АРИР

ассоциация развития
интерактивной рекламы

[исследование]

КИБЕРСПОРТ И ГЕЙМИНГ В РОССИИ

2026

Аналитический центр
Российской индустрии
рекламы

СБЕР | 185

Цель исследования

Сформировать представление об аудитории киберспорта и гейминга в России, её привычках, потребностях и потреблении игрового контента.

Охват и игровая практика

Масштаб аудитории, её социальный портрет, игровые предпочтения и расходы.

Участие и семья

Турнирный опыт, карьерные намерения и готовность родителей поддерживать ребёнка.

Контент и развитие

Просмотр матчей и игр, выбор форматов и сервисов, ожидания аудитории.

Методология исследования

Три этапа, две независимые выборки

	ЭТАПЫ	ТЕМЫ
Опрос населения Население России	1	Охват и портрет
Опрос аудитории Аудитория киберспорта	2–3	Игры и контент

Этап 1 — охват и портрет. Этап 2 — игровая практика, потребности и отношение к киберспорту. Этап 3 — игровой контент и каналы просмотра.

Метод — онлайн-опрос. Волны 2024 и 2026. Общероссийская выборка и выборка аудитории киберспорта независимы; этапы 2 и 3 проведены на второй выборке.

Методология исследования

Три этапа исследования

	2024	2026
1 этап Проникновение киберспорта	3 000	3 063
2–3 этапы Аудитория киберспорта	890	1 240

Метод — онлайн-опрос. Этап 1: население России, n=3063. Этапы 2–3: отдельная выборка аудитории киберспорта, n=1240.

Соцдемографический портрет: n=1685; следящие за киберспортом: n=999. Для вопросов с фильтрами указаны свои базы.

Главное: охват, участие и семья

- В общероссийском опросе в видеоигры играют 67% участников, игровой контент смотрят 52%, за киберспортом следят 33%; в 2024 году — 63%, 48% и 29% соответственно;
- Вовлечённость выше у молодёжи: в возрасте 14–24 лет играют 89%, следят за киберспортом 52%; в группе от 45 лет — 46% и 18%;
- Турнирный опыт есть у 19% опрошенных; 88% участников выступали только на любительском уровне. Карьера в киберспорте серьёзно интересует 24% участников турниров и 3% людей без такого опыта;
- Матчи еженедельно смотрят 61% следящих за киберспортом. Офлайн-события посещают 59% этой аудитории в миллионниках и 34% в населённых пунктах до 100 тыс. жителей;
- Родители школьников охотнее готовы поддерживать морально (80%), чем оплачивать турниры и поездки (36%). К карьере ребёнка положительно относятся 48% играющих родителей и 19% неиграющих.

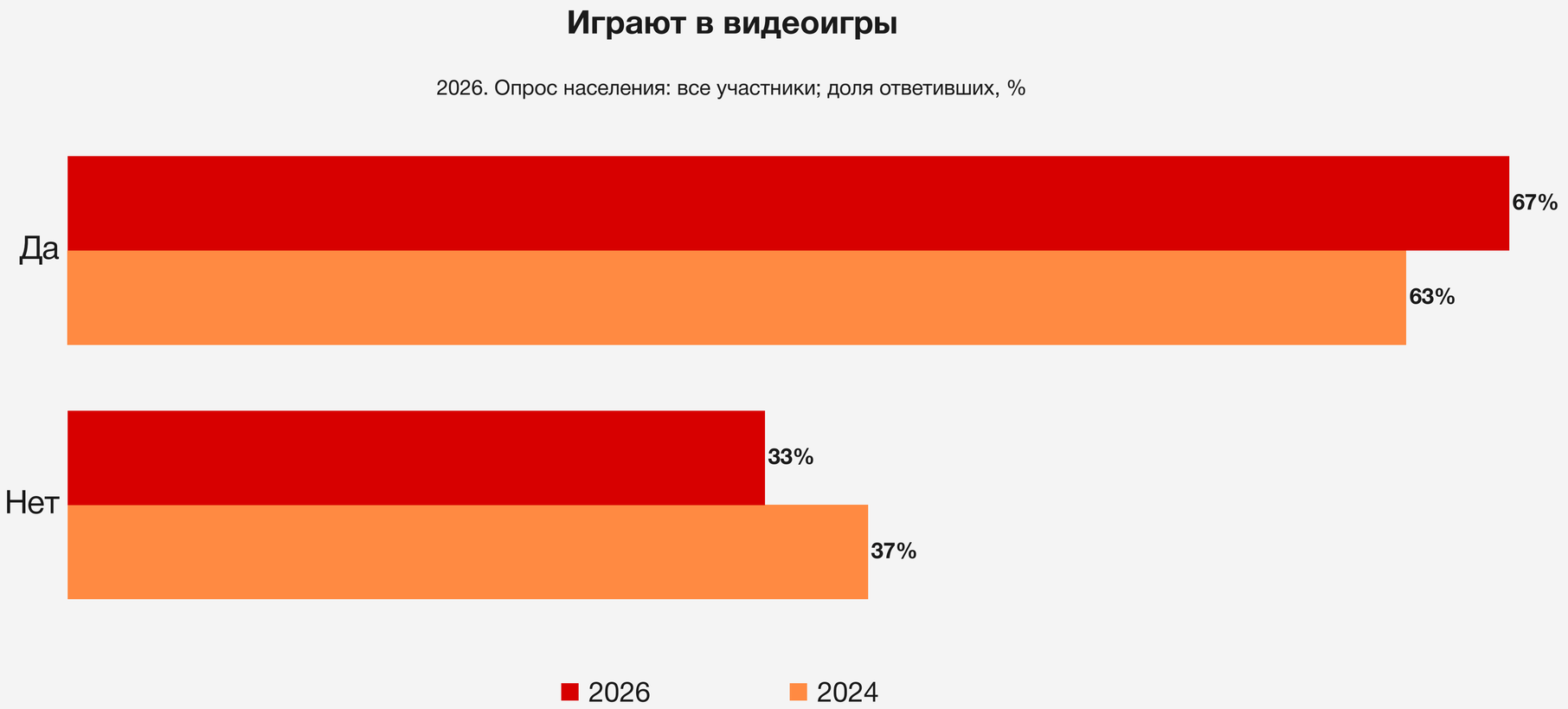
Главное: предпочтения аудитории киберспорта

- В отдельном опросе аудитории киберспорта главные мотивы просмотра — интерес к игре (61%) и отдых (57%); среди ежедневных зрителей матчей 45% хотят освоить новые стратегии;
- У игроков лидируют Dota 2 (42%), CS 2 (36%) и «Мир Танков» (31%). Более 5 тыс. руб. в месяц тратят 40% ежедневных игроков и 12% играющих два-три раза в месяц;
- Игру с просмотром совмещают 76% игроков, а 82% потребителей игрового контента смотрят стримы еженедельно. Трансляции стримеров предпочитают 44% аудитории 14–24 лет и 24% аудитории от 35 лет;
- В структуре ответов о прямых эфирах игр Twitch получает 70%, YouTube и «Экосистема VK» — по 13%, Kick — 3%. Доля VK выше у редких зрителей, чем у ежедневных;
- В запросах к развитию турниры и инфраструктура получают примерно по 19% ответов; в населённых пунктах до 100 тыс. жителей — вместе 47%. Любительские турниры востребованнее у молодых: 29% ответов в 14–24 года против 19% в группе от 35 лет.

ОХВАТ И ПОРТРЕТ ИЗУЧАЕМОЙ АУДИТОРИИ

Опрос населения России.
Социально-демографический портрет игровой и киберспортивной аудитории.

Охват видеоигр в России

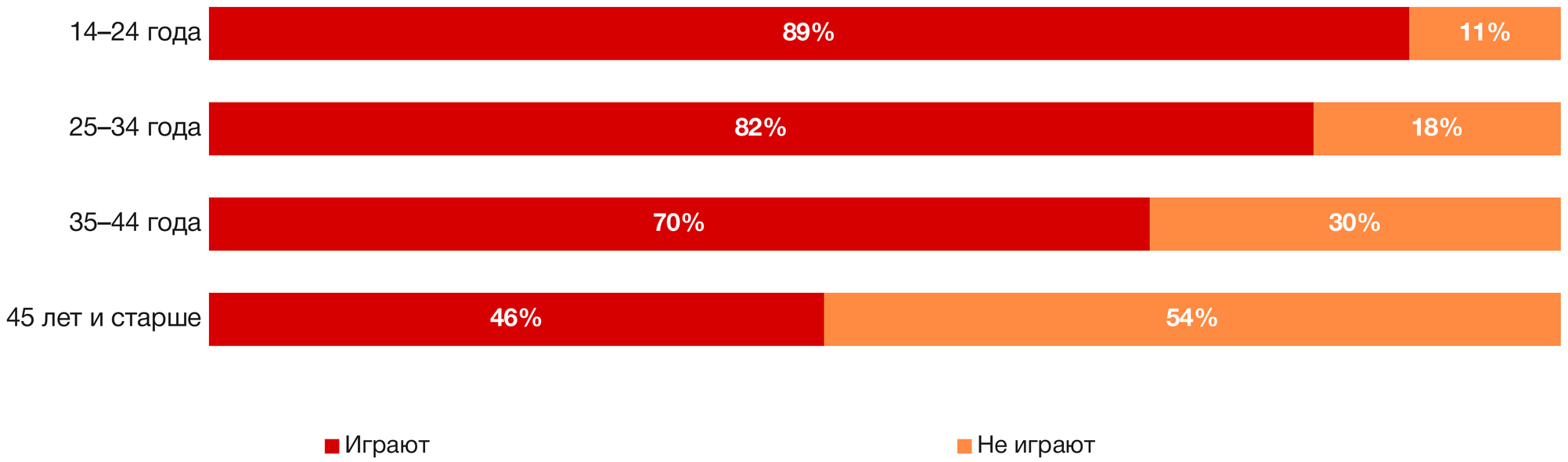


- В видеоигры играют 67% участников общероссийского опроса — примерно двое из трёх;
- Доля игроков выросла по сравнению с 2024 годом, когда она составляла 63%;
- Неиграющая аудитория сократилась с 37% до 33% опрошенных.

Охват видеоигр: возраст

Какая доля людей в каждой возрастной группе играет в видеоигры?

2026. Опрос населения: все участники; доли внутри возрастных групп, %

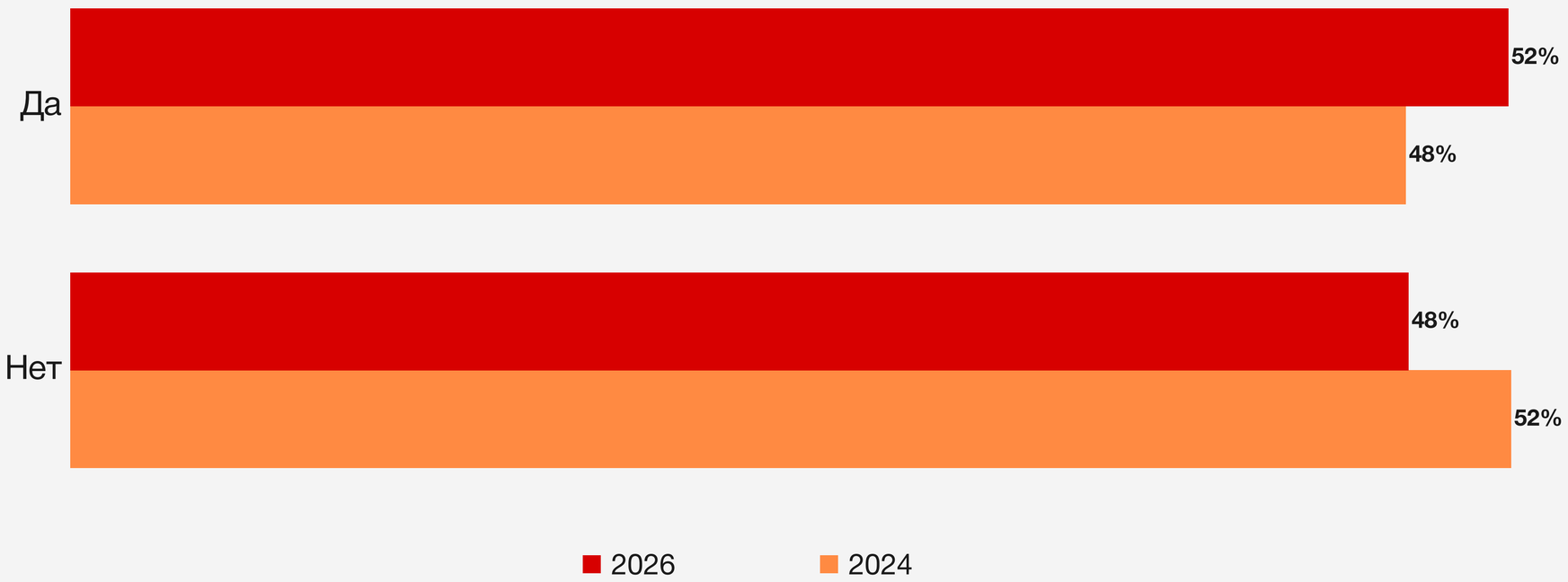


- В возрасте 14–24 лет играют 89% опрошенных — это самый высокий охват среди возрастных групп;
- Среди 25–34-летних доля игроков составляет 82%, среди 35–44-летних — 70%;
- В группе от 45 лет играют 46%: видеоигры распространены и за пределами молодой аудитории.

