

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ



арир

ассоциация развития
интерактивной рекламы

Исследование аудитории киберспорта России

Аналитический Центр АКАР / АРИР / РАМУ / ГИПП

Ноябрь 2024 Москва

RECENT 
research center

Основные выводы

- Доля россиян, увлекающихся киберспортом, составляет 28,9%;
- Из них большинство - мужчины (61,9%), доля женщин - 38,1%;
- Ядро целевой аудитории, интересующееся киберспортом – 25-34 лет (39,7%);
- Основные возрастные группы, интересующиеся киберспортом - 20-44 лет (76,1%).

Основные выводы

- В браке состоит 38,6% увлекающихся киберспортом;
- 61,4% - не состоят в браке, разведены или состоят в отношениях без регистрации брака;
- 55,5% аудитории киберспорта не имеет детей;
- При этом среди тех, кто имеет (44,5%) почти половина (21,4%) имеют одного ребенка.

Основные выводы

- В большинстве случаев, доход аудитории киберспорта составляет от 20 000 до 50 000 рублей в семье на 1 человека – 41,6%;
- Доход от 50 000 до 100 000 рублей имеет почти четверть аудитории киберспорта (24,9%);
- 10,4% аудитории киберспорта имеют доход более 100 000 рублей на человека в семье.

Основные выводы

- Главными мотивами киберспортивной аудитории выступают интерес к самой игре (58,9%) и желание развлечься и отдохнуть (53,8%);
- Далее следует желание погружаться в игру, изучить новые игровые стратегии и тактики, прогрессировать в игре (29,3%);
- Также для аудитории киберспорта важно:
 - желание поддержать любимую команду и игроков (23,8%);
 - иметь общие темы для общения (22,8%).

Основные выводы

- Наиболее востребованным ожиданием аудитории киберспорта является возможность выиграть призы или бонусы за участие в прямых трансляциях, так считают 26,3% респондентов;
- 23,6% участников исследования выразили заинтересованность в расширении числа любительских турниров, что свидетельствует об их стремлении к участию киберспортивных соревнованиях.

Основные выводы

- Наиболее популярным форматом в 52,6% является прямая трансляция киберспортивных турниров;
- Ключевыми факторами для аудитории, наблюдающей за киберспортивными событиями, являются удобное время трансляции (40,9%), известность турнира (39,6%) и участие любимой команды или игрока (35,7%);

Основные выводы

- 67% и 64% респондентов играют в мобильные игры и ПК-игры, соответственно, 2-3 раза в неделю и чаще – это более чем в два раза чаще, чем на консолях, где лишь 28,9% пользователей играют с той же частотой;
- По результатам опроса 72% параллельно совмещают игровой процесс просмотром различного контента;
- Помимо гейминга, аудитория киберспорта увлекается просмотром фильмов или сериалов (26,1%), спортивным досугом (18,1%) и музыкой (12,9%);

Основные выводы

- По частоте игры Dota 2 и CS 2 являются самыми популярными играми – 41,7% и 33,9% соответственно, третья по популярности игра – Мир Танков (32,4%);
- 40,7% респондентов используют YouTube как основной сервис для просмотра контента, на втором месте по числу ответов VK Видео – 24,3%, Twitch использует 19,4% пользователей.

Методология исследования

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

RECENT
research center



Цель исследования – создать комплексное представление об аудитории киберспорта в России, определив основные каналы и мотивы потребления контента, формирующих интерес к киберспорту.

В результате:

1. Выявлены доли населения России, интересующиеся киберспортом и игровым контентом;
2. Выявлены социально-демографические характеристики населения России, интересующегося киберспортом и игровым контентом;
3. Изучены основные увлечения аудитории киберспорта в России, в области гейминга;
4. Изучены потребности аудитории в России в киберспортивной индустрии;
5. Определены форматы и жанры игрового контента, предпочитаемые аудиторией;
6. Выявлены основные мотивы потребления киберспортивного контента;
7. Определены каналы получения киберспортивного контента.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

1 этап – позволил выявить доли населения, интересующихся киберспортом, контентом связанным с геймингом, и определил социально демографические характеристики данных социальных групп.

1 этап
Население России, выборка
3000

2 этап – основываясь на результатах 1 этапа составлена новая выборка, состоящая из аудитории киберспорта, потребляющей игровой контент не менее 3 раз в месяц. Данный этап позволил изучить основные потребности и увлечения данной аудитории.

2-3 этапы
Аудитория киберспорта,
выборка 890

3 этап – позволил изучить медиа предпочтения данной целевой аудитории, основные каналы потребления киберспортивного контента.

Исследование на каждом этапе проведено **онлайн анкетированием** с помощью самостоятельного заполнения анкеты респондентом через веб-сервис.

1 этап исследования

АКАР

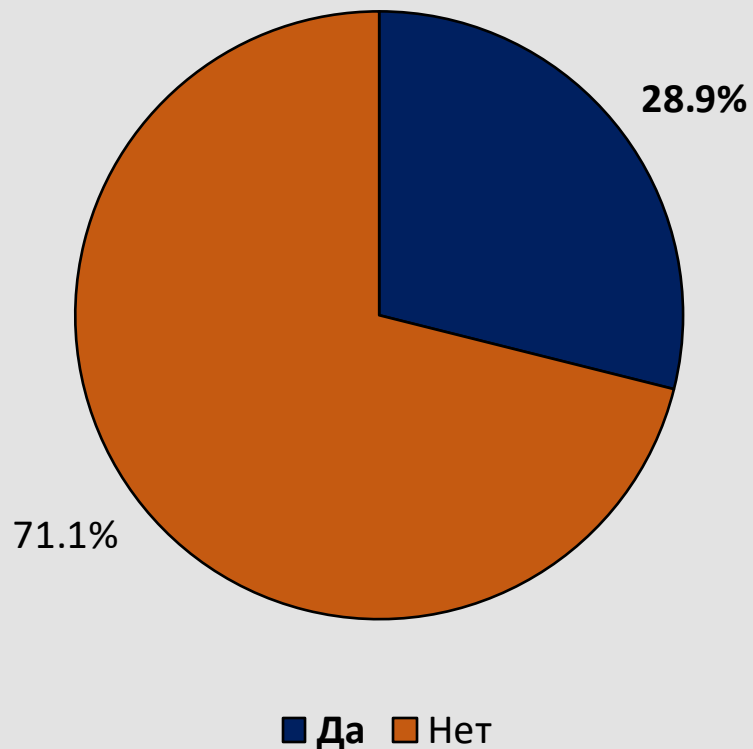
АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

RECENT
research center



Социально-демографический портрет аудитории киберспорта

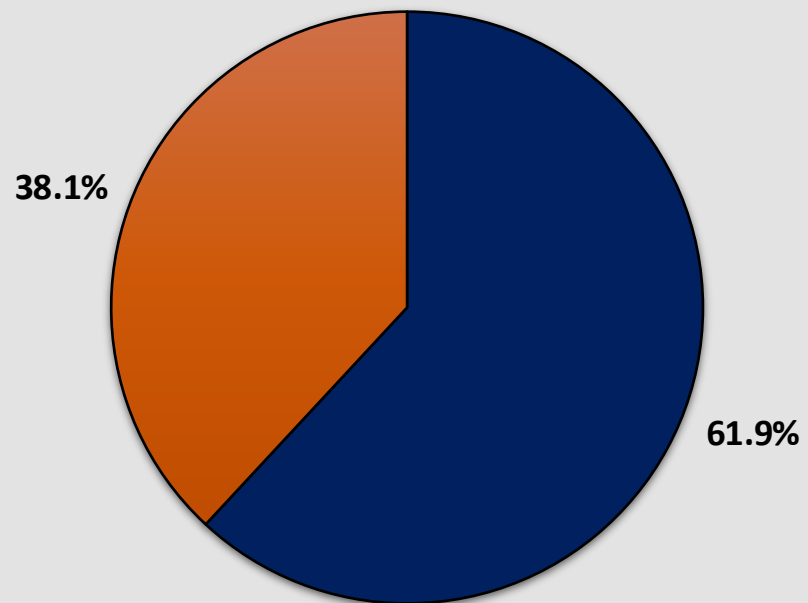
Следите ли вы за киберспортивными соревнованиями?



