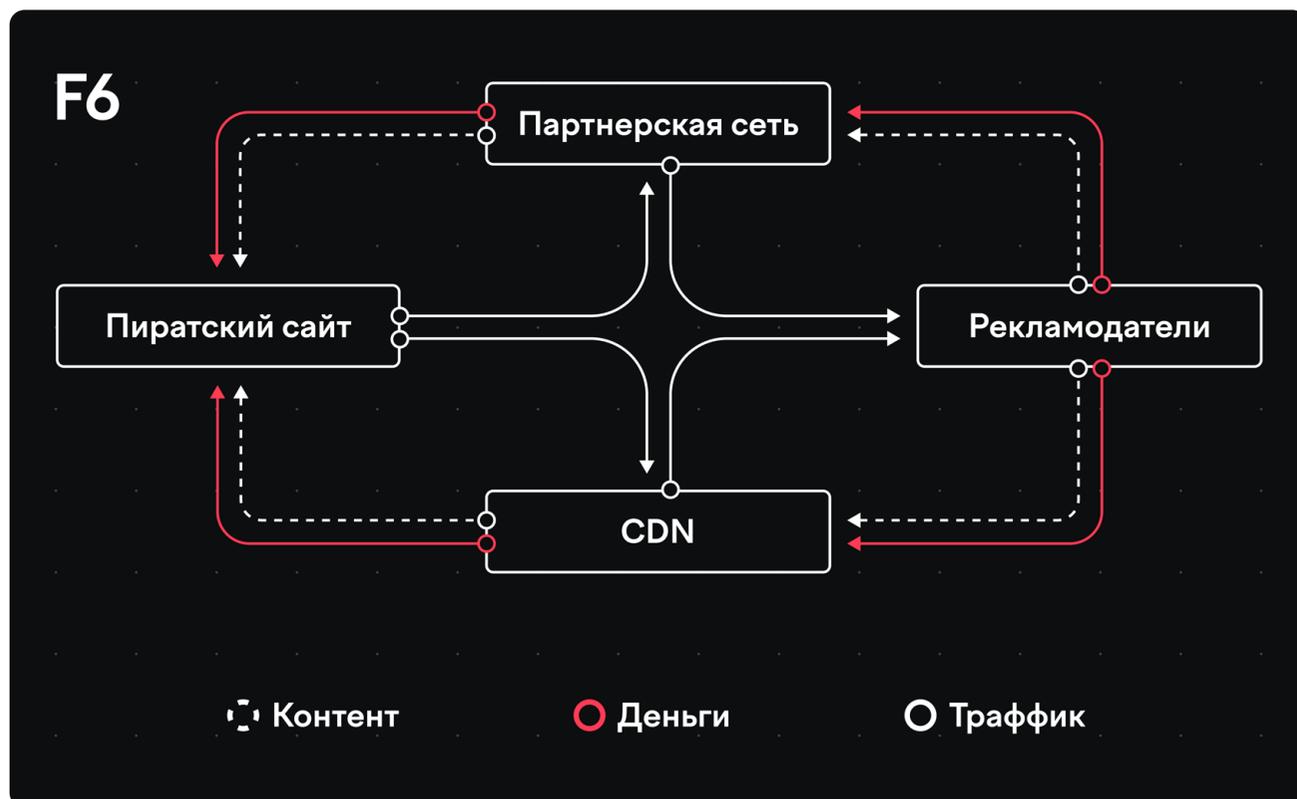


В последние годы на пиратских сайтах стало больше легальной рекламы. Даже пиратские CDN предлагают веб-мастерам выбирать тип отображаемой рекламы в плеере. Доля показа черной рекламы сократилась до 11%. Доля показа легальной рекламы составила 89%.

Наиболее распространенный вариант показа легальной рекламы на пиратском портале — когда веб-мастера подключа-

ются к партнерским сетям для размещения различных рекламных форматов на свой сайт для дополнительной монетизации ресурса.

### Структура интернет-рекламы на пиратских сайтах



Также реклама может распространяться не через партнерские сети, а через DSP-платформы, но это происходит реже.