Охват игрового контента в России

Смотрят игровой контент

2026. Опрос населения: все участники; доля ответивших, %

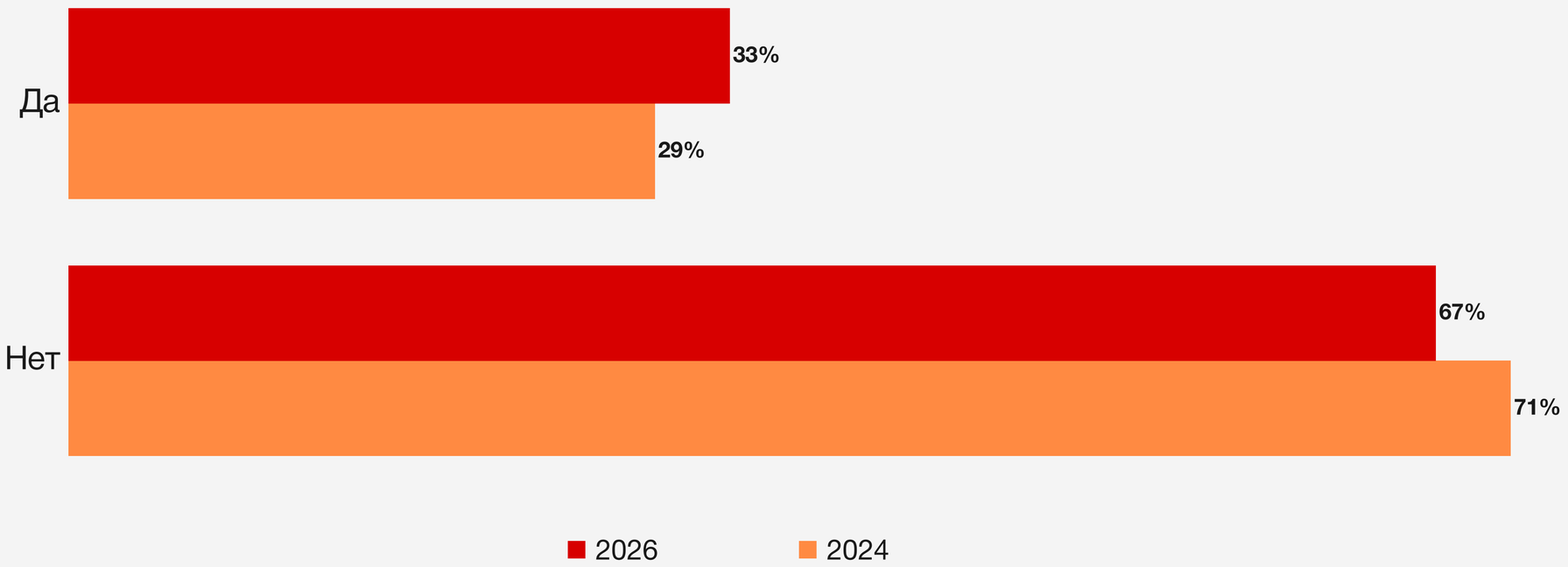


- Игровой контент смотрят 52% участников общероссийского опроса;
- За два года охват вырос с 48% до 52% и превысил половину опрошенных;
- Доля тех, кто не смотрит такой контент, снизилась с 52% до 48%.

Охват киберспорта в России

Следят за киберспортом

2026. Опрос населения: все участники; доля ответивших, %

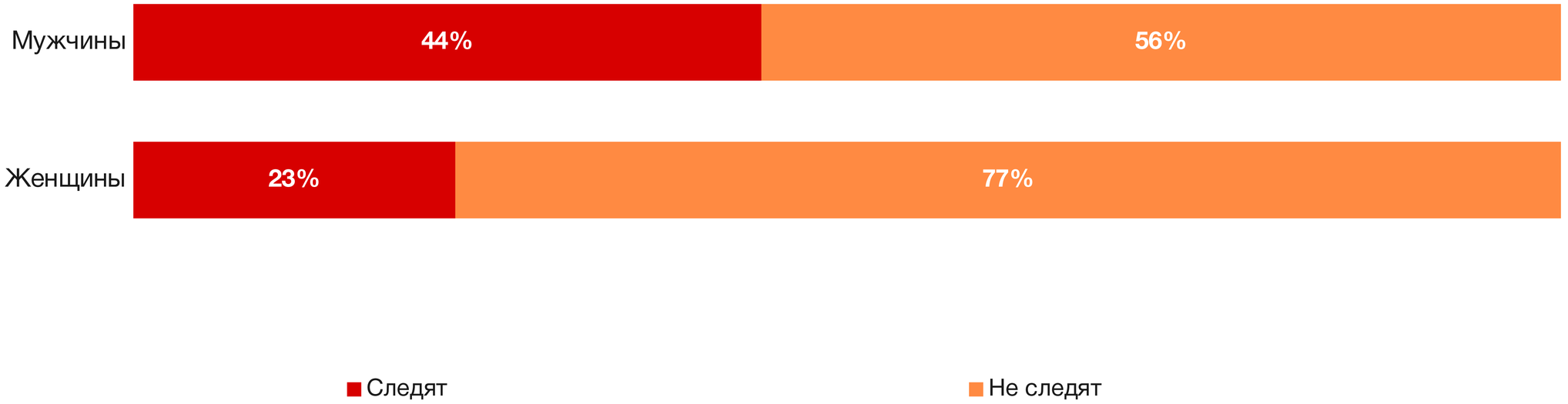


- За киберспортом следит каждый третий участник общероссийского опроса — 33%;
- За два года охват вырос с 29% до 33%, прибавив 4 п. п.;
- Большинство опрошенных пока остаётся вне этой аудитории: 67% не следят за киберспортом.

Аудитория киберспорта: пол

Какая доля мужчин и женщин следит за киберспортом?

2026. Опрос населения: все участники; доли внутри каждой группы, %

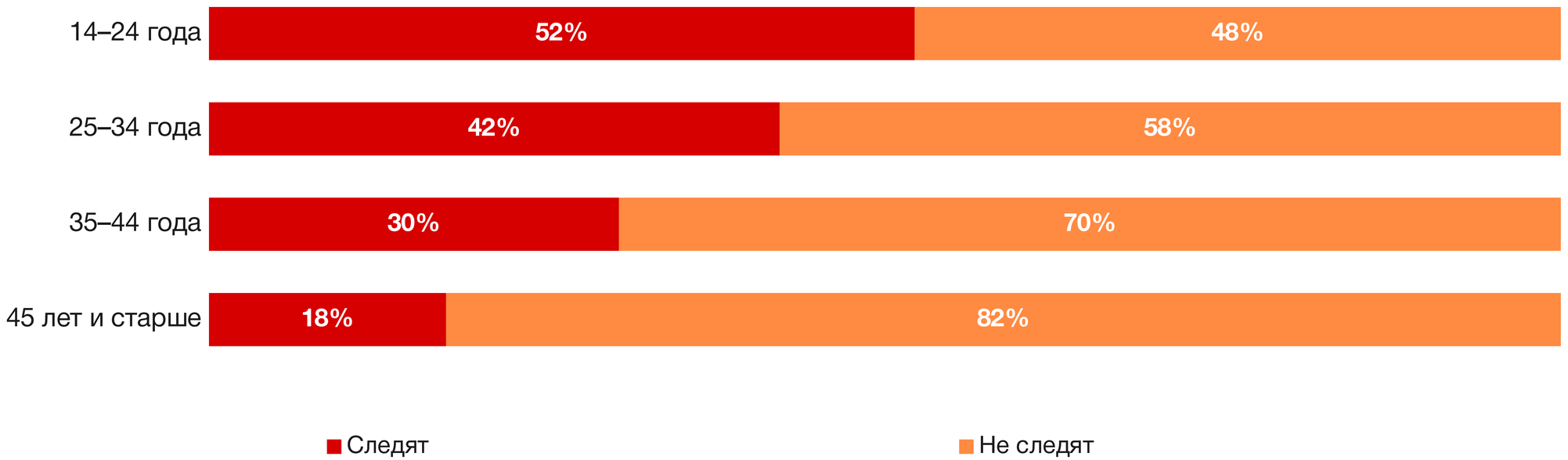


- За киберспортом следят 44% мужчин и 23% женщин;
- Разница в охвате составляет 21 п. п.: интерес к соревнованиям чаще встречается у мужчин;
- Большинство опрошенных обоих полов не следят за киберспортом: 56% мужчин и 77% женщин.

Охват киберспорта: возраст

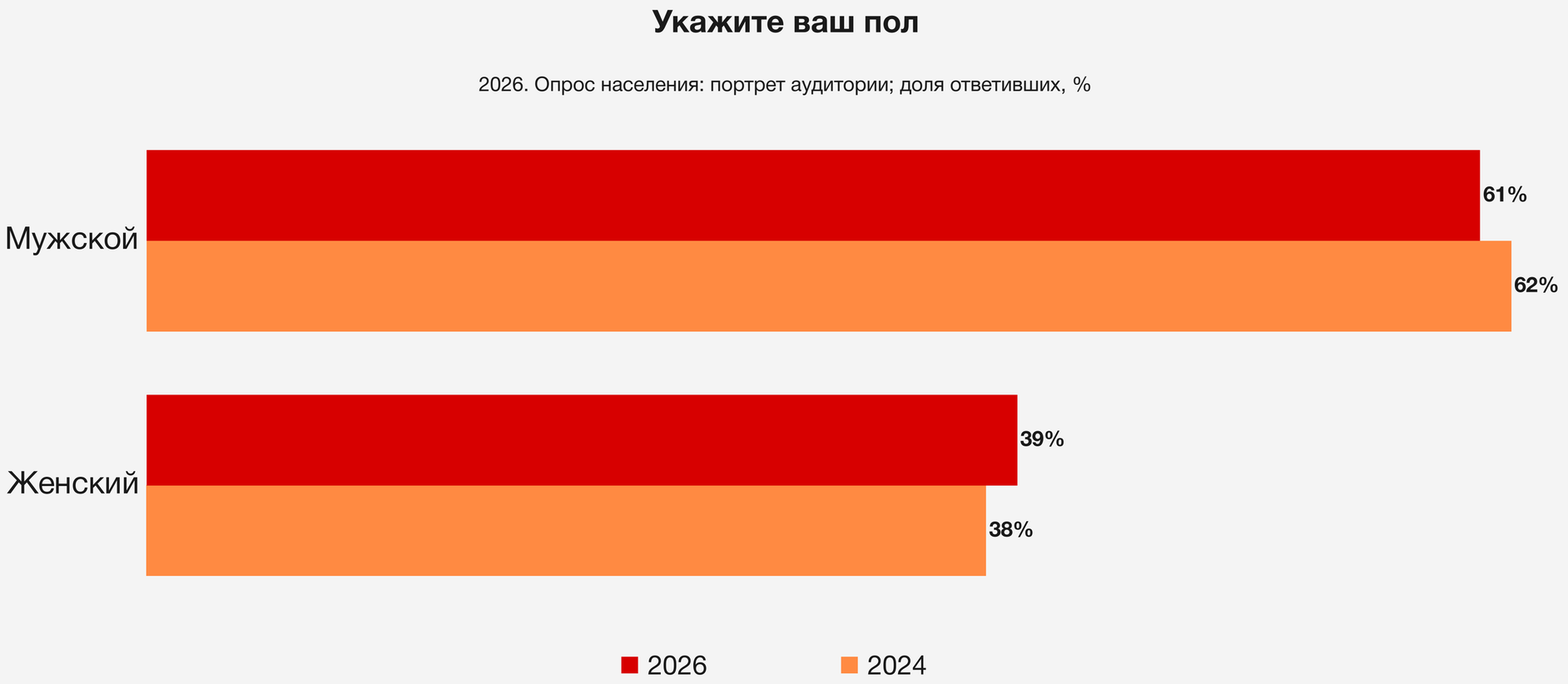
Какая доля людей в каждой возрастной группе следит за киберспортом?

2026. Опрос населения: все участники; доли внутри возрастных групп, %



- В группе 14–24 лет за киберспортом следят 52% опрошенных, в 25–34 года — 42%;
- Среди 35–44-летних охват составляет 30%, а в возрасте от 45 лет — 18%;
- Во всех возрастных группах видеоигры распространены шире, чем интерес к киберспорту.

Пол изучаемой аудитории



- Мужчины составляют большинство аудитории киберспорта, на них приходится 61%;
- Доля женщин немного выросла и составляет около 40% аудитории против 38% в 2024 году.