- Доля россиян, увлекающихся киберспортом, составляет 28,9%

Социально-демографический портрет аудитории киберспорта

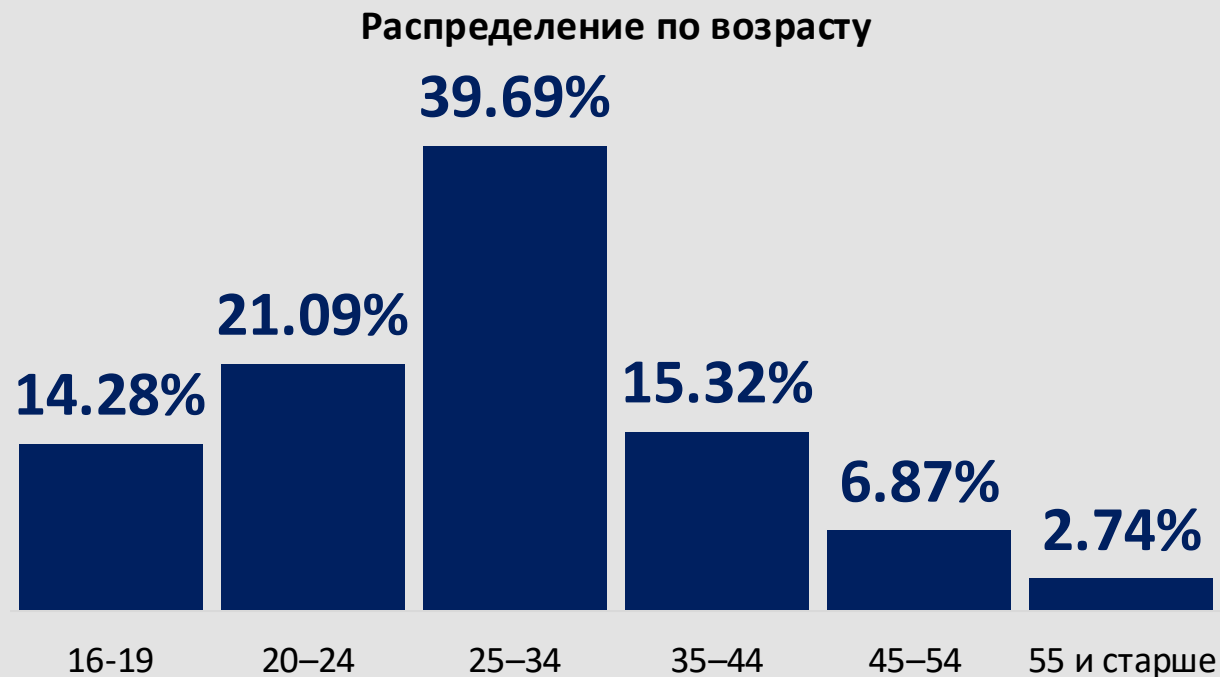
Распределение по полу



■ Мужской ■ Женский

- Среди той доли населения, которая увлекается киберспортом, мужчины составляют 61,9%, женщины – 38,1%.

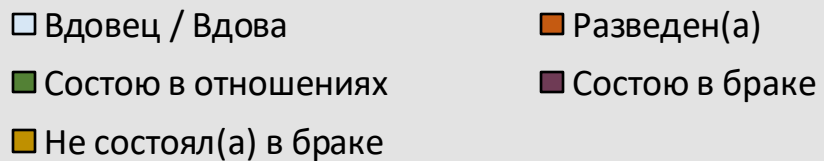
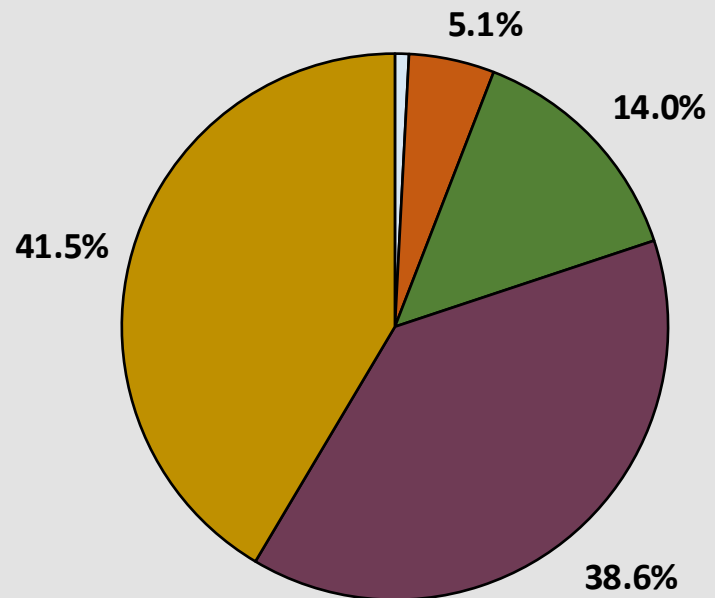
Социально-демографический портрет аудитории киберспорта



- Ядро целевой аудитории, интересующееся киберспортом 25-34 лет – 39,7%.
- Основные возрастные группы, интересующиеся киберспортом – 20-44 лет (76,1%).

Социально-демографический портрет аудитории киберспорта

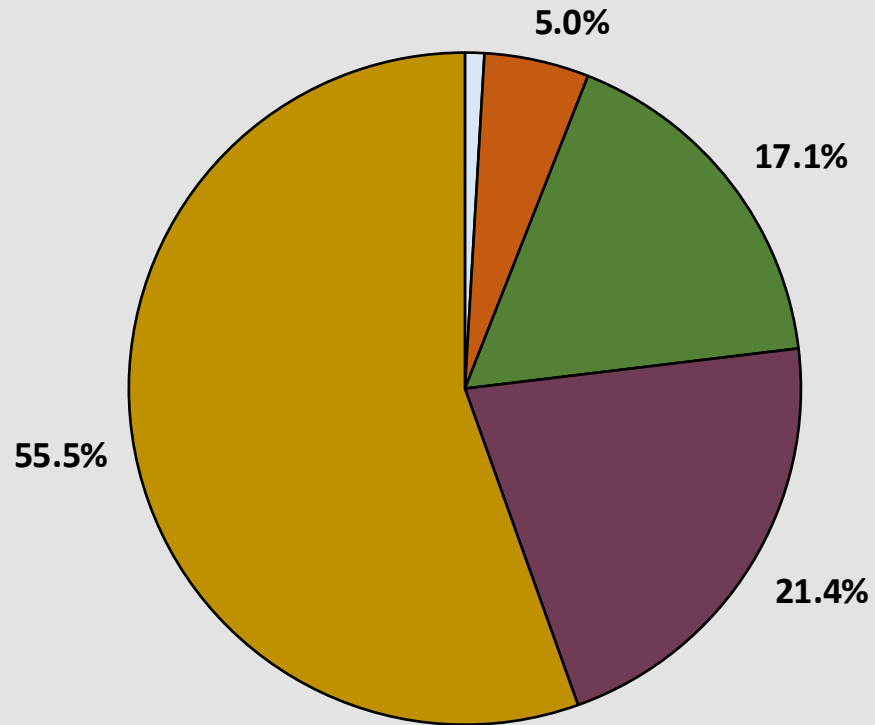
Семейное положение



- В браке состоит 38,6% увлекающихся киберспортом;
- 61,4% - не состоят в браке, разведены или состоят в отношениях без регистрации брака;

