

OKKAM CREATIVE



ОСОЗНАННЫЕ
КОММУНИКАЦИИ

ОСОЗНАННЫЙ КРЕАТИВ

В ЭПОХУ ИИ

ИИ в контенте и медиарекламе:
где он усиливает креатив,
а где подрывает доверие



ИИ стал нормой

ИИ — больше не эксперимент и не тренд, а стандарт рынка.

По данным нашего исследования топ-агентств России:

уже в 2024 году 100% участников рынка использовали ИИ в работе.

Сегодня вопрос не в том, используем ли мы ИИ, а в том, как именно мы это делаем — осознанно или нет.

Источник: исследование Okkam Creative июнь 2024 года, февраль 2026. 20+ респондентов из числа топ-менеджеров и основателей креативных агентств России

Повторное исследование 2026

В начале 2026 года мы повторили
исследование.

Что увидели:

01. 100% агентств по-прежнему используют ИИ
02. Но радикально изменилась внутренняя структура пользователей

**ИИ перестал быть «инструментом
креатива» — он стал инструментом
всей организации.**

Источник: исследование Okkam Creative июнь 2024 года,
февраль 2026. 20+ респондентов из числа топ-менеджеров
и основателей креативных агентств России

Индустрия более системно планирует интеграцию ИИ

Раньше, в 2024 году у большинства
не было планов интеграции:

39%

имели конкретные планы
использования

50%

отдавали ИИ-эксперименты
на откуп отдельным командам

11% вообще не думали
об этом

Сейчас картина изменилась,
планы есть у многих:

65%

имеют конкретные планы
использования и интеграции

35%

оставляют зоной ответственности
отдельных команд

Источник: исследование Okkam Creative июнь 2024 года,
февраль 2026. 20+ респондентов из числа топ-менеджеров
и основателей креативных агентств России

Кто стал пользоваться ИИ активнее:

Вчера ИИ использовали:

- дизайнеры, арты 87%
- креатив 83% (+15 п.п.)
- менеджеры 48% (+14 п.п.)

Сегодня:

- выросла доля использования для стратегов, аналитиков 82%, (+65 п.п.) и копирайтеров 78% (+61 п.п.)

ИИ вышел за пределы креативных специализаций и стал универсальным рабочим инструментом.

Отдельно важно:

В компаниях появляются новые роли:

- ИИ-коучи,
- ИИ-интеграторы (есть у 35% компаний)

Это сигнал: ИИ — уже не «хак», а часть операционной модели. При этом, ИИ пока влияет, в первую очередь, на производство, а не управление.

Источник: исследование Okkam Creative июнь 2024 года, февраль 2026. 20+ респондентов из числа топ-менеджеров и основателей креативных агентств России

Какие ИИ-модели использует рынок



Источник: исследование Okkam Creative июнь 2024 года,
февраль 2026. 20+ респондентов из числа топ-менеджеров
и основателей креативных агентств России

Топ-10 на 2026 для рекламных агентств

ChatGPT	87 %
Midjourney	87 %
Gemini	70 %
Claude	57 %
DeepSeek	52 %
DALL·E	30 %
Stable Diffusion	26 %
Veo3	14 %
Perplexity	9 %
Другие	62 %

Как это видно по доле «других» моделей,
использование их фрагментировано и вариативно.

ИИ в 2026 — экономический мультипликатор, а не новый рынок

ИИ оказывает влияние на:

повышает эффективность отдельно взятых процессов	87 %
увеличивает количество проектов / пропускную способность	69 %
повышает ценность агентства в глазах клиентов	30 %
увеличивает маржинальность проектов	26 %
оптимизирует штат	21 %

Интересное наблюдение: в 2024 году 39% участников рынка верили в то что «ИИ заменит людей», сейчас эта доля сократилась почти вдвое — до 21%

Источник: исследование Okkam Creative июнь 2024 года, февраль 2026. 20+ респондентов из числа топ-менеджеров и основателей креативных агентств России

Где ИИ действительно полезен



ИИ отлично усиливает экзекьюшен:

01. визуальные элементы
02. темп производства
03. адаптации

Большинство респондентов используют ИИ для повышения эффективности отдельных процессов — это самый популярный сценарий применения.

ИИ усиливает форму. Но не заменяет идею.

ИИ-контента становится больше



Например:

01. TikTok идентифицировал более 1,3 млрд видео как AI-сгенерированные
02. При этом ежедневно на платформу загружается более 100 млн роликов *
03. YouTube начал удалять каналы, чей контент создан ИИ низкого качества (включая десяток каналов с 1М+ подписчиков) **

Масштаб и скорость производства контента радикально выросли.