Возраст изучаемой аудитории



- Крупнейшая возрастная группа — 25–34 года: 37% аудитории против 40% в 2024 году;
- Доля 35–44-летних выросла с 15% до 21% и превысила долю 19–24-летних (20%);
- На 19–34-летних приходится 57% аудитории против 64% в 2024 году.

Семейное положение изучаемой аудитории

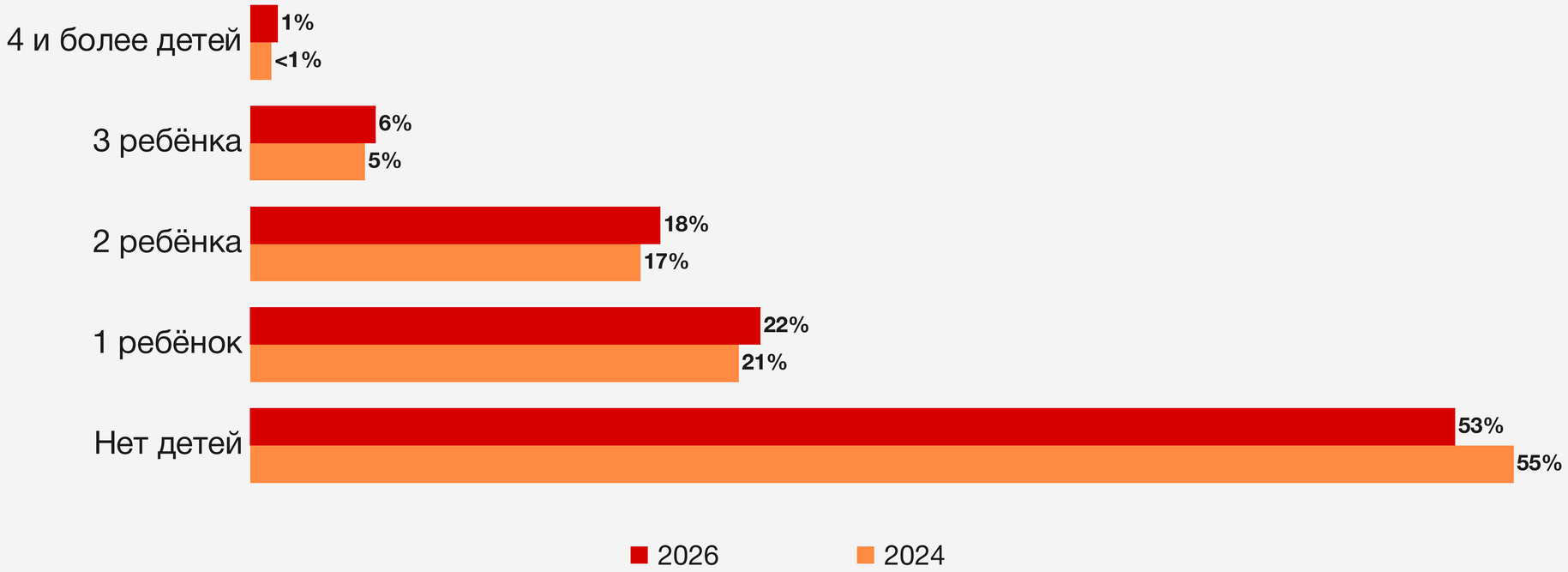


- Состоящие в браке стали крупнейшей группой: 40% в 2026 году против 39% в 2024 году;
- Холостые и не состоящие в браке уступили лидерство, их доля снизилась с 41% до 39%;
- В отношениях состоят 15% аудитории против 14% в 2024 году, это третья по величине группа.

Дети в семьях изучаемой аудитории

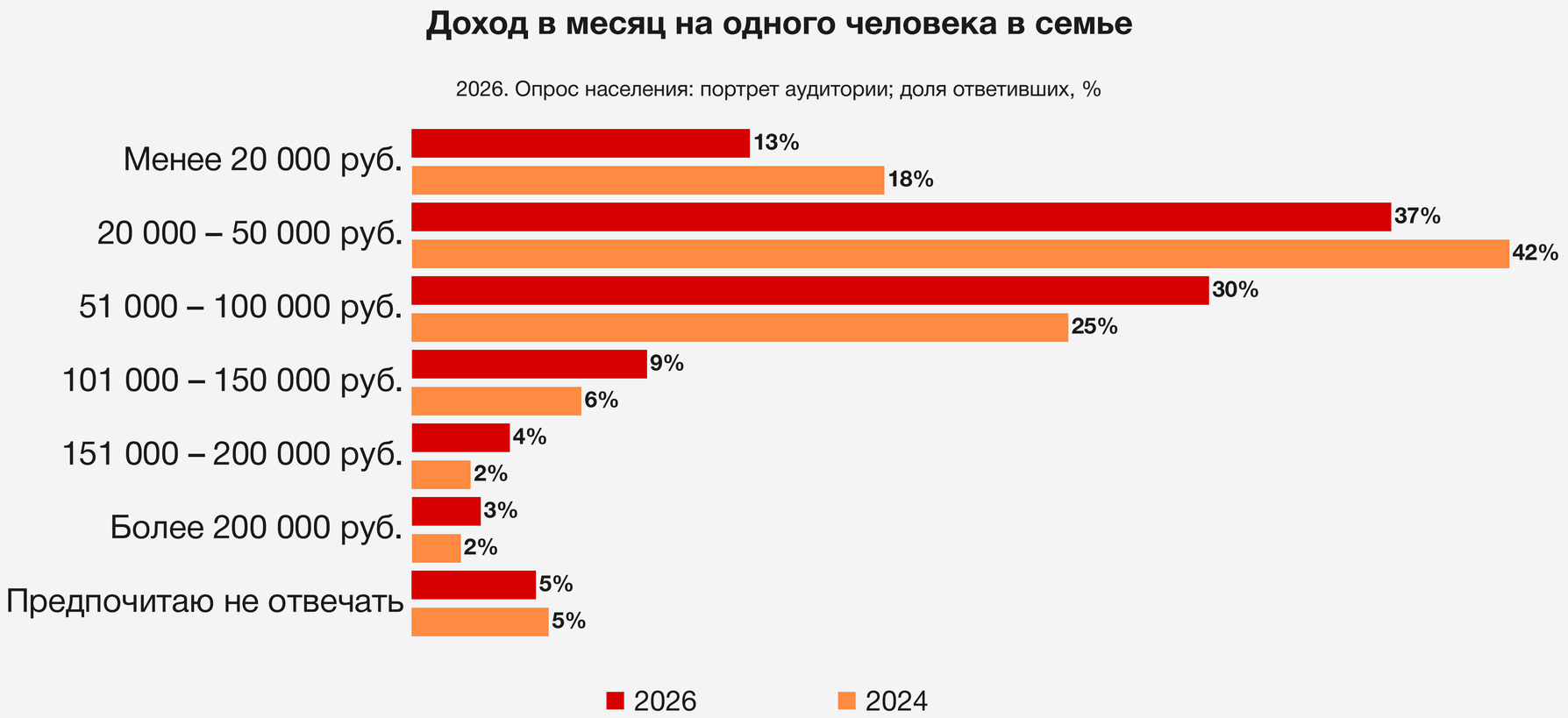
Есть ли у вас дети? Если да, укажите их количество

2026. Опрос населения: портрет аудитории; доля ответивших, %



- Респонденты без детей остаются крупнейшей группой: 53% аудитории против 55% в 2024 году;
- Один ребёнок есть у 22% аудитории, двое — у 18%, это наиболее распространённые варианты среди родителей;
- Троих и более детей имеют 7% опрошенных по сравнению с 6% в предыдущей волне.

Доход изучаемой аудитории



- Наиболее распространённая доходная группа — 20–50 тыс. руб. на человека: 37% против 42% в 2024 году;
- Доля получающих 51–100 тыс. руб. выросла с 25% до 30%;
- Доля аудитории с доходом свыше 100 тыс. руб. на человека в семье выросла с 10% в 2024 году до 15% в 2026 году.

Образование изучаемой аудитории

Укажите ваше максимальное законченное образование:

2026. Опрос населения: портрет аудитории; доля ответивших, %



- Высшее образование остаётся самым распространённым, его указали 40% аудитории против 37% в 2024 году;
- Среднее профессиональное образование занимает второе место с показателем 28% по сравнению с 29% в предыдущей волне;
- Основное или среднее общее образование имеют 21% опрошенных против 23% в 2024 году.

География изучаемой аудитории

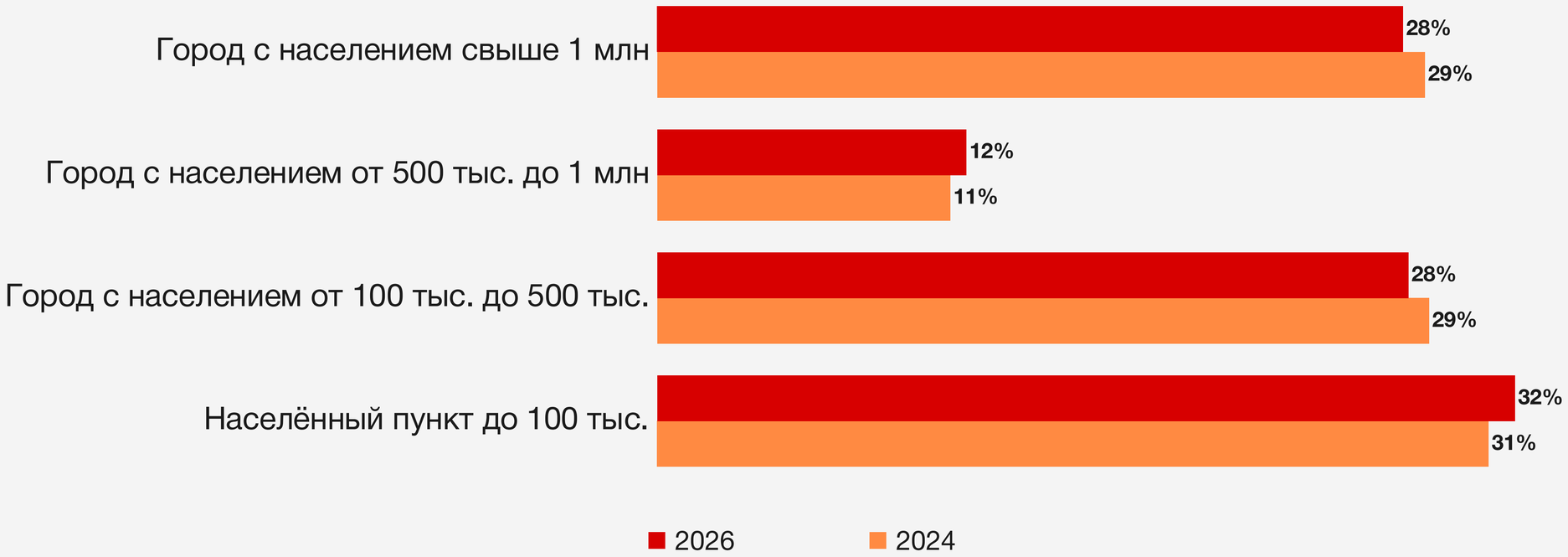


- Центральный и Приволжский федеральные округа вместе объединяют 47% аудитории киберспорта;
- Южный федеральный округ занимает третье место с показателем 14%, опережая Сибирский и Северо-Западный округа;
- Географическая структура стабильна: порядок округов по доле аудитории не изменился с 2024 года.

Размер города: портрет изучаемой аудитории

Укажите ваше место проживания:

2026. Опрос населения: портрет аудитории; доля ответивших, %



- Населённые пункты до 100 тыс. жителей объединяют крупнейшую группу: 32% аудитории против 31% в 2024 году;
- В городах от 100 тыс. до 500 тыс. жителей и в миллионниках проживает по 28% опрошенных;
- Города от 500 тыс. до 1 млн жителей представлены меньше всего: 12% аудитории по сравнению с 11% в предыдущей волне.