Социально-демографический портрет аудитории киберспорта

Количество детей

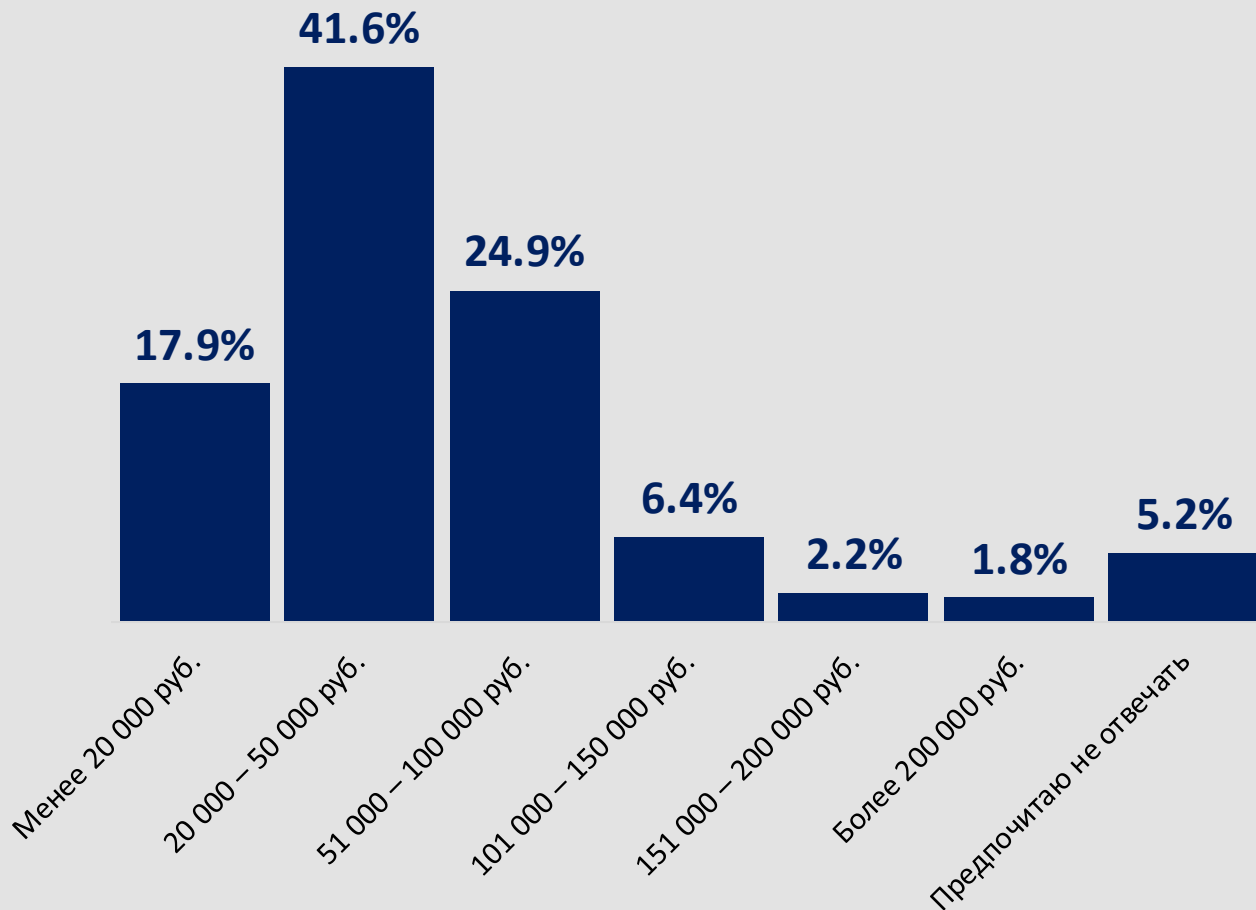


- 55,5% аудитории киберспорта не имеет детей;
- При этом среди тех, кто имеет (44,5%) почти половина (21,4%) имеют одного ребенка.

□ 4 и более детей □ 3 ребенка □ 2 ребенка □ 1 ребенок □ Нет детей

Социально-демографический портрет аудитории киберспорта

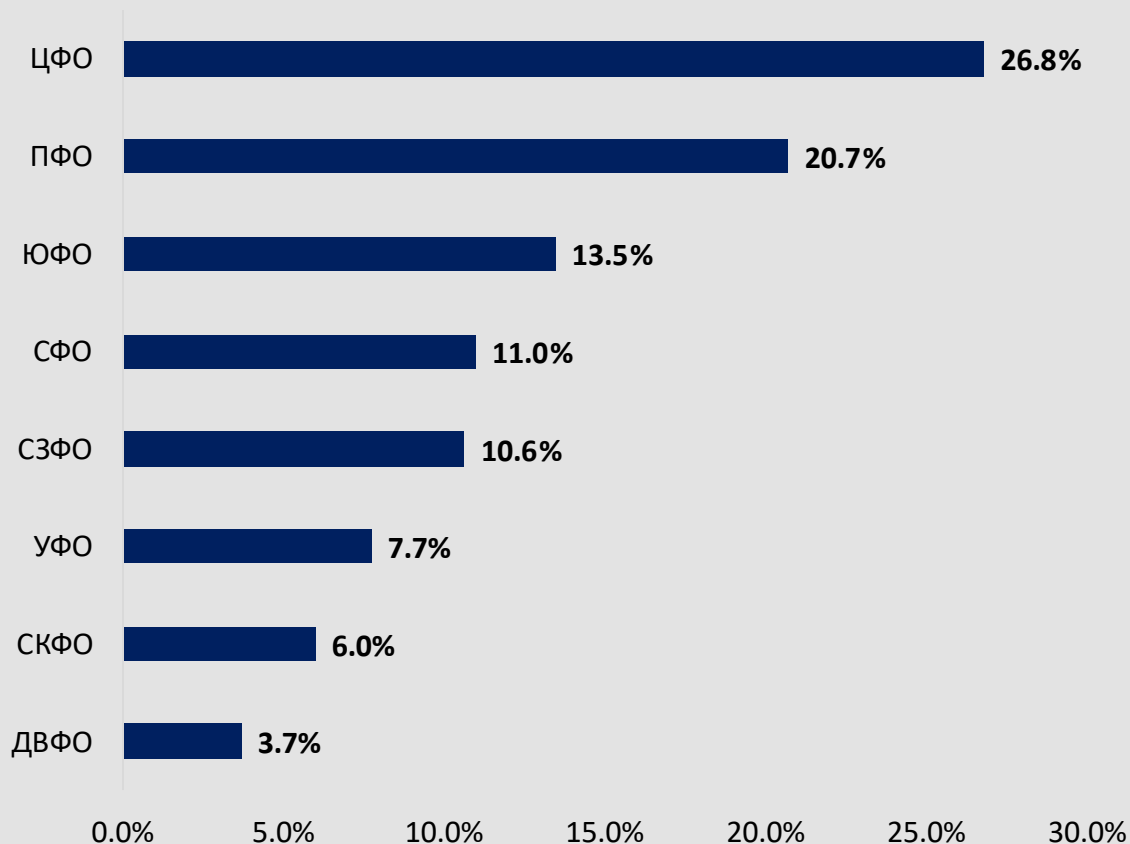
Уровень дохода в месяц на одного человека в семье



- В большинстве случаев, доход аудитории киберспорта составляет от 20 000 до 50 000 рублей в семье на 1 человека – 41,6%;
- Доход от 50 000 до 100 000 рублей имеет почти четверть аудитории киберспорта (24,9%);
- 10,4% аудитории киберспорта имеют доход более 100 000 рублей на человека в семье.

Социально-демографический портрет аудитории киберспорта

Распределение по Федеральным Округам



- Среди аудитории киберспорта наибольшее количество людей относятся к ЦФО – 26,8% респондентов;
- Наименьшее количество людей, интересующееся киберспортом, относится к ДВФО – 3,7% опрошенных.

2 этап исследования

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

RECENT
research center

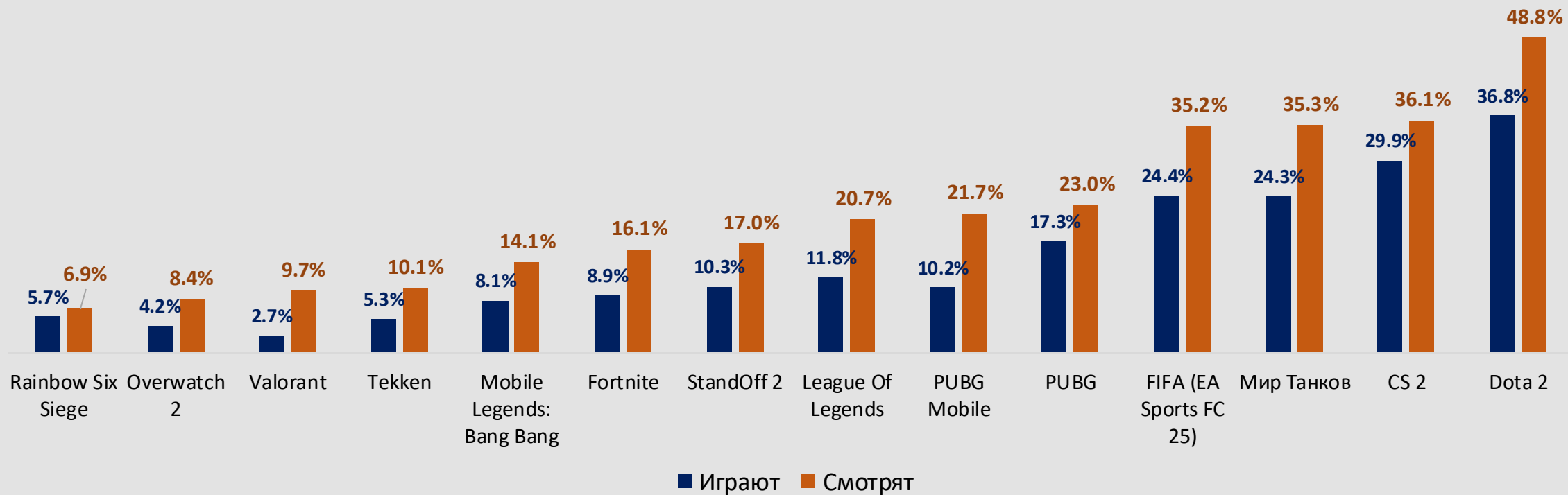


Как часто вы следите за киберспортивными событиями?



- Наибольшее количество опрошенных 2-3 раза в неделю смотрят трансляции киберспортивных событий (30%) или читают новости киберспорта – 29,7%.
- Один раз в неделю смотрят киберспортивные трансляции 25,4% респондентов, читают новости киберспорта – 25,3%.