**DSP-платформы (Demand-Side Platform)** — это автоматизированные системы, позволяющие рекламодателям закупать

показы цифровой рекламы (баннеры, видео, мобильные форматы) у множества площадок через единый интерфейс.

Партнерских сетей, которые сотрудничают с администраторами пиратских сайтов, существует большое количество. Различные

форматы рекламы, которые встречаются на пиратских сайтах, мы рассмотрели в нашем большом отчете «Исследование структуры онлайн-пиратства в России в 2024–2025 годах» (<https://www.f6.ru/resources/research-hub/pirates-bay-report/>). В настоящем исследовании рассмотрим наиболее популярные форматы рекламы, размещенные на 50 пиратских сайтах, проверенных аналитиками компании F6.

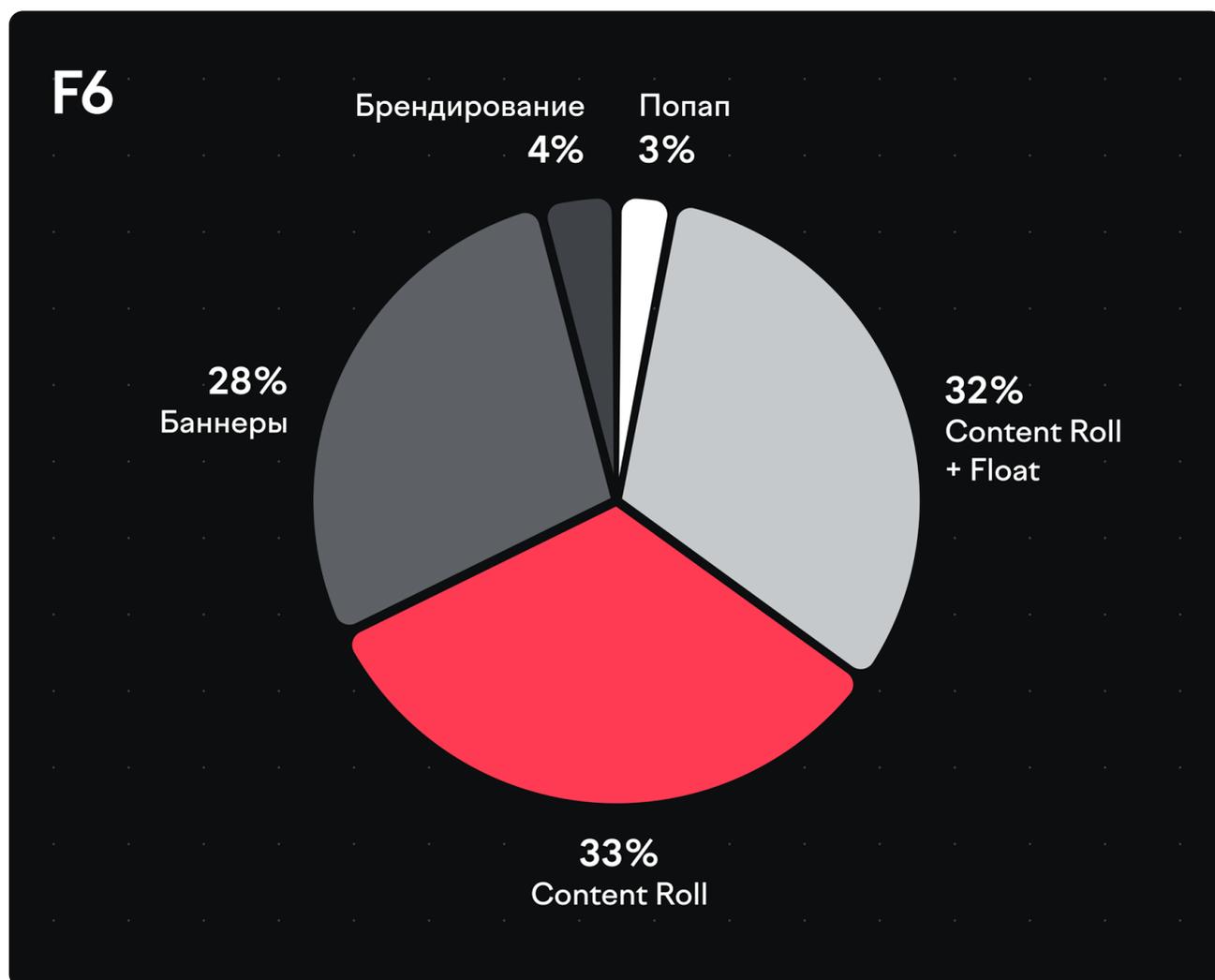
В целом всю рекламу, транслируемую на пиратских сайтах, можно разделить на два типа: out-stream и in-stream. Далее будет представлена более подробная аналитика по каждому типу рекламы.