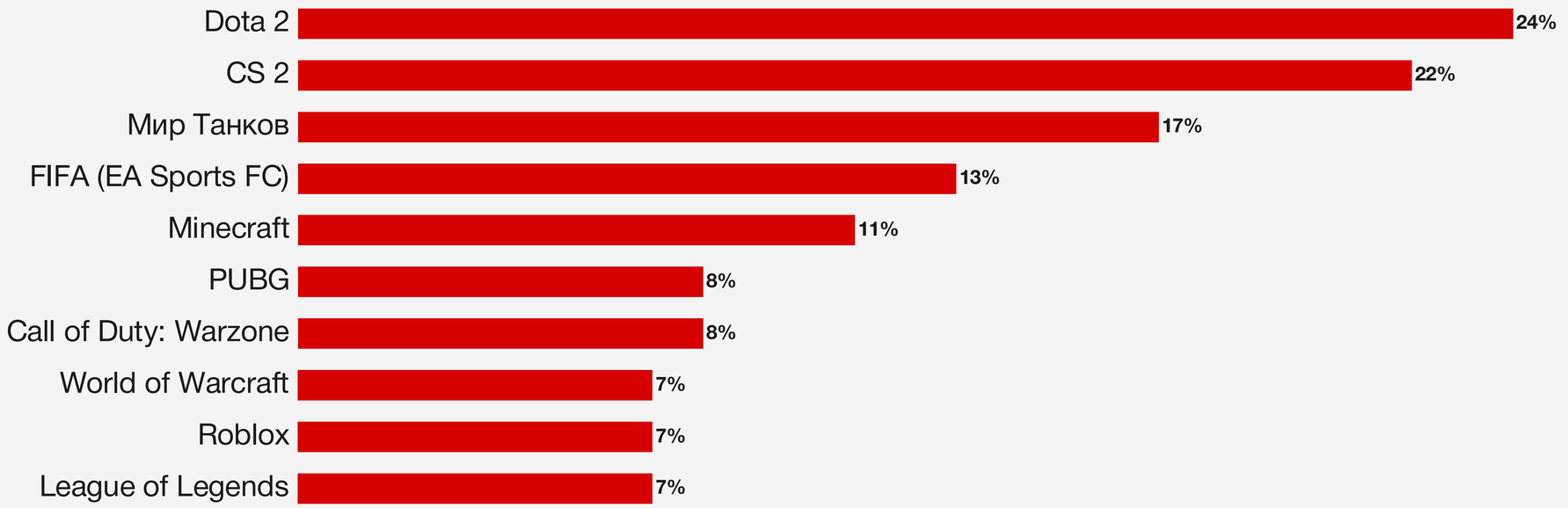
ИНТЕРЕС К ИГРАМ, ИГРОВЫЕ ПРИВЫЧКИ И РАСХОДЫ

Сначала результаты опроса населения России.
Затем предпочтения и расходы участников отдельного опроса аудитории киберспорта.

Интерес к дисциплинам в опросе населения: топ-10

Какие из перечисленных киберспортивных дисциплин вам интересны? Под интересом понимается, что вы играете в эту игру, следите за соревнованиями или участвуете в турнирах.

2026. Опрос населения: все участники; доля ответивших, %

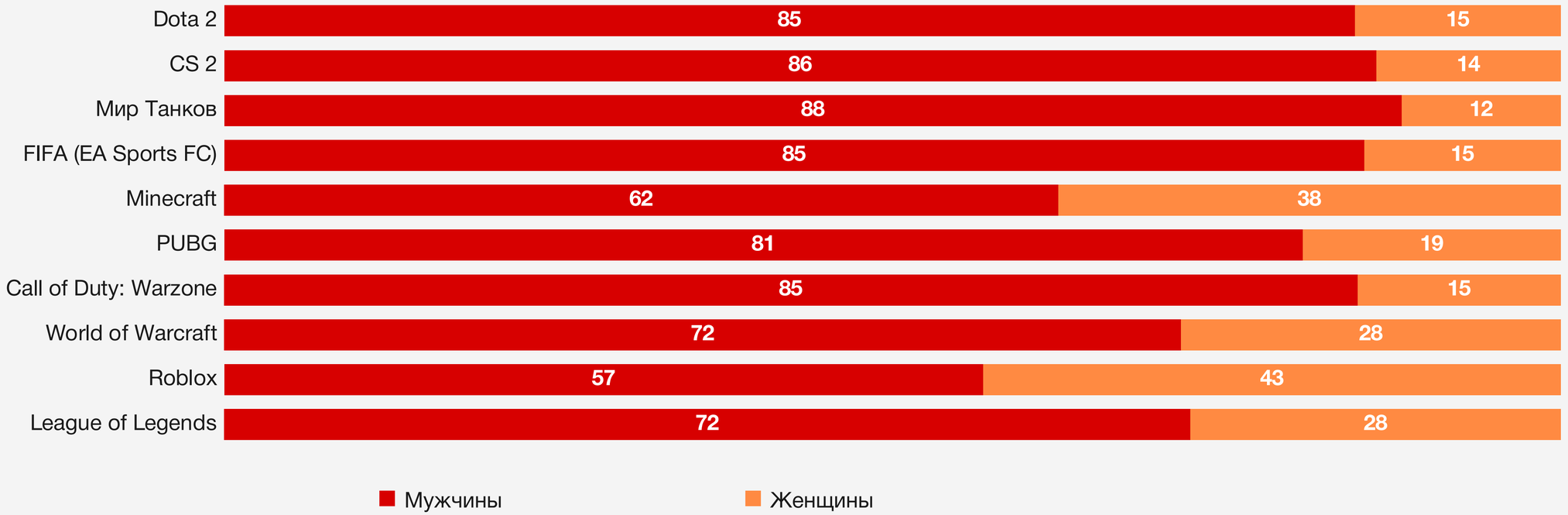


- Dota 2 и CS 2 возглавляют рейтинг интереса: их отметили 24% и 22% опрошенных соответственно;
- «Мир Танков» занимает третье место с 17%, опережая FIFA (EA Sports FC) с 13%;
- Minecraft замыкает первую пятёрку с 11%, у остальных игр в топ-10 показатели не превышают 8%.

Пол аудитории популярных игр

Как распределяется аудитория каждой игры по полу?

2026. Опрос населения; состав аудитории каждой игры, %

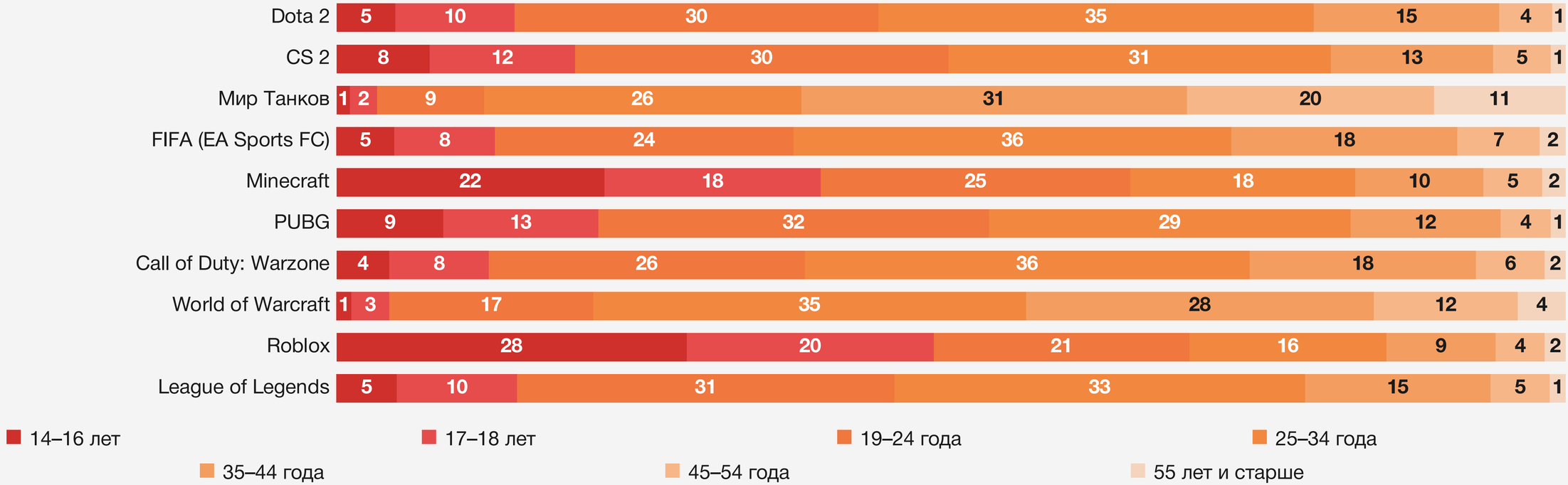


- Мужчины преобладают в аудитории всех десяти игр, особенно «Мира Танков» (88%);
- Самая высокая доля женщин — в аудитории Roblox и Minecraft: 43% и 38% соответственно;
- У World of Warcraft и League of Legends женщины составляют по 28% аудитории.

Возраст аудитории популярных игр

Как распределяется аудитория каждой игры по возрасту?

2026. Опрос населения; состав аудитории каждой игры, %

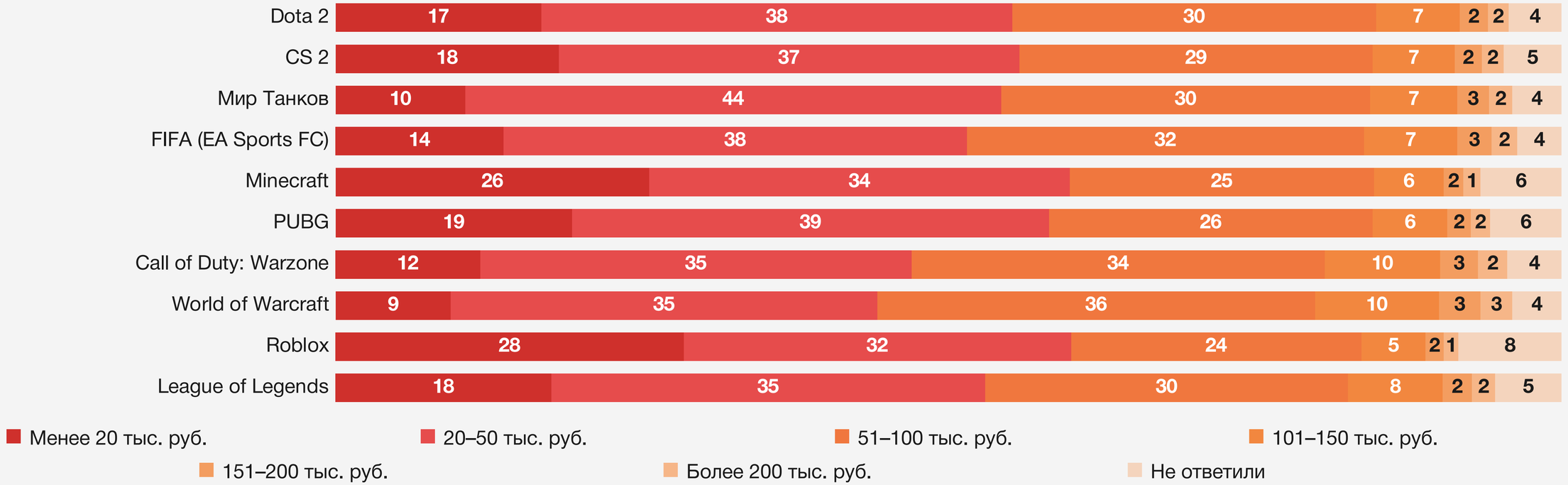


- У Roblox и Minecraft самая молодая аудитория: доля респондентов 14–24 лет — 69% и 65%;
- Люди 19–34 лет составляют около двух третей аудитории Dota 2 и CS 2;
- У «Мира Танков» 62% аудитории старше 34 лет, у World of Warcraft — 44%.

Доход аудитории популярных игр

Как распределяется аудитория каждой игры по уровню дохода?

2026. Опрос населения; состав аудитории каждой игры по доходу на человека в семье, %

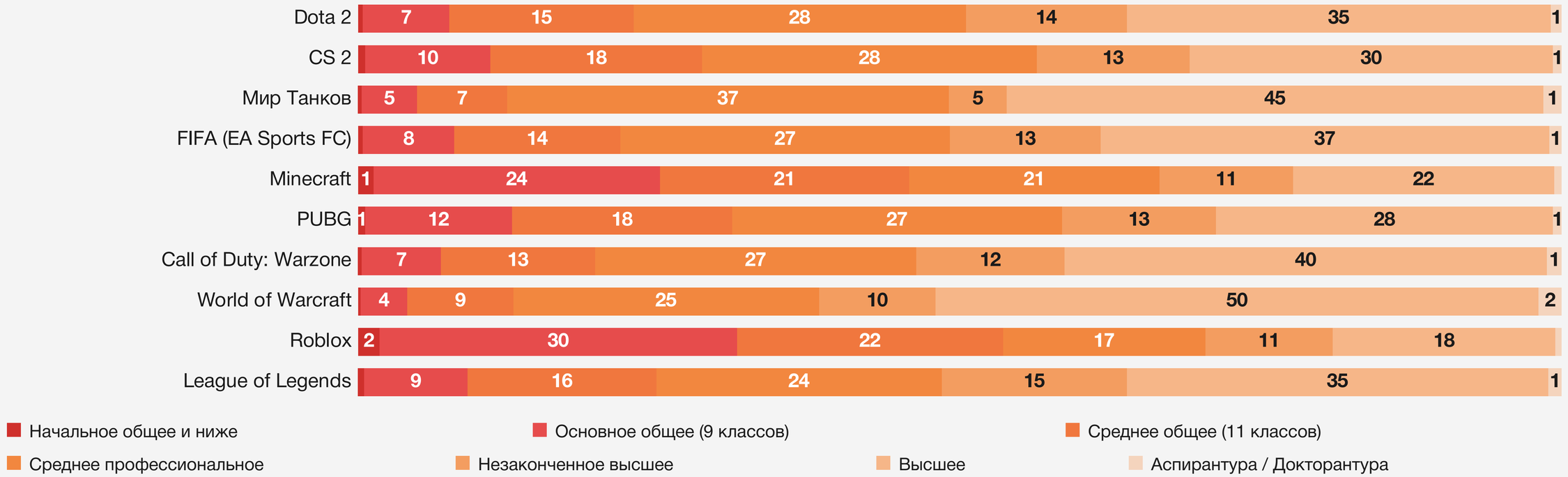


- Доход 20–100 тыс. руб. имеют от 56% аудитории Roblox до 74% аудитории «Мира Танков»;
- У World of Warcraft и Warzone доход от 51 тыс. руб. имеют 52% и 49% аудитории соответственно;
- Доход менее 20 тыс. руб. чаще встречается у аудитории Roblox (28%) и Minecraft (26%).