* <https://www.theguardian.com/technology/2025/nov/19/tiktok-users-power-reduce-ai-content-on-feeds>

** <https://www.theverge.com/news/869684/youtube-top-ai-channels-removed-karwing>

Но растёт и кризис доверия:

Параллельно с ростом ИИ-контента растёт кризис доверия

56%

российских пользователей считают, что ИИ-реклама снижает доверие к брендам

26%

воспринимают её как признак нечестности, если не указано использование ИИ *

Дополнительно:
~ 60%

потребителей сомневаются в подлинности онлайн-контента из-за избытка AI-генерации

* <https://companies.rbc.ru/news/icdck5rG7w/krizis-doveriya-stal-li-ii-kontent-problemoj/>

Проблема не в ИИ



ИИ:

ускоряет

масштабирует

удешевляет

Но:

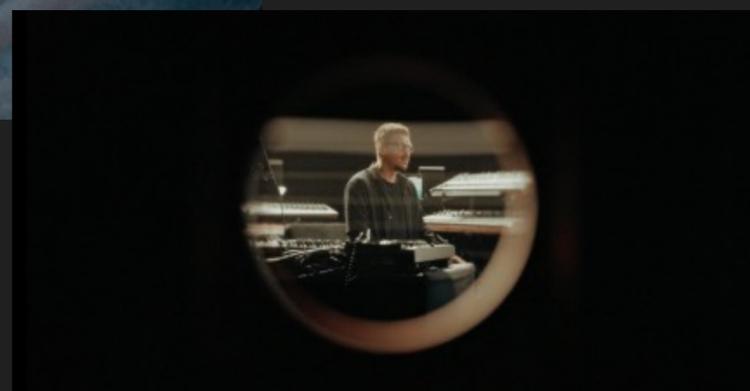
не гарантирует смысл

не создаёт доверие

не берёт ответственность
за сообщение (может,
но лучше не надо)

ИИ может сделать контент быстрее.
Но доверие остаётся человеческой
зоной ответственности.

Контраст: лучшие креативы года



Призеры креативных фестивалей:

Voskhod / ТОЧКА.
Change your work

Contrapunto / ЕСQWA

The Client / TATE — The Symphony of Hospitality

Здесь:

01. Нет ИИ
02. Есть крафт
03. Есть потребительский инсайт
04. Есть работа с триггерами внимания

И это по-прежнему работает сильнее всего.

Что такое триггер внимания (нейробиология)



Триггер внимания —
это спусковой крючок, который:

01. Прерывает фоновую обработку
02. Захватывает фокус
03. Повышает когнитивную доступность

**Музыка, юмор, селебрити,
движение** — быстрые
эмоциональные переключатели.

Исследование «Креативная осознанность»:

Независимо от категории, триггеры раскладываются в устойчивые группы. С формой рынок научился работать очень хорошо.

100+ РОЛИКОВ ИЗ ЧИСЛА ЛИДЕРОВ ПО МЕДИА ИНВЕСТИЦИЯМ

10+ ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ



Десятки пар роликов рекламодателей из однородных товарных категорий для анализа и сравнения

Панель Tiburon Research, исследования с ИИ-модератором, жители РФ, 18-65, 2023-2025

5000+ РЕСПОНДЕНТОВ



ЭКСПЕРТИЗА АГЕНТСТВА

Топ-10 триггеров внимания, которые влияют на **likability** и **intention to buy** (среднее)



Визуальная привлекательность	16%
Релевантность и личная значимость	14%
Музыка, песни, звук	13%
Знаменитости и персонажи	12%
Содержание и сообщение	11%
Уникальность и креативность	9%
Настроение и атмосфера	8%
Семья и социальная динамика	7%
Бренд и доверие к марке	7%
Специфика стоимости, предложения и сделки	7%

Мы посмотрели глубже



В последней волне мы оценили не только форму,
но и силу инсайта.

Ролики с инсайтом:

Интерес	+4,9 п.п.
Likability	+7,4 п.п.
Близость к жизни	+12,7 п.п.
Близость темы	+13,2 п.п.

В прямом выборе:

Реклама с инсайтом	62%
Реклама без инсайта	38%

Почему инсайт работает



С точки зрения психологии инсайт:

01. Структурирует опыт
02. Даёт интерпретацию
03. Вызывает эмоцию
04. Связывает стимул с личной реальностью

Если триггер открывает дверь,
то **инсайт** — то, что остаётся
внутри сознания

ИИ — неизбежен
и полезен



Но для большого бренд-креатива нужны:

01. Смысл
02. Инсайт
03. Вкус создателей
04. Работающее сообщение

И это по-прежнему создают
ЖИВЫЕ КОМАНДЫ.



Следите
за новостями
Okkam Creative
и Okkam



ИИ — инструмент

Осознанный креатив — выбор