## Out-stream

Out-stream — тип рекламы, который не требует встроенного плеера и может быть размещен в различных местах веб-страницы или мобильного приложения.

На основе анализа 50 пиратских сайтов на предмет рекламы рассчитано соотношение форматов out-stream (см. рис. ниже).

### Соотношение рекламы out-stream на пиратских ресурсах в %



## Content-roll

На 66% проанализированных пиратских сайтов (33 из 50) размещалась реклама в формате Content-roll. Это формат рекламы, когда встроенный плеер размещается в любой части сайта. Воспроизведение рекламы начинается сразу, как плеер попадает в поле зрения пользователя, и останавливается, когда плеер скрывается из видимости.

В таком формате встречалась только белая реклама. На 33 пиратских сайтах, на которых был обнаружен данный формат,

было зафиксировано 42 единицы рекламного контента. Среди них лидирующую позицию занимают такие сферы, как финансовые услуги и сервисы бесплатных объявлений, вторую строчку поделили между собой интернет-СМИ, сфера производства и торговли продуктами питания и сфера недвижимости, а на третьем месте — товары для дома.

Полная статистика отображена в таблице ниже:

### Количество выявленных упоминаний брендов легальной рекламы формата content-roll

Отрасль	Кол-во упоминаний
 Финансовые услуги	6
 Сервисы бесплатных объявлений	6
 Сфера производства и торговли продуктами питания	5
 Сфера недвижимости	5
 Интернет-СМИ	5
 Онлайн-ритейл	3
 Товары для дома	3
 Сфера общественного питания	2
 Онлайн-кинотеатры и UGC-платформы	2

Отрасль	Кол-во упоминаний
 <b>Автомобильный рынок</b>	2
 <b>Лекарственные препараты, БАДы и медицинские товары</b>	2
 <b>Опросы</b>	1
 <b>Маркетплейсы</b>	1
 <b>Онлайн-игры</b>	1
 <b>Розничная торговля одеждой</b>	1

## Content-roll + float

На 64% пиратских сайтов, проанализированных на предмет рекламы (32 из 50), размещалась реклама в формате content-roll + float. Это обычный content-roll, но, когда основной плеер уходит из зоны видимости, уменьшенный плеер появляется в правом нижнем углу. Данная функция значительно повышает доход с каждого уникального посещения площадки.

В таком формате также встречалась только белая реклама. На 32 пиратских

сайтах, на которых был обнаружен данный формат, было зафиксировано 55 единиц рекламного контента. Лидирующую позицию в видах рекламы занимает сфера недвижимости, на втором месте финансовые услуги, третью позицию делят сфера производства и торговли продуктами питания и онлайн-кинотеатры и UGC-платформы.

Полная статистика отображена в таблице ниже:

Отрасль	Кол-во упоминаний
 <b>Сфера недвижимости</b>	11
 <b>Финансовые услуги</b>	8
 <b>Сфера производства и торговли продуктами питания</b>	6
 <b>Онлайн-кинотеатры и UGC-платформы</b>	6

Отрасль	Кол-во упоминаний
 Сфера производства и торговли продуктами питания	5
 Интернет-СМИ	4
 Товары для дома	3
 Часы, ювелирные изделия	3
 Лекарственные препараты и БАДы	3
 Онлайн-сервисы	3
 Маркетплейсы	2
 Сфера общественного питания	2
 Сервисы бесплатных объявлений	2
 Лотереи	2
 Сфера развлечений	1
 Онлайн-ритейл	1

## Баннер

На 56% проанализированных пиратских сайтов (28 из 50) размещалась реклама в формате «Баннер». Это неподвижный рекламный блок в левой или правой частях сайта, обычно содержит товарную рекламу либо услуги.