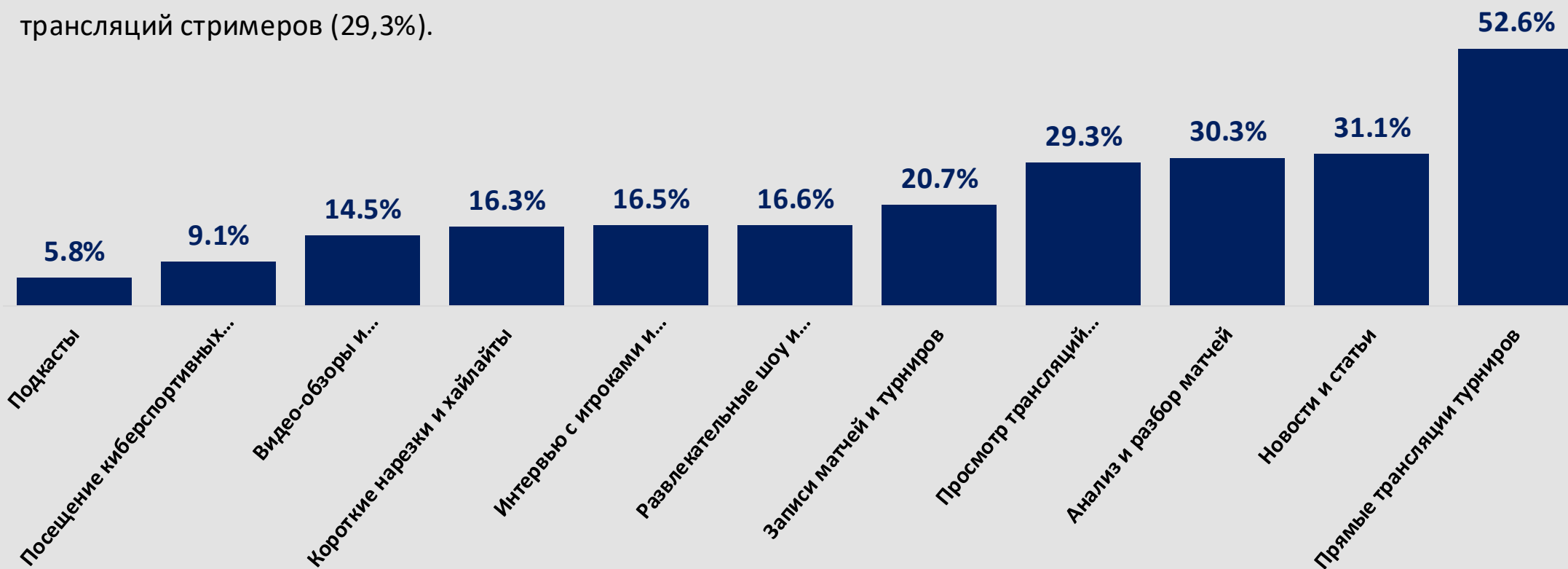
За какими киберспортивными дисциплинами вы следите/играете?



- Самыми популярными киберспортивными дисциплинами по мнению респондентов являются: Dota 2 (48,8% смотрят и 36,8% играют), CS 2 (36,1% и 29,9%), Мир Танков (35,3% и 24,3%);
- Среди опрошенных, пользователи Dota 2, PUBG Mobile, Мир Танков заметно чаще следят за игрой, нежели играют в неё.

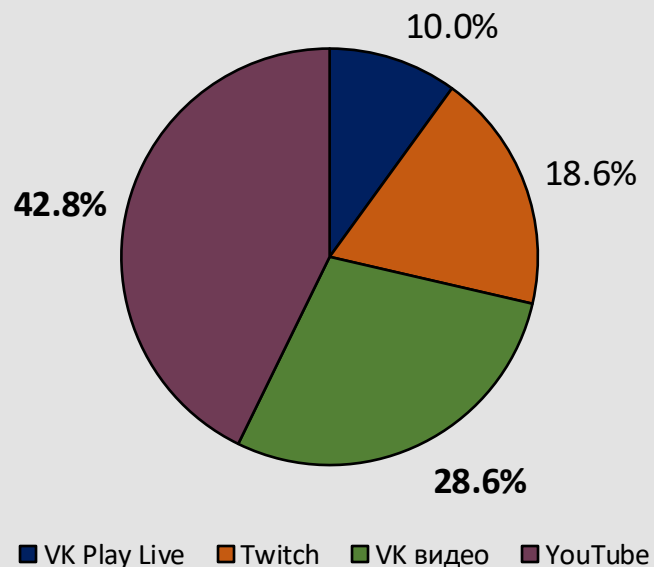
В каких форматах вам предпочтительнее всего потреблять киберспортивный контент?

- Среди опрошенных прямые трансляции киберспортивных турниров являются самым популярным форматом, привлекающим 52,6% аудитории киберспорта;
- В равной степени аудиторию киберспорта интересуют новости и статьи (31,1%), анализ и разбор матчей (30,3%), просмотр трансляций стримеров (29,3%).

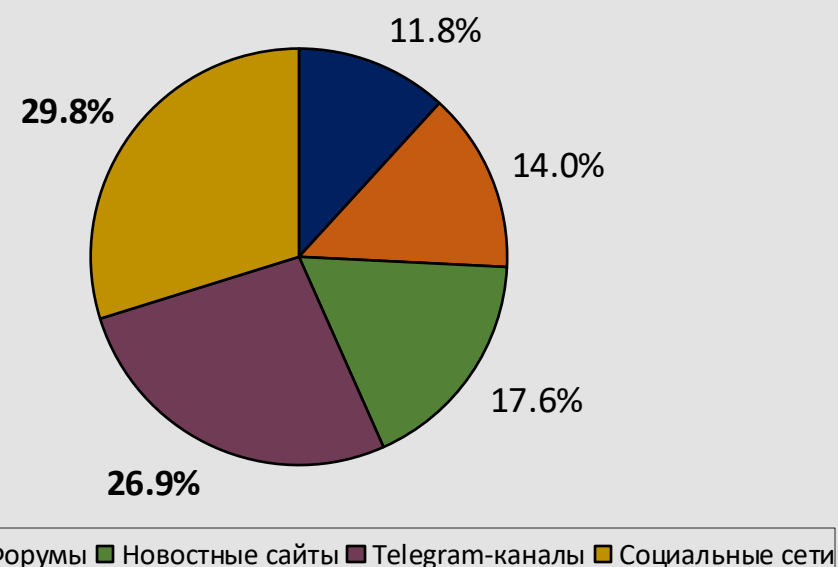


Каналы получения информации про киберспорт

Сервисы для просмотра киберспортивных событий



Сервисы для просмотра киберспортивных новостей



- **YouTube** является наиболее популярной платформой, которую предпочитают 42,8% зрителей для просмотра киберспортивных событий, **VK Видео** занимает второе место с 28,6%;
- **Социальные сети** наряду с **Telegram-каналами** являются ведущими платформами для получения новостей о киберспорте (29,8% и 26,9%), тогда как форумы и сообщества менее востребованы среди респондентов.

Причины влечения к киберспорту

Мотивы потребления киберспортивного контента



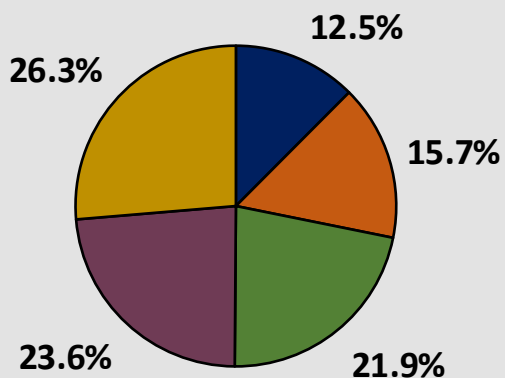
Факторы, побуждающие следить за киберспортивным событием



- Главными мотивами киберспортивной аудитории выступает **интерес к самой игре** и **желание развлечься и отдохнуть** (58,9% и 53,8%), далее следует: **желание прогрессировать в игре** (29,3%), **желание поддержать любимую команду и игроков** (23,8%), **иметь общие темы для общения** (22,8%);
- **Удобное время трансляции** (40,9%), **популярность и известность турнира** (39,6%) и **участие любимой команды или игрока** (35,7%) — ключевые факторы, побуждающие аудиторию следить за киберспортивным событием.

Потребности аудитории киберспорта

Каких возможностей для взаимодействия с киберспортом вы хотели бы видеть больше?

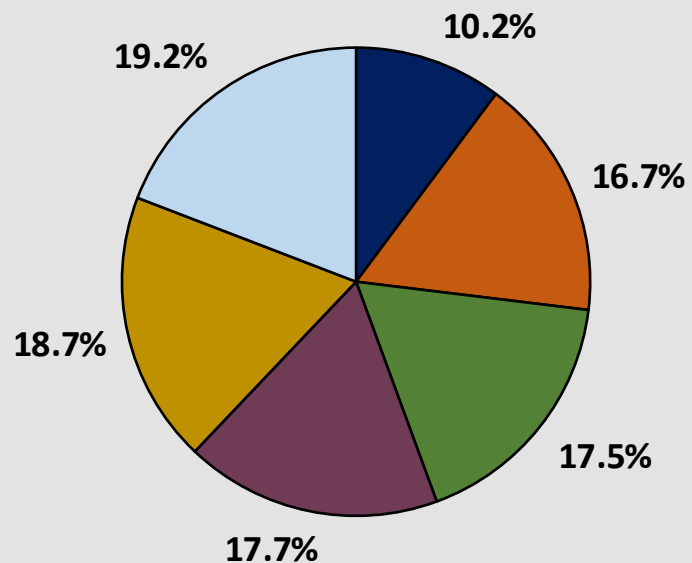


- Виртуальные и AR/VR мероприятия
- Организация фан-встреч и мероприятий
- Возможность общаться с профессиональными игроками
- Больше возможностей участия в турнирах для любителей
- Возможность выиграть призы или бонусы через участие в прямых трансляциях

- **Возможность выиграть призы или бонусы за счет участия в прямых трансляциях** является самым популярным ответом — его назвали 26,3% респондентов;
- **Большое количество возможностей для участия в любительских турнирах** привлекает 23,6% опрошенных;
- **Виртуальные и AR/VR мероприятия** менее популярны, их ожидают 12,5% участников.