Образование аудитории популярных игр

Как распределяется аудитория каждой игры по образованию?

2026. Опрос населения; состав аудитории каждой игры, %



- Высшее образование имеют 50% аудитории World of Warcraft и 45% аудитории «Мира Танков»;
- Общее образование до 11 классов включительно — у 54% аудитории Roblox и 46% аудитории Minecraft;
- Незаконченное высшее чаще встречается у аудитории League of Legends (15%).

Частота игры на компьютере



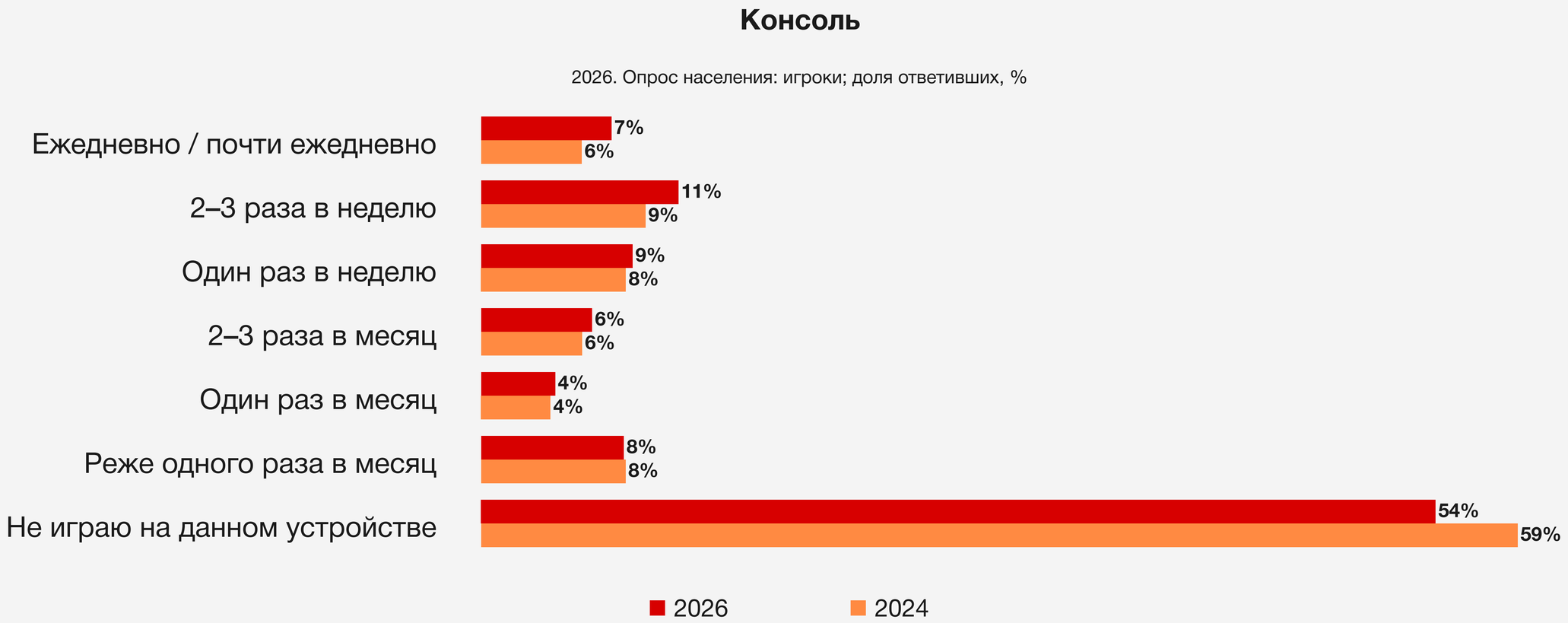
- На компьютере хотя бы раз в неделю играют 73% игроков против 70% в 2024 году;
- Ежедневная игра характерна для 34% аудитории, ещё 28% играют два-три раза в неделю;
- Не используют компьютер для игр 8% игроков против 9% в предыдущей волне.

Частота игры на мобильных устройствах



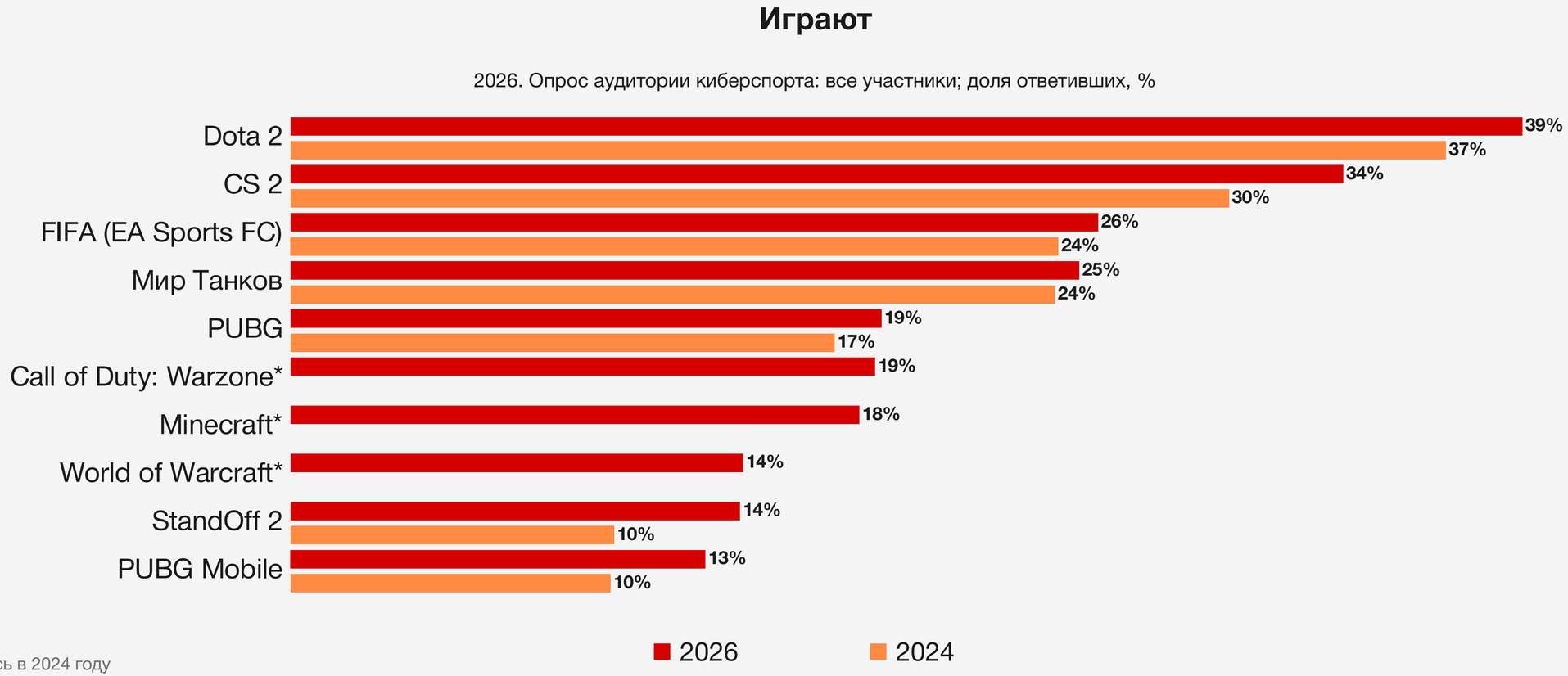
- Ежедневно на мобильных устройствах играют 45% игроков против 43% в 2024 году;
- Ещё четверть аудитории играет два-три раза в неделю; суммарно еженедельный охват достигает 77%;
- Мобильные устройства не используют для игр 11% опрошенных игроков.

Частота игры на консоли



- Консоль для игр используют 46% игроков против 41% в 2024 году;
- Еженедельно на ней играют 27% аудитории против 23%; ежедневная игра характерна для 7%;
- Большинство игроков — 54% — не пользуются консолью.

Игра в киберспортивные дисциплины: опрос аудитории



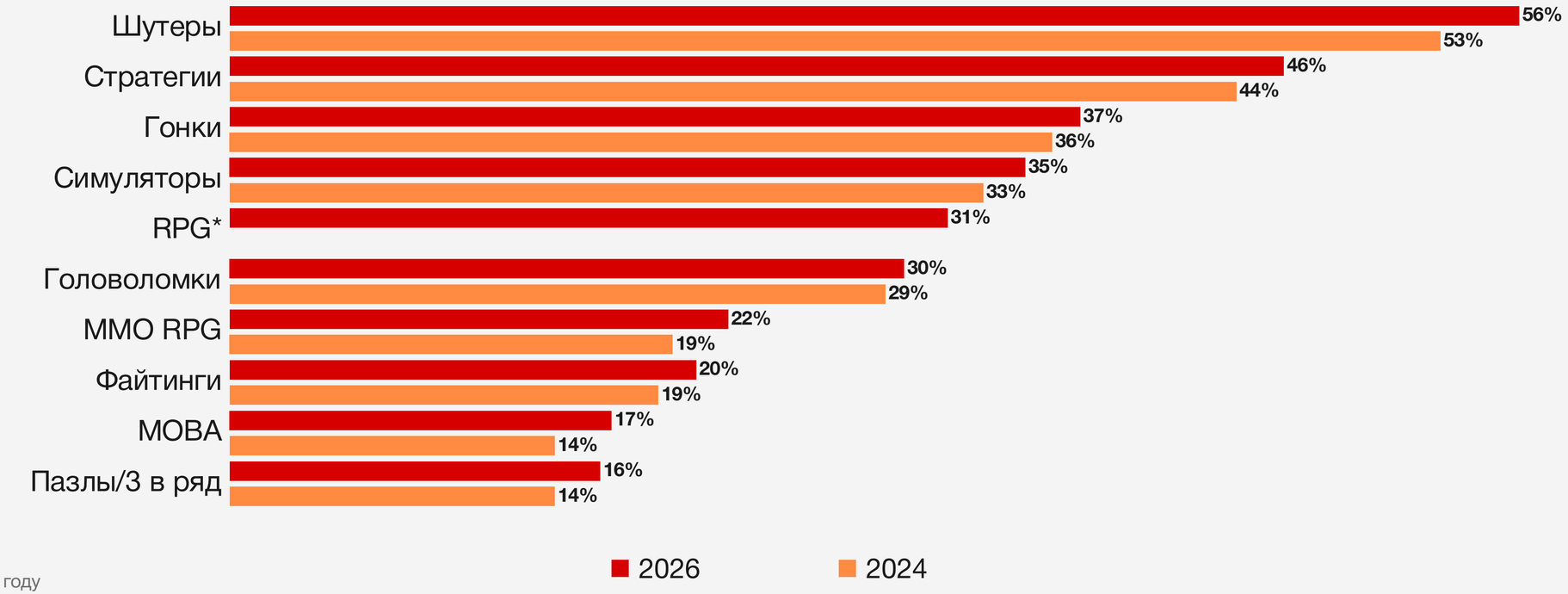
* не собирались в 2024 году

- Dota 2 занимает первое место: в неё играют 39% опрошенных из аудитории киберспорта против 37% в 2024 году;
- CS 2 выбирают 34% против 30%; далее следуют FIFA (EA Sports FC) с 26% и «Мир Танков» с 25%;
- Доля игроков StandOff 2 выросла с 10% до 14%, PUBG Mobile — с 10% до 13%.

Предпочитаемые жанры игр: топ-10

Каким жанрам игр вы уделяете больше всего времени?