В таком формате на проверенных 50 сайтах преимущественно размещалась белая реклама, но вместе с этим может встречаться реклама покер-румов.

На 28 пиратских сайтах, на которых был обнаружен данный формат, была зафиксирована 41 единица рекламного контента (без учета рекламы покер-румов). Лидирующую позицию в этом виде рекламы занимает сфера недвижимости, на втором месте товары для дома, на третьей строчке — онлайн-ритейл.

Полная статистика отображена в таблице на стр. 22:

Отрасль	Кол-во упоминаний
 Сфера недвижимости	10
 Товары для дома	7
 Онлайн-ритейл	3
 Покер-румы <sup>1</sup>	2
 Финансовые услуги	2
 Интернет-СМИ	2
 Сфера развлечений	2
 Образовательная сфера	2
 Сфера услуг связи и интернета	2
 Цифровые сервисы	2
 Сервисы бесплатных объявлений	1
 Ветеринария	1
 Маркетплейсы	1
 Онлайн-игры	1
 Лекарственные препараты, БАДы и медицинские товары	1
 Розничная торговля одеждой	1
 Ювелирные изделия	1
 Сфера производства и торговли продуктами питания	1
 Онлайн-кинотеатры и UGC-платформы	1

1. Нелегальная сфера

## Брендинг

На 8% проанализированных пиратских сайтов (4 из 50) размещалась реклама в формате «Брендинг». Этот формат рекламы заключается в добавлении на сайт фоновой картинке с рекламой.

Если раньше в подавляющем большинстве в таком формате содержалась реклама нелегальных казино, то сейчас ситуация изменилась. На 4 пиратских сайтах, на которых был обнаружен данный формат, было зафиксировано 4 единицы рекламного контента. Среди них фигурировала реклама легальной букмекерской конторы, онлайн-игры и лотереи.

## Попап (pop-up)

Самый редко встречающийся тип рекламы был обнаружен лишь на 4% пиратских сайтов (2 из 50). Это формат, при котором реклама появляется поверх основного окна, блокирует контент и требует немедленного закрытия. В таком формате в основном появляются рекламные объявления, однако бывают случаи, когда таким образом рекламируются пиратские Telegram-боты.

## In-stream

In-stream — это реклама, которая появляется во время просмотра видеоплеера на сайте. Она показывается через тот же плеер, который используется для просмотра основного контента.

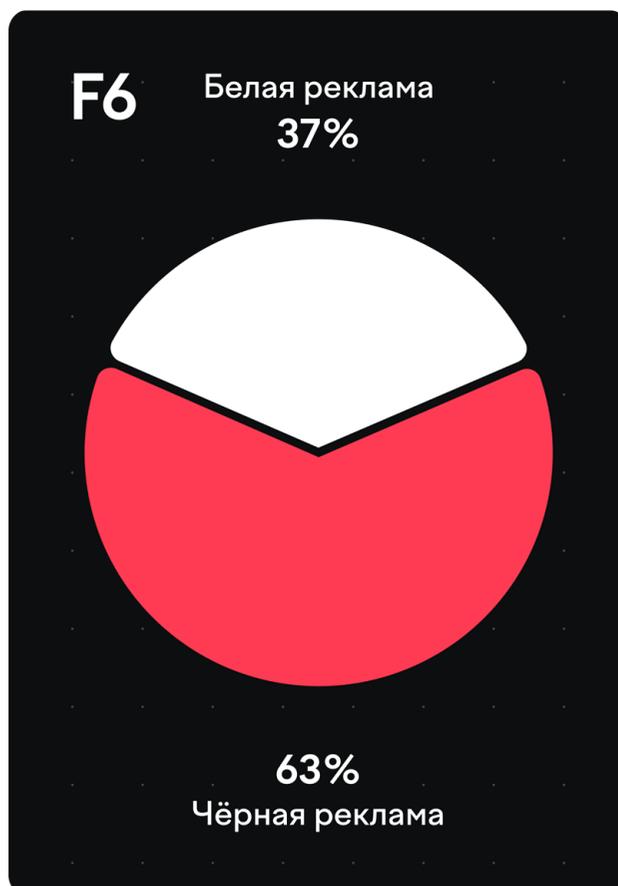
В рамках проведения данного исследования была проанализирована реклама in-stream в плеерах самых популярных пиратских видеобалансеров. Основная ее часть — это реклама казино и букмекеров. Это связано

с тем, что в основном пиратский бизнес спонсируется нелегальными казино.