Потребности аудитории киберспорта

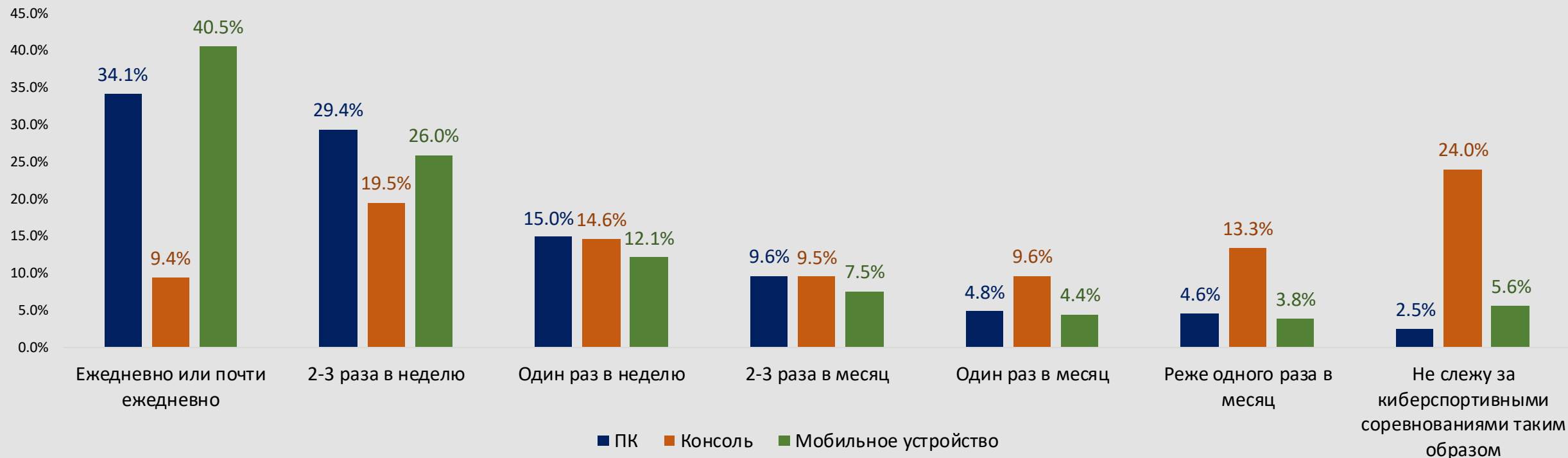
Чего не хватает киберспорту в России для более полного удовлетворения ваших потребностей?



- Больше образовательных проектов по киберспорту
- Поддержка молодежных киберспортивных проектов
- Развитие инфраструктуры (арены, клубы)
- Больше местных локальных турниров
- Увеличение числа российских команд и профессиональных игроков
- Больше поддержки и внимания от государства

- 19,2% опрошенных ожидают **большей поддержки государства** в регулировании киберспортивной отрасли;
- **Рост числа российских команд и профессиональных игроков** — важный аспект, который отметили 18,7% респондентов;
- **Больше локальных турниров** хотели бы видеть 17,1% респондентов;
- **Поддержка молодежных киберспортивных проектов** также важна, ее считают приоритетной 16,7% участников исследования.

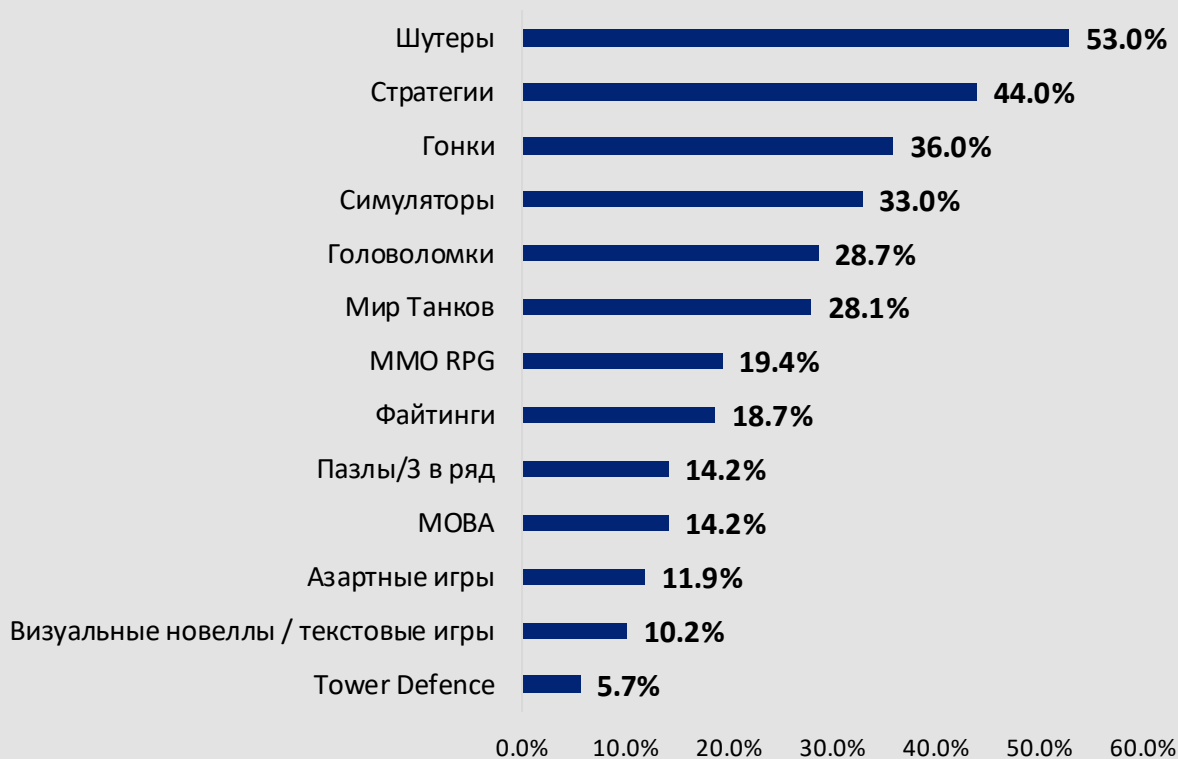
Как часто вы играете в видеоигры?



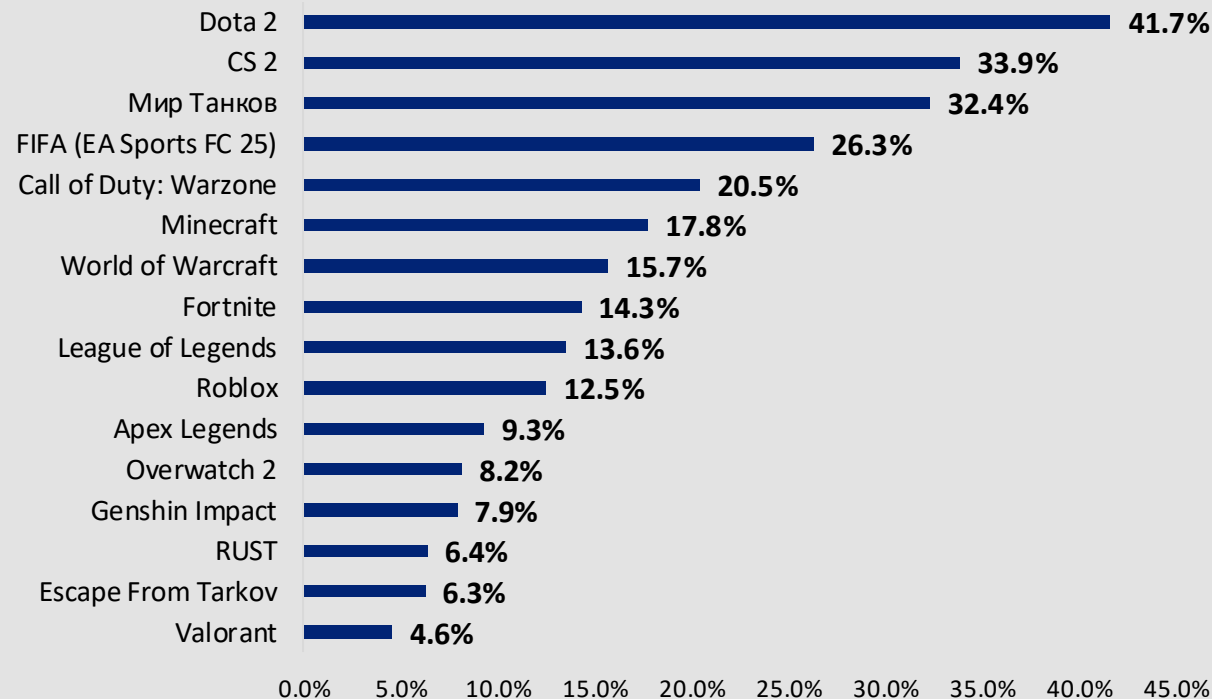
- Большинство опрошенных чаще всего играют в видеоигры на телефоне – 40,5% респондентов делают это практически ежедневно, 26% респондентов играют в мобильные игры 2-3 раза в неделю;
- Играют в компьютер ежедневно или почти ежедневно 34,1% опрошенных, доля тех, кто играет в компьютер 2-3 раза в неделю составляет 29,4% респондентов.