2026. Опрос аудитории киберспорта: играющие не реже 2–3 раз в месяц; доля ответивших, %



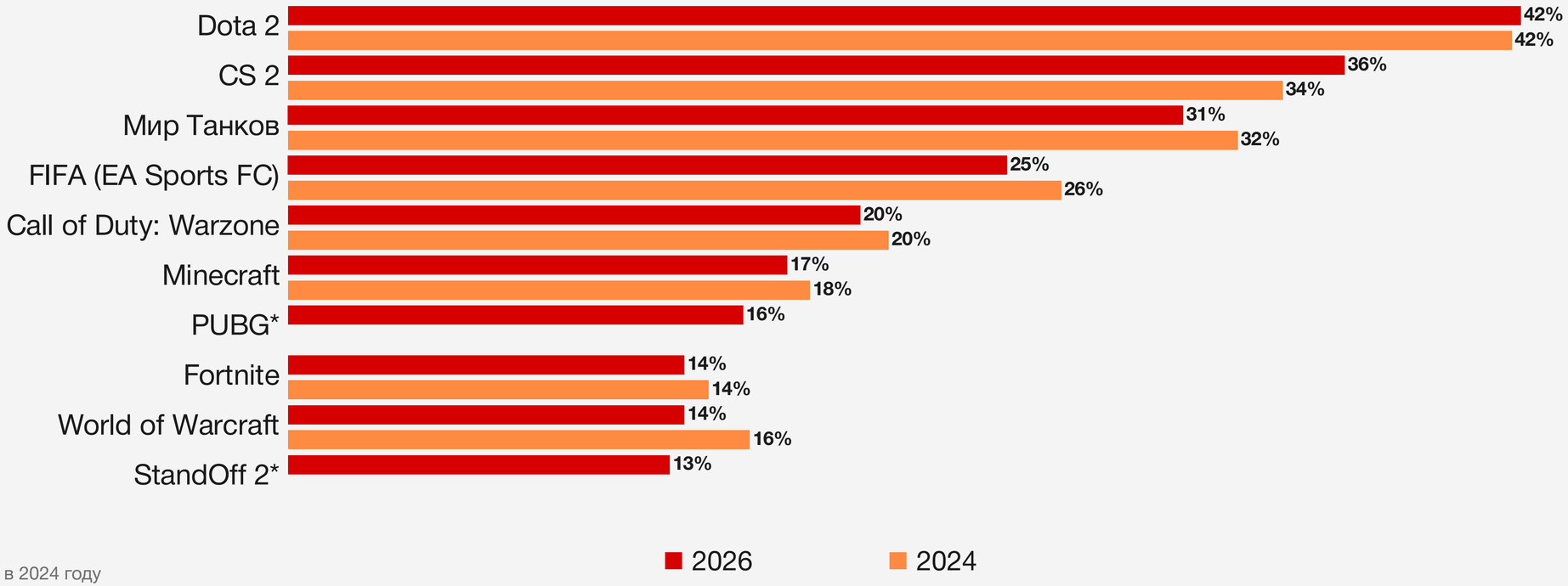
* не собирались в 2024 году

- Шутерам уделяют больше всего времени 56% игроков из аудитории киберспорта против 53% в 2024 году;
- Стратегии занимают второе место с 46%, гонки — третье с 37%; тройка лидеров сохранилась;
- Симуляторы выбирают 35% игроков, RPG — 31%, головоломки — 30%.

Популярные игры за последний месяц: топ-10

В какие видеоигры вы чаще всего играли за последний месяц?

2026. Опрос аудитории киберспорта: играющие не реже 2–3 раз в месяц; доля ответивших, %



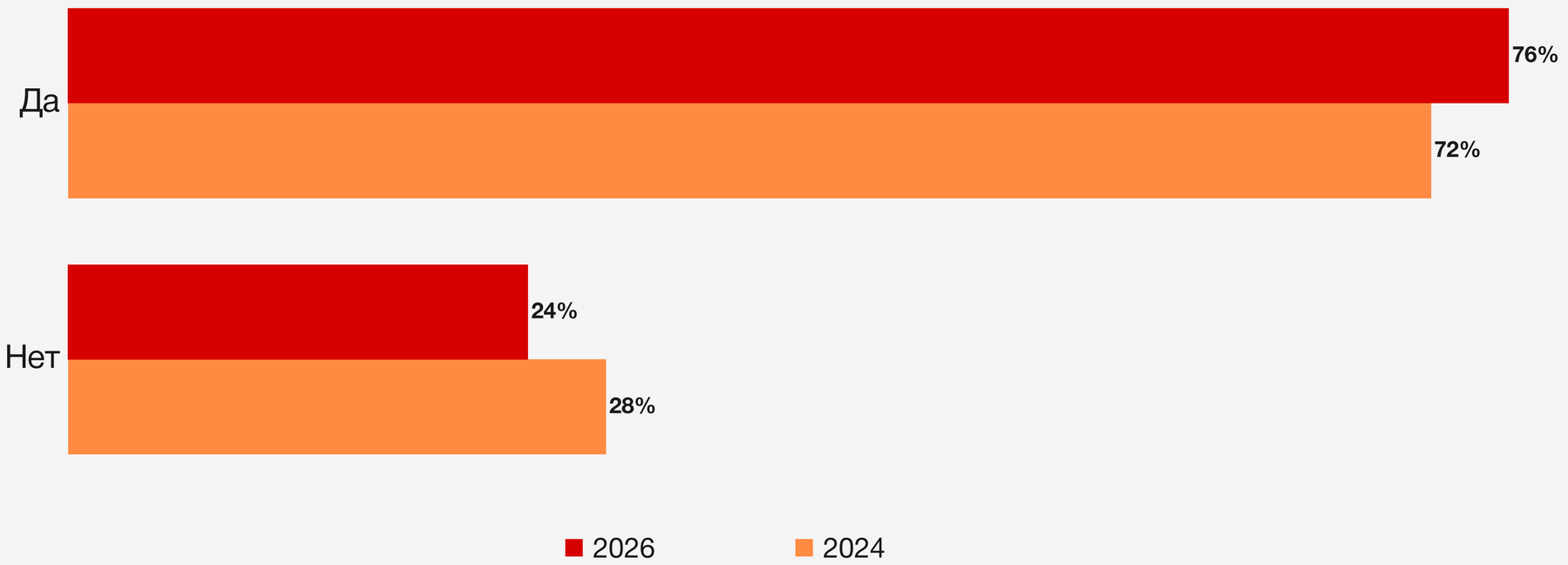
* не собирались в 2024 году

- Dota 2 остаётся самой популярной игрой: её называют 42% игроков из аудитории киберспорта, как и в 2024 году;
- CS 2 укрепила вторую позицию: доля игроков выросла с 34% до 36%;
- «Мир Танков» занимает третье место с 31% против 32%; FIFA (EA Sports FC) — четвёртое с 25% против 26%.

Просмотр контента во время игры

Смотрите ли вы контент в процессе игры?

2026. Опрос аудитории киберспорта: играющие не реже 2–3 раз в месяц; доля ответивших, %

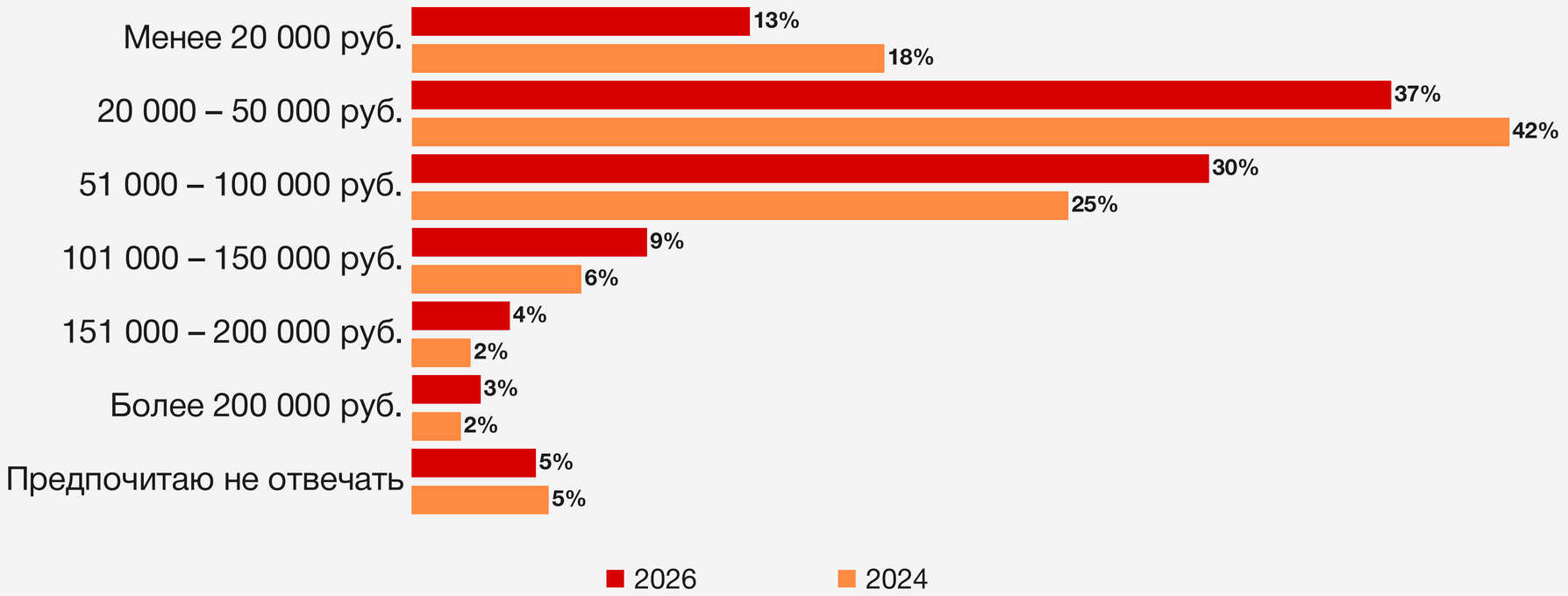


- Контент во время игры смотрят 76% игроков; за два года показатель вырос на 4 п. п.;
- Не совмещают игру с просмотром 24% игроков против 28% в 2024 году;
- Измеряется одновременный просмотр и игра, а не потребление игрового контента в целом.

Доход участников опроса аудитории киберспорта

Доход в месяц на одного человека в семье

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; доля ответивших, %

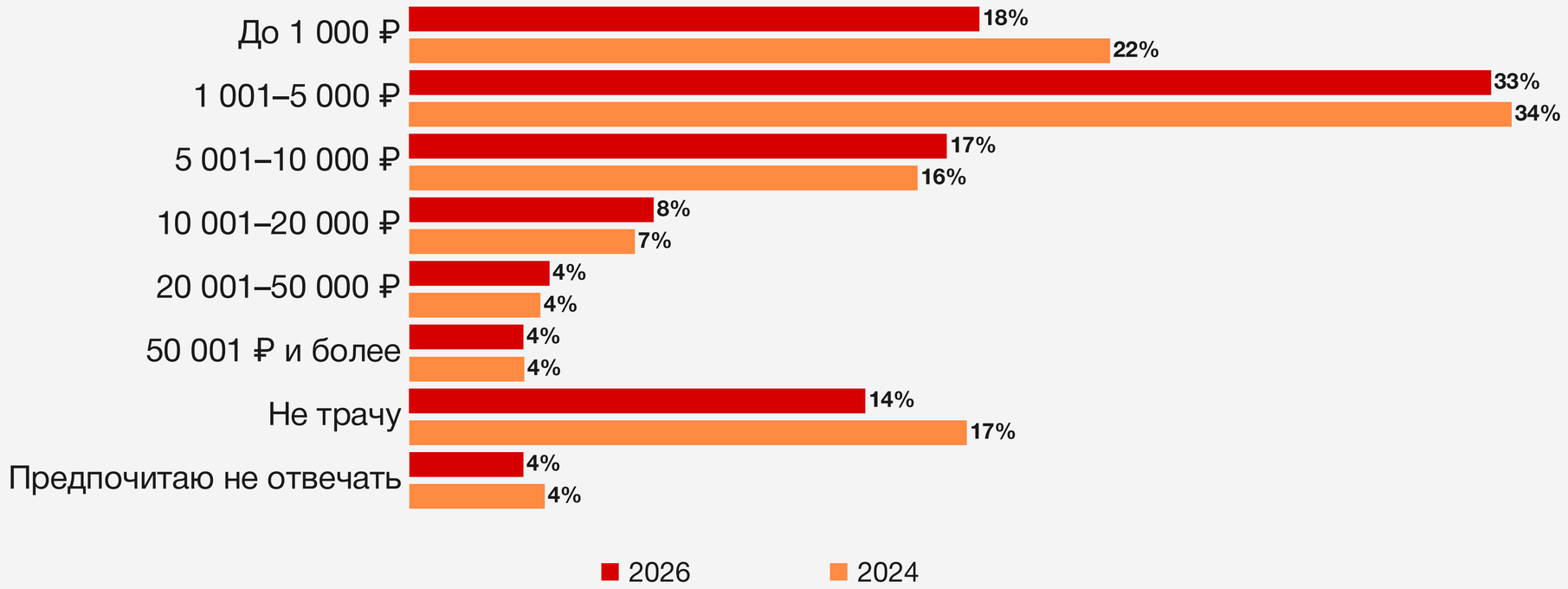


- Доход 20–50 тыс. рублей в месяц на человека в семье остаётся самым частым диапазоном — 37% аудитории;
- Доля опрошенных с доходом 51–100 тыс. рублей выросла с 25% до 30%; более 100 тыс. рублей имеют 15%;
- Доход менее 20 тыс. рублей указали 13% против 18% в 2024 году; 5% предпочли не отвечать.