Тем не менее попадались кейсы и с другими видами рекламного контента. Так, в популярном пиратском видеобалансере, специализирующемся на аниме, реклама в основном содержала в себе различные компьютерные игры.

Также в части той рекламы, которая размещалась в пиратских CDN по зарубежным фильмам и сериалам, может встречаться и коллаборация легальных брендов.

## Соотношение белой и черной рекламы, выявленной в типе in-stream на основных пиратских видеобалансерах



# Риски для рекламодателей

Распространение «белой» рекламы на интернет-ресурсах исключительно пиратской направленности влечет ряд рисков для рекламодателей.

## Репутационные риски

Интернет-пиратство является теневой индустрией, с которой ведется активная борьба как со стороны правообладателей, так и на государственном уровне путем совершенствования методов борьбы с пиратством.

В связи с заведомой незаконностью пиратских ресурсов распространение на них рекламы легальных сервисов является репутационно неблагоприятным аспектом для компаний, чья реклама встраивается и распространяется на подобных ресурсах.

Указанные обстоятельства могут привести к ассоциации бренда с нелегальными участниками рынка. В том числе с учетом того, что на пиратских площадках «белая» реклама зачастую соседствует с рекламой онлайн-казино и незаконных букмекеров.

В рассматриваемом случае средства, вкладываемые компаниями в рекламу, попадают к теневым игрокам и тем самым фактически подпитывают развитие нелегальной индустрии. При этом привлекают особое внимание встречающиеся ситуации, когда на пиратском сайте распространяется реклама компаний-производителей или распространителей авторского контента, являющихся активными участниками борьбы с пиратством.

## Регуляторные (правовые) риски

Помимо репутационных рисков, реклама на интернет-ресурсах пиратской направленности сопряжена также с прямыми правовыми рисками для компаний, чья реклама распространяется на подобных «теневых» интернет-ресурсах.

С 1 сентября 2025 года вступили в силу изменения в Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ, согласно которым запрещается распространение рекламы на интернет-ресурсах, доступ к которым ограничен законодательством Российской Федерации (см. ч. 10.7 ст. 5 ФЗ «О рекламе»). В случае нарушения указанных требований рекламодатель может быть привлечен к административной ответственности, предусмотренной ст. 14.3 КоАП РФ.

Пиратские сайты являются интернет-ресурсами с крайне высокой вероятностью ограничения доступа к ним как в рамках предусмотренных законодательством механизмов ограничения доступа к нарушающей авторские права информации, так и в связи с наличием иных оснований для ограничения доступа (распространение на подобных сайтах запрещенной информации).

Таким образом, высокая вероятность блокировки интернет-ресурса, на которых распространяется реклама, в соответствии

с законодательством Российской Федерации прямо сопряжена с рисками привлечения к ответственности за нарушение требований законодательства о рекламе.

## Вывод

Продолжающееся усиление борьбы правообладателей с распространителями пиратского контента сохраняет ежегодный тренд на снижение прибыли пиратов. Но спрос будет оставаться высоким за счет невозможности просмотра большого количества зарубежных фильмов и сериалов из-за отсутствия лицензий на показ у легальных онлайн-кинотеатров. Количество крупных игроков черной рекламы сокращается, разбавляя пиратские порталы рекламой легальных брендов. Брендам стоит внимательнее следить за размещением рекламы от их лица на пиратских ресурсах, так как это может нести различные риски.

Решение [F6 Digital Risk Protection](#) защищает киноиндустрию от пиратства и несанкционированного распространения уникального цифрового контента. 30 минут составляет среднее время обнаружения первой пиратской копии в Сети. 85% ссылок на нелегальные ресурсы удается зачистить в первые 7 дней. 87% пиратских ссылок удаляется в досудебном порядке.



# F6



Технологии для борьбы  
с киберугрозами



info@f6.ru

+7 495 984-33-64

f6.ru