Основные игровые предпочтения

Каким жанрам игр вы уделяете больше всего времени?

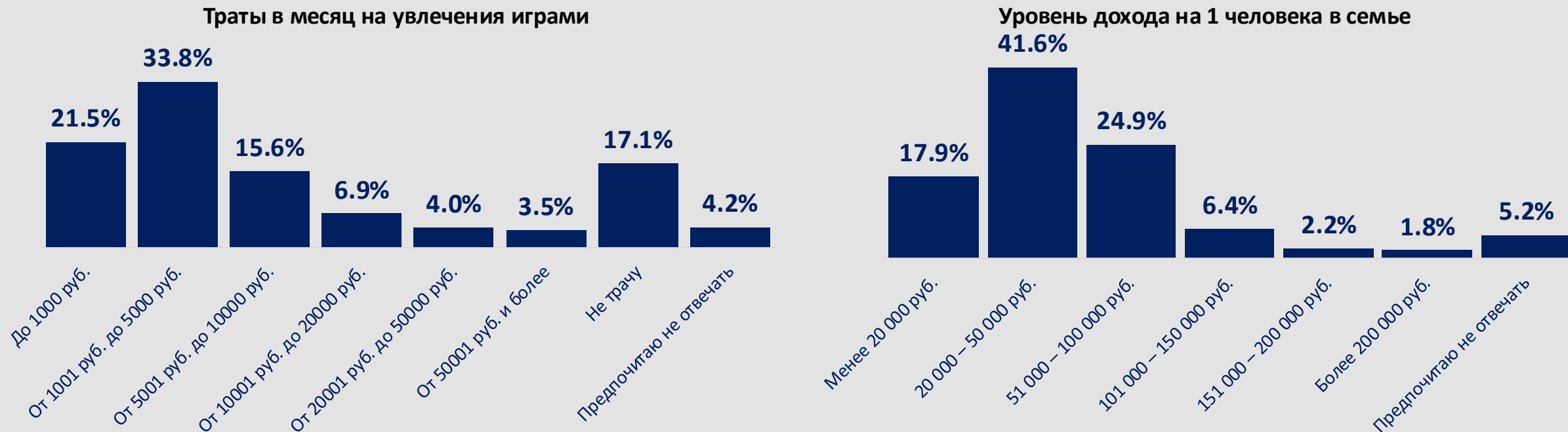


В какие видеоигры вы играли за последний месяц чаще всего?



- Среди респондентов, **шутеры** занимают лидирующую позицию с 53% ответов, **стратегии** занимают второе место по популярности, их предпочитают 44% опрошенных, **гонки** привлекают 33% игроков;
- По частоте игры **Dota 2** и **CS 2** являются самыми популярными играми, их выбирают 41,7% и 33,9% респондентов, на 3 месте **Мир Танков**, игру отметили 32,4% опрошенных игроков.

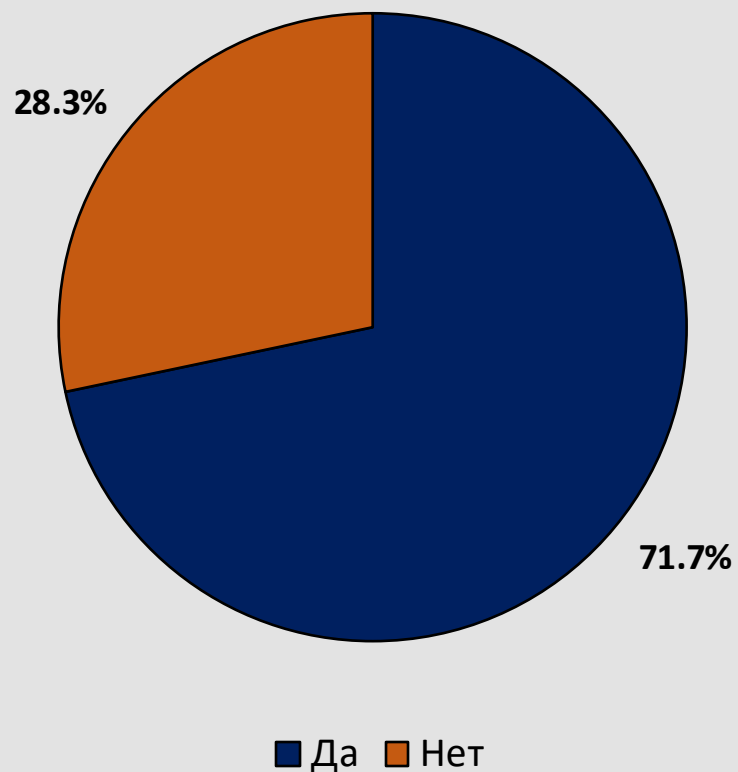
Готовность аудитории тратиться на игровую деятельность



- 33,8% опрошенных тратят на увлечения играми **от 1001 до 5000 рублей**, что является самой популярной категорией. Тратят до 1000 рублей 21,5% респондентов;
- В ходе опроса было выявлено, что среди аудитории киберспорта больше всего людей, чей доход на 1 человека в семье составляет **от 20 000 до 50 000 рублей** – 41,6%. Следующая за ней группа относится к людям, чей **доход составляет от 51 000 до 100 000 рублей** – 24,9%.

Просмотр контента во время игры

Смотрите ли вы контент в процессе того, как играете в игры?



- По результатам опроса, 7 человек из 10 совмещают игровой процесс с параллельным просмотром различного контента.

3 этап исследования

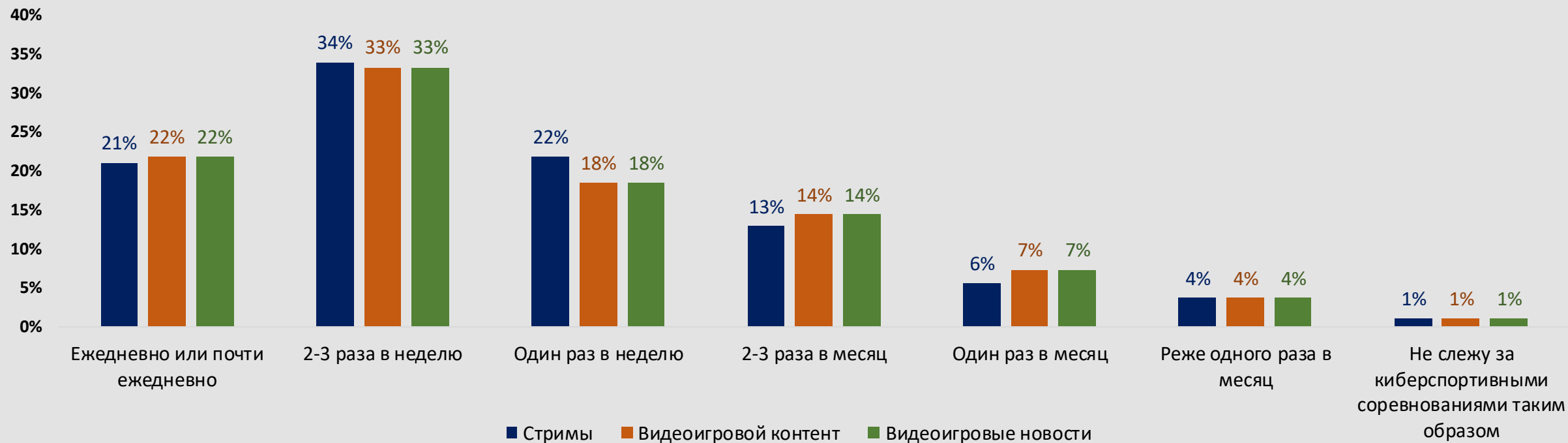
АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНСТВ РОССИИ