Ежемесячные расходы на игры

Сколько вы тратите на увлечение играми в месяц?

2026. Опрос аудитории киберспорта: играющие не реже 2–3 раз в месяц; доля ответивших, %

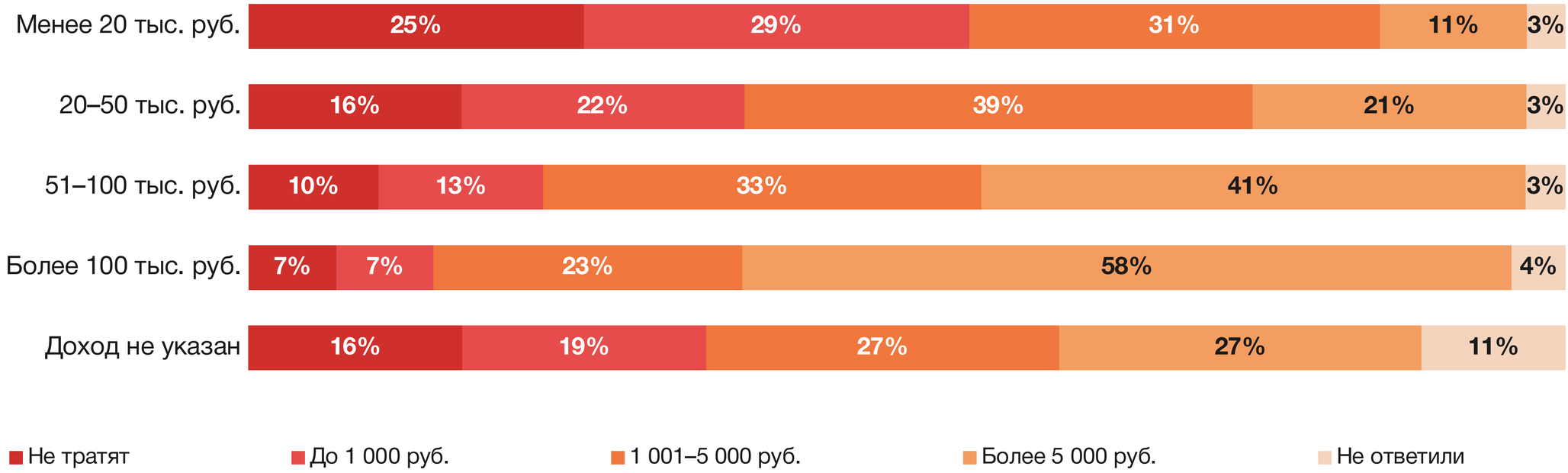


- Самый распространённый игровой бюджет — 1 001–5 000 рублей в месяц: его называют 33% игроков;
- До 1 000 рублей тратят 18% игроков, совсем обходятся без расходов 14%;
- Более 5 000 рублей в месяц расходуют 32%; крупнейшая группа среди них — бюджет 5 001–10 000 рублей (17%).

Расходы на игры и доход

Как распределяются расходы на игры при разном доходе на человека в семье?

2026. Опрос аудитории киберспорта: играющие не реже 2–3 раз в месяц; доли внутри групп, %

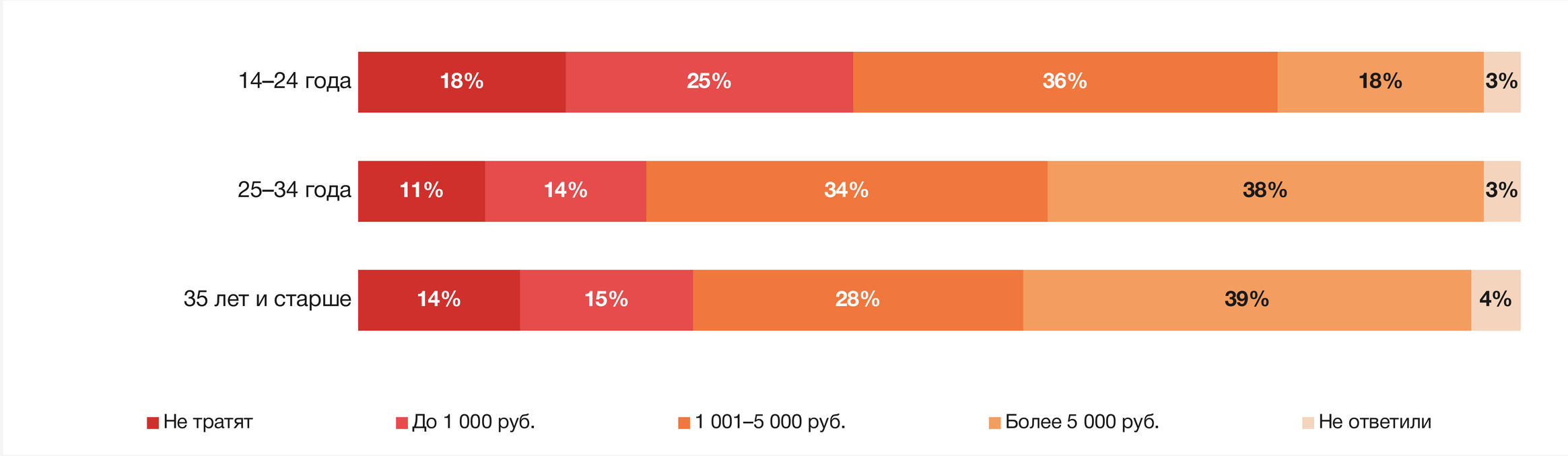


- На игры более 5 тыс. руб. тратят 58% группы с доходом свыше 100 тыс. руб. и 11% — с доходом до 20 тыс.;
- При доходе 20–50 тыс. руб. самый частый игровой бюджет — 1–5 тыс. руб. в месяц (39%);
- Не тратят на игры 25% нижней доходной группы против 7% верхней.

Расходы на игры по возрасту

Сколько тратят на игры участники разных возрастных групп?

2026. Опрос аудитории киберспорта: играющие не реже 2–3 раз в месяц; доли внутри групп, %

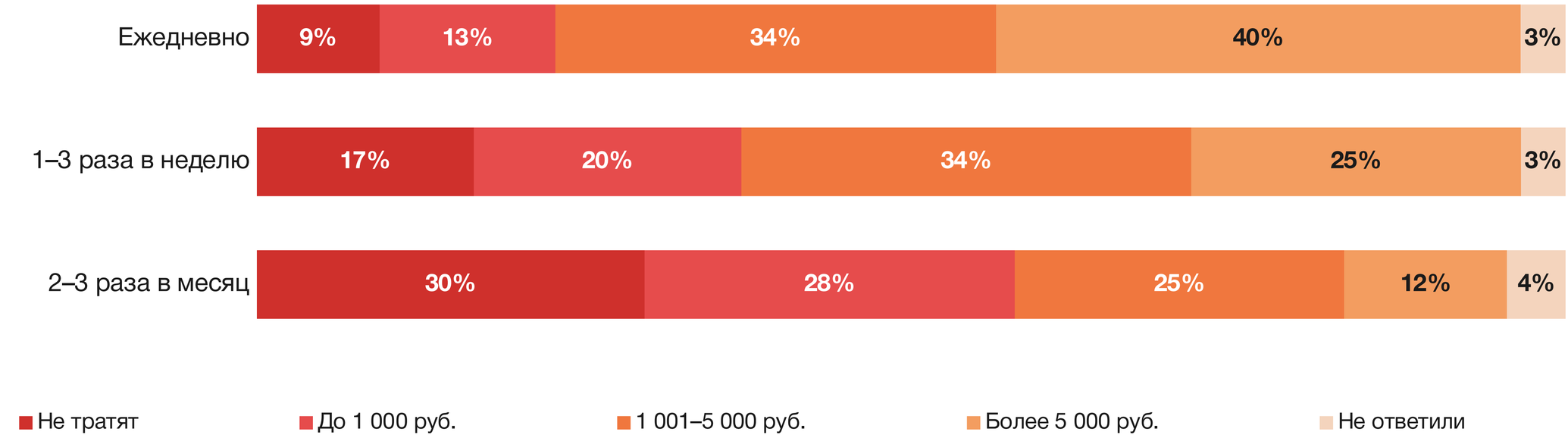


- До 25 лет 43% игроков обходятся без расходов или укладываются в 1 тыс. руб. в месяц;
- Свыше 5 тыс. руб. расходуют 38% игроков 25–34 лет и 39% игроков от 35 лет;
- Бюджет 1–5 тыс. руб. имеют от 28% до 36% игроков в каждой возрастной группе.

Расходы и частота игры

Как расходы на игры различаются при разной частоте игры?

2026. Опрос аудитории киберспорта: играющие не реже 2–3 раз в месяц; доли внутри групп, %

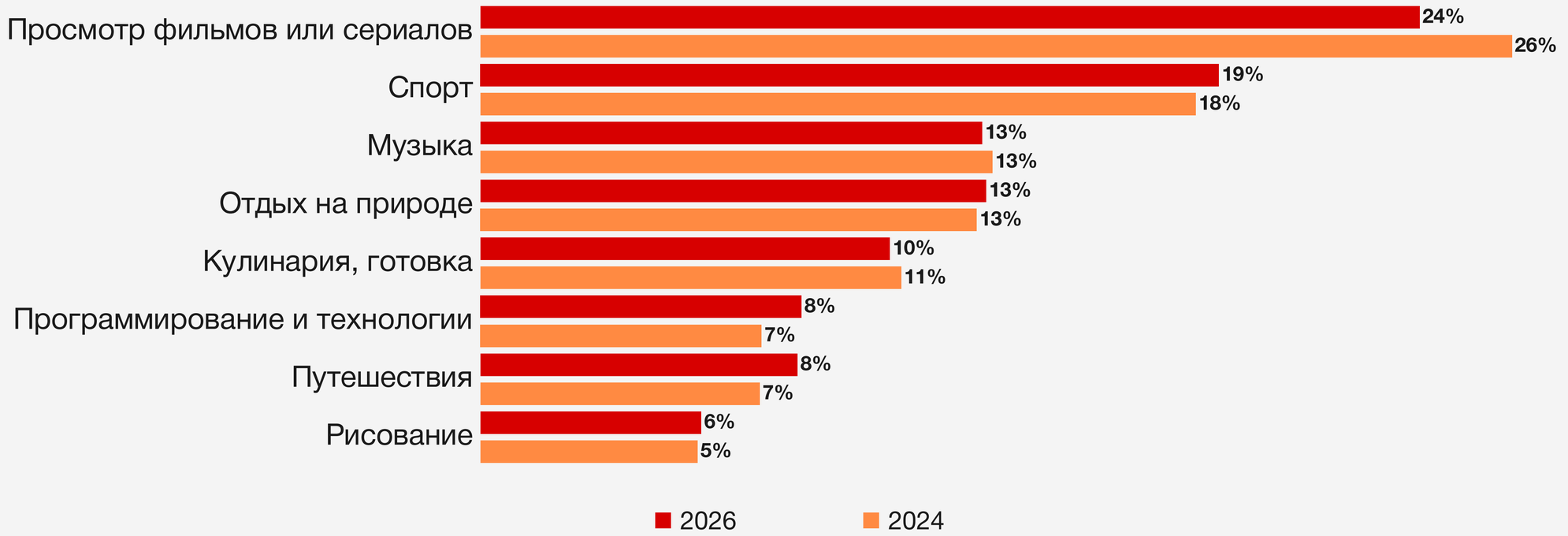


- Свыше 5 тыс. руб. тратят 40% ежедневных игроков против 12% играющих 2–3 раза в месяц;
- При игре несколько раз в месяц 58% обходятся без расходов или укладываются в 1 тыс. руб.;
- Бюджет 1–5 тыс. руб. одинаково распространён при ежедневной и еженедельной игре — по 34%.

Другие увлечения аудитории

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

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; структура ответов, %



- Среди других увлечений чаще называют фильмы и сериалы: 24% ответов против 26% в 2024 году;
- Спорт занимает второе место с 19% ответов против 18% в 2024 году;
- За спортом следуют музыка и отдых на природе с близкими показателями, примерно по 13% ответов.

ТУРНИРЫ
И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА

Опрос населения России.
Уровень соревнований рассматривается отдельно среди участников турниров.

Опыт участия в турнирах

Приходилось ли вам когда-либо участвовать в турнирах или соревнованиях по видеоиграм или киберспорту — независимо от уровня, формата и места проведения?