RECENT
research center



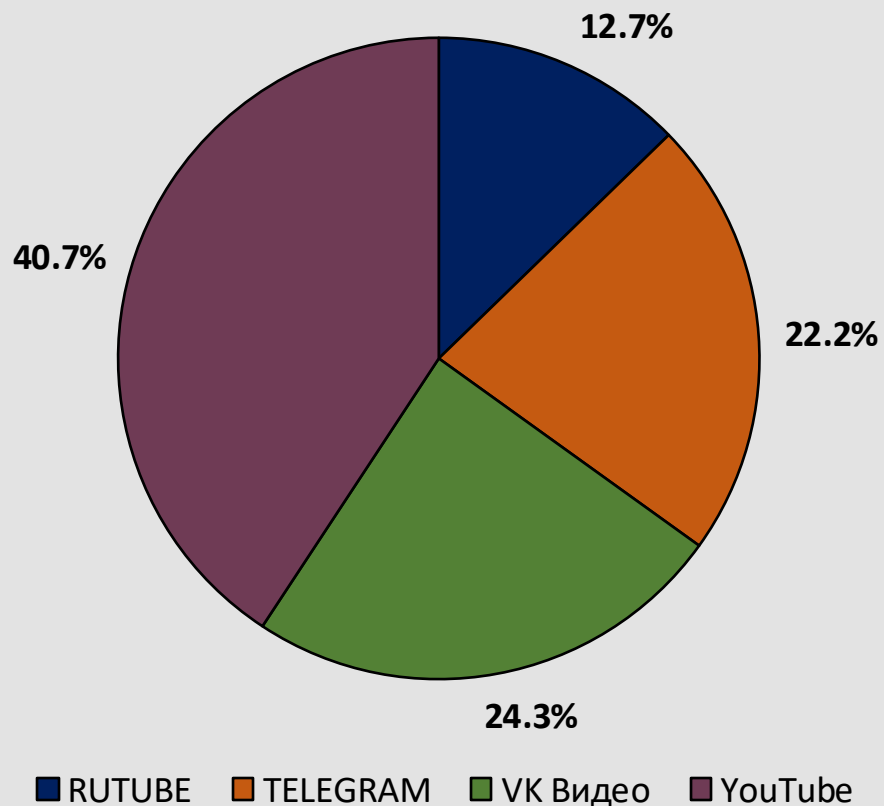
Как часто вы смотрите контент, связанный с видеоиграми?



- Большинство опрошенных чаще всего потребляют контент, связанный с видеоиграми 2-3 раза в неделю, смотрят стримы 34% респондентов, смотрят видеоигровой контент и видеоигровые новости 33% опрошенной аудитории киберспорта.

Каналы получения информации про гейминг

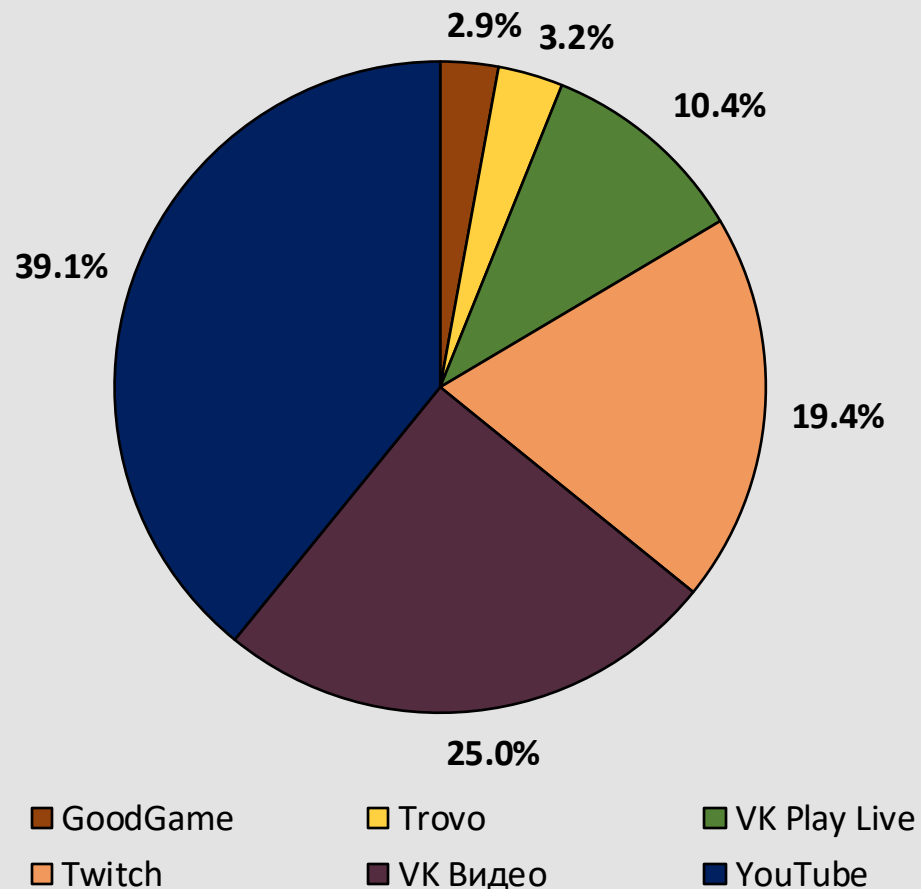
На каких сервисах вы регулярно смотрите видеозаписи видеоигр?



- **YouTube** является самым популярным сервисом, его предпочитают 40,7% пользователей;
- **VK Видео** занимает второе место с 24,3% ответов респондентов;
- **Telegram** использует 22,2% пользователей для просмотра видео;
- **RUTUBE** актуален для 12,7% пользователей, что показывает сравнительно низкий интерес к этой платформе для просмотра видеоконтента в сфере гейминга.

Каналы получения информации про гейминг

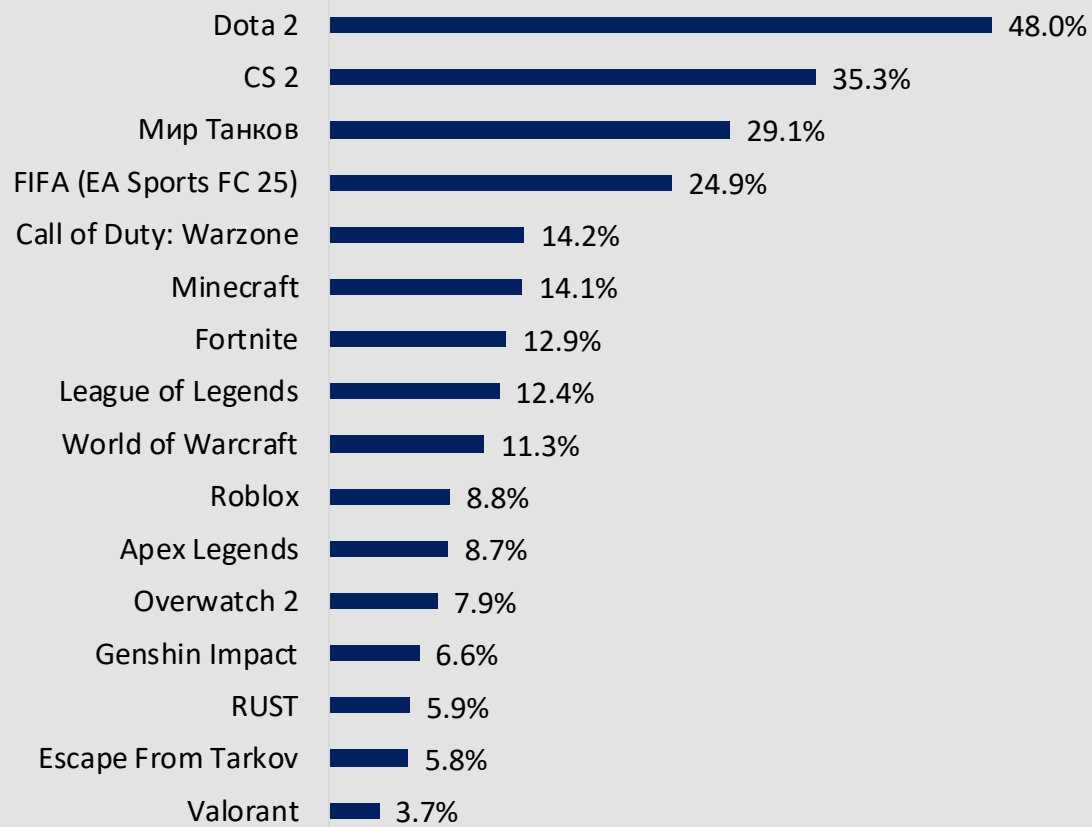
На каких сервисах вы смотрите прямые трансляции видеоигр?



- **YouTube** занимает лидирующую позицию с **39,1%** пользователей;
- **VK Видео** занимает второе место по популярности с **25%** ответов респондентов;
- **Twitch** использует **19,4%** пользователей, являясь одной из основных стриминговых платформ;
- **Trovo** и **GoodGame** — это зарубежные популярные платформы, только **3,2%** и **2,9%** респондентов отметили регулярный опыт использования данных сервисов.

Самые популярные игры для просмотра

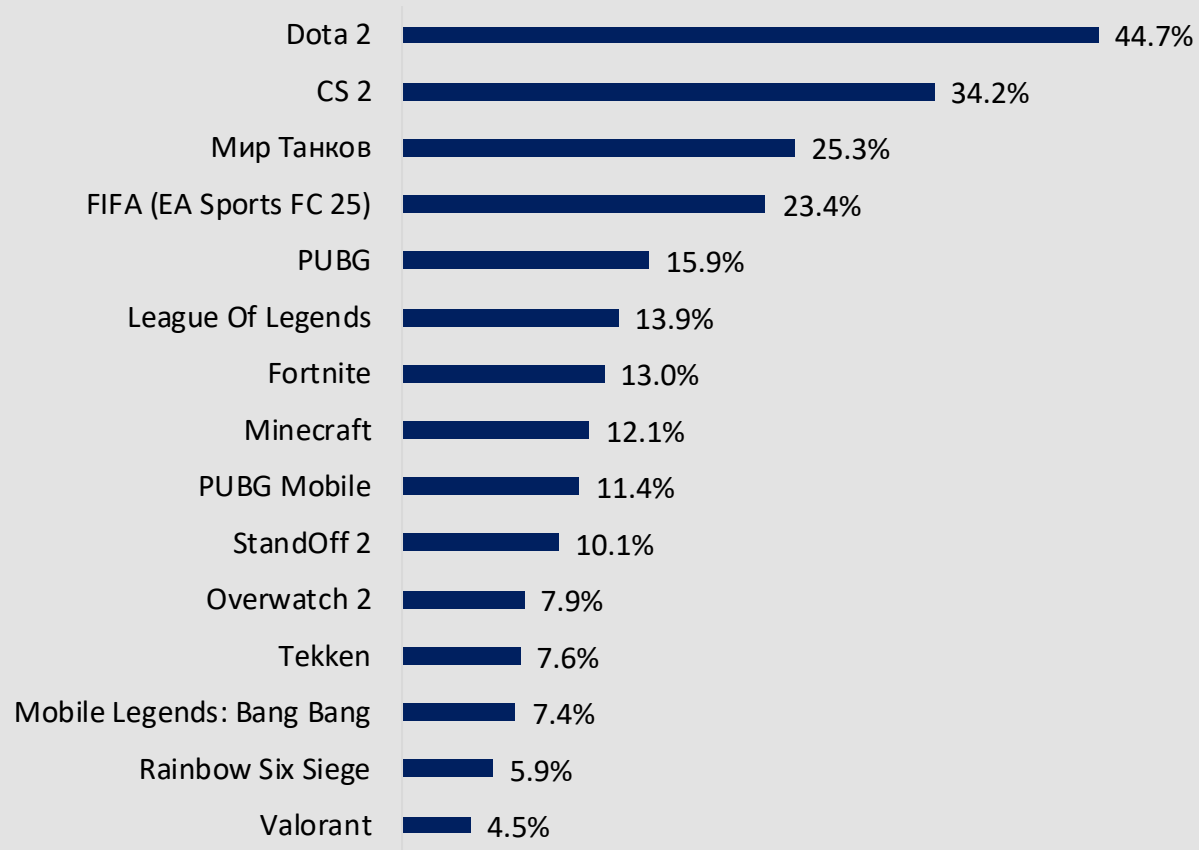
Видеозаписи каких видеоигр вы чаще всего смотрели за последний месяц?



- Среди опрошенных **Dota 2** и **CS 2** занимают лидирующие позиции в вопросе просмотра игрового контента – 48% и 35,3%;
- **Мир Танков** выбирают 29,1% респондентов, **FIFA (EA Sports FC 25)** популярна у 24,9% опрошенных;
- Остальные игры, такие как **Call of Duty: Warzone** (14,2%), **Minecraft** (14,1%), **Fortnite** (12,9%) и **League of Legends** (12,4%), привлекают меньшую, но значительную часть опрошенных.

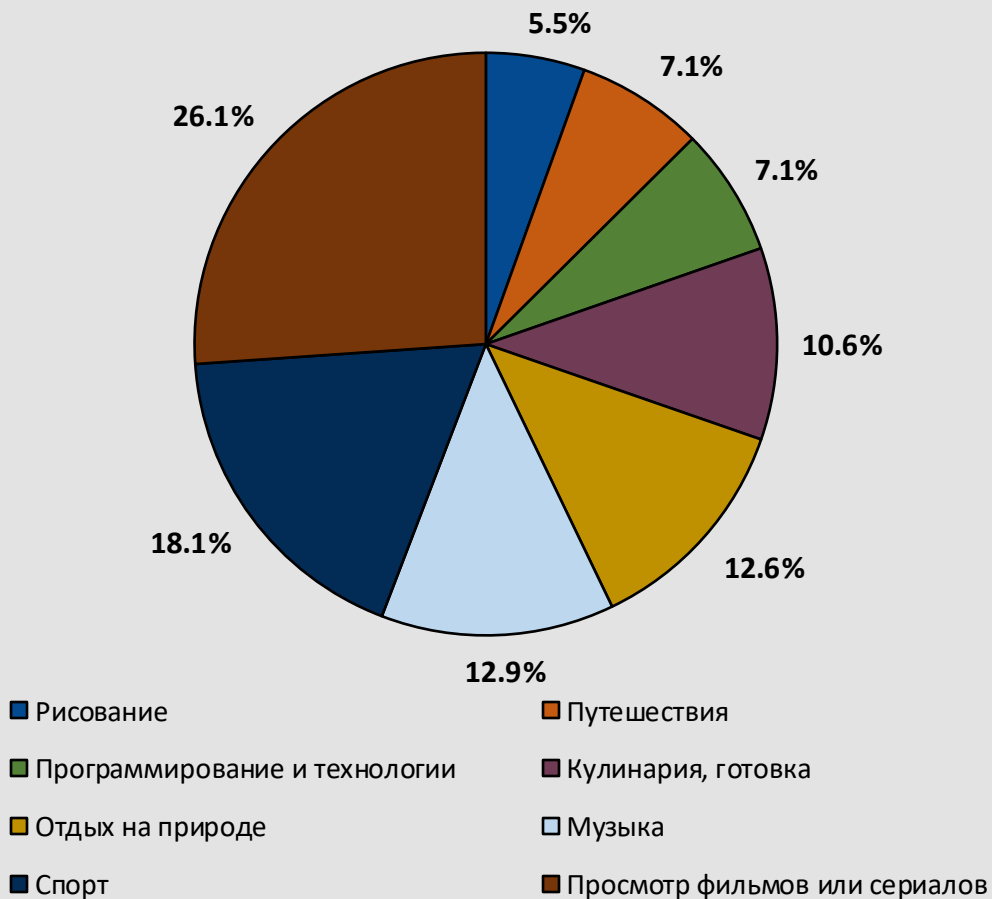
Самые популярные игры для просмотра

Прямые трансляции каких видеоигр вы чаще всего смотрели за последний месяц?



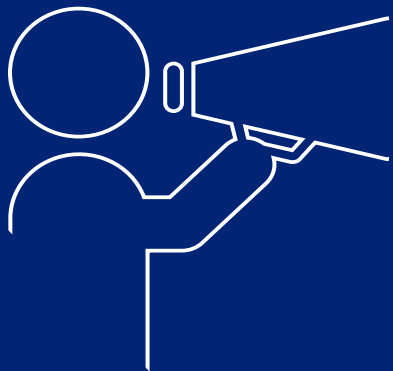
- **Dota 2** и **CS 2** также занимают лидирующие позиции по ответам респондентов в вопросе просмотра игрового контента в прямом эфире, их выбрали 44,7% и 34,2% участников исследования соответственно;
- **Мир Танков** смотрят 25,3% опрошенных, **FIFA (EA Sports FC 25)** популярна у 23,4% респондентов;
- Остальные игры, такие как **Tekken** (7,6%) и **Mobile Legends: Bang Bang** (7,4%), **Rainbow Six Siege** и **Valorant** замыкают список с **5,9%** и **4,5%** ответов опрошенных соответственно.

Какие еще увлечения у вас есть, помимо киберспорта и гейминга?



- **Просмотр фильмов или сериалов** — самое популярное развлечение, его предпочитают 26,1% респондентов;
- **Спорт** интересует 18,1% опрошенных, второе место по популярности, отметили, что увлекаются **музыкой** – 12,9% опрошенных;
- **Отдых на природе** предпочитают 12,2% аудитории киберспорта.

Контакты



РУКОВОДИТЕЛЬ АЦ РАМУ/АКАР/АРИР

Николай Васильев

➤ t.me/personaliter

➤ nv@akarussia.ru

МЕНЕДЖЕР АЦ АКАР/АРИР/РАМУ/ГИПП

Курило Михаил

➤ t.me/Kuriloma

➤ m.kurilo@akarussia.ru

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

RECENT

research center