2026. Опрос населения: все участники; доля ответивших, %

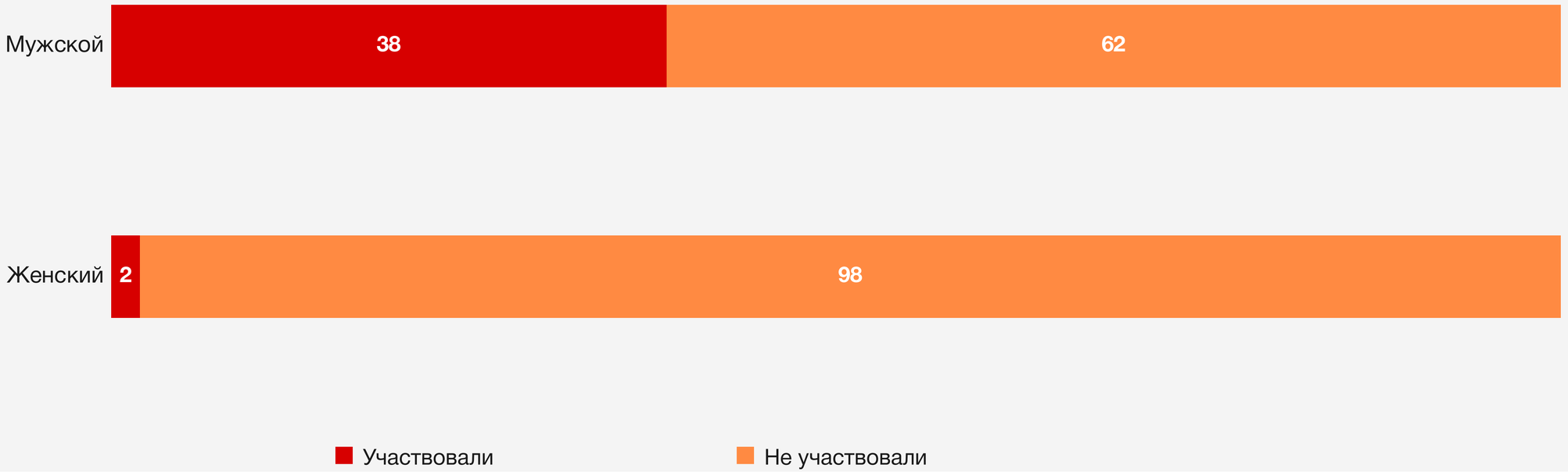


- Турнирный опыт есть примерно у каждого пятого участника общероссийского опроса — 19%;
- 81% опрошенных никогда не участвовали в соревнованиях по видеоиграм;
- Учитываются турниры любого уровня, формата и места проведения.

Участие в турнирах: пол

Опыт участия в турнирах по видеоиграм

2026. Опрос населения: все участники; доли внутри каждой группы, %

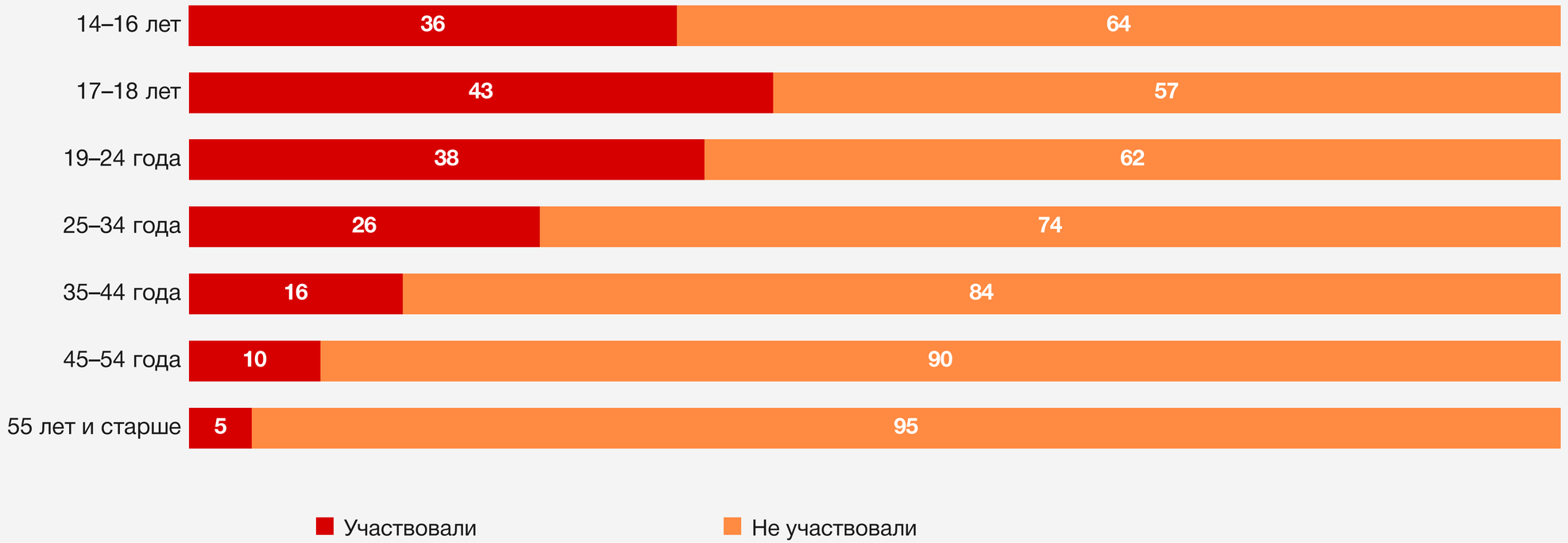


- Участие в турнирах отмечают 38% мужчин против 2% женщин;
- Большинство мужчин — 62% — также не имеют турнирного опыта;
- Это доли участвовавших внутри каждого пола, а не состав участников турниров по полу.

Участие в турнирах: возраст

Опыт участия в турнирах по видеоиграм

2026. Опрос населения: все участники; доли внутри каждой группы, %

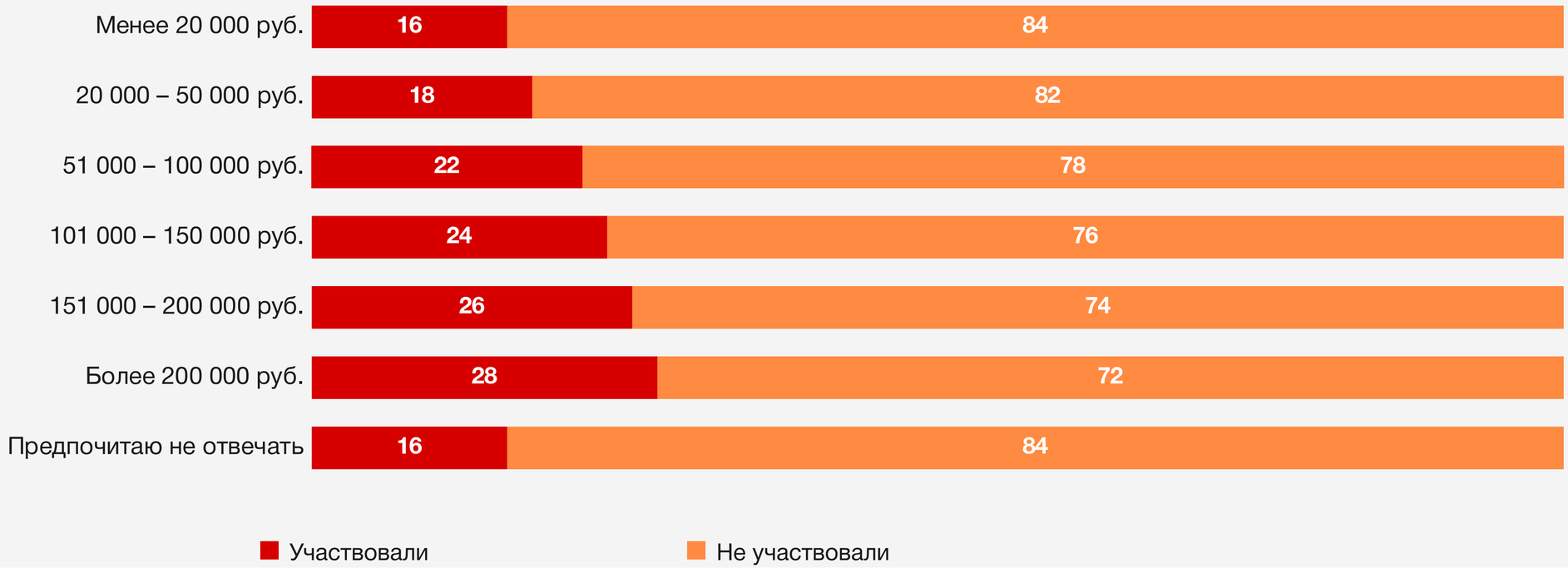


- Турнирный опыт чаще всего отмечают в 17–18 лет: 43% против 38% в 19–24 года и 36% в 14–16 лет;
- У старших возрастных групп турнирный опыт встречается реже: 26% в 25–34 года и 5% в 55 лет и старше;
- Во всех возрастных группах большинство остаются без турнирного опыта, таких респондентов от 57% до 95%.

Участие в турнирах: доход

Опыт участия в турнирах по видеоиграм

2026. Опрос населения; доли внутри групп по доходу на человека в семье, %



- Турнирный опыт указали 16% группы с доходом менее 20 тыс. руб. на человека и 28% группы свыше 200 тыс. руб.;
- При доходе от 51 тыс. руб. турнирный опыт есть у 22–28% опрошенных, что выше общего показателя 19%;
- Во всех доходных группах большинство не участвовали в соревнованиях, таких респондентов от 72% до 84%.

Участие в турнирах: образование

Опыт участия в турнирах по видеоиграм

2026. Опрос населения: все участники; доли внутри каждой группы, %

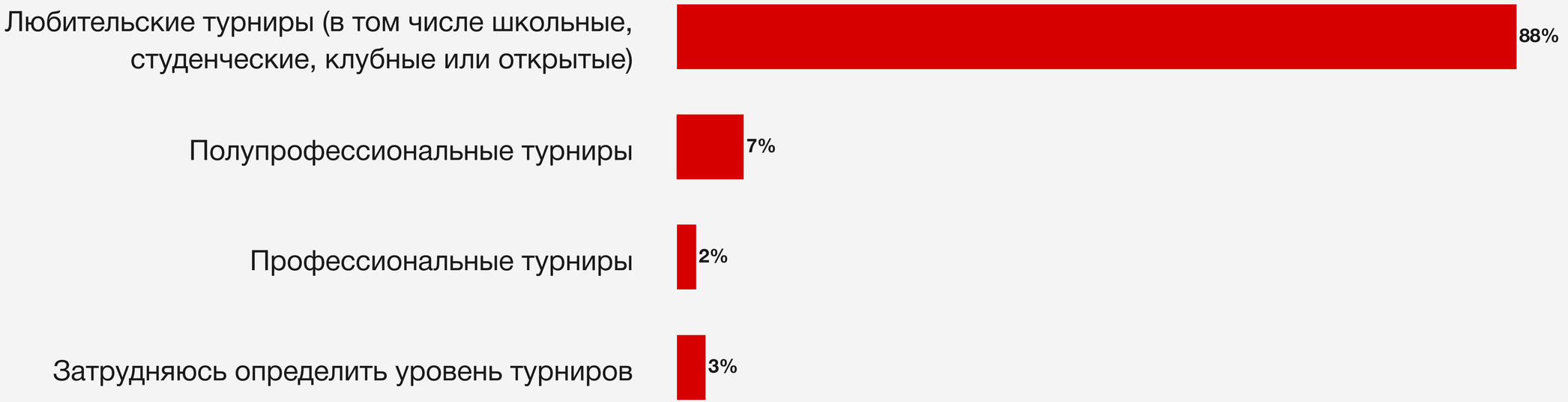


- При незаконченном высшем образовании турнирный опыт есть у 29%, при высшем — у 17%;
- Участие отметили 23% респондентов с основным общим и 18% со средним профессиональным образованием;
- Во всех образовательных группах большинство не участвовали в турнирах: от 71% до 89%.

Уровень турниров

Укажите наиболее высокий уровень турниров или соревнований по видеоиграм или киберспорту, в которых вы участвовали.

2026. Опрос населения: участники турниров; доля ответивших, %



- Любительский уровень указали 88% участников турниров, он заметно опережает все остальные варианты;
- Полупрофессиональный или профессиональный опыт имеют в сумме 9% участвовавших в соревнованиях;
- Определить уровень своего турнирного опыта затруднились 3% участников.

Уровень турниров: пол



- Любительский уровень преобладает среди участников обоих полов: 96% женщин и 88% мужчин;
- Полупрофессиональный опыт чаще встречается у мужчин: 7% участников против 2% среди женщин;
- Профессиональный опыт отметили 2% мужчин и 1% женщин, участвовавших в турнирах.

Уровень турниров: возраст

Наиболее высокий уровень участия в турнирах

2026. Опрос населения: участники турниров; доли внутри каждой группы, %



- Любительский уровень преобладает во всех возрастных группах, его назвали 86–91% участников турниров;
- Полупрофессиональный опыт чаще у 19–24-летних (9%) и 25–34-летних (8%), тогда как среди участников от 55 лет его имеют 4%;
- Профессиональный уровень указали 1–2% участников в зависимости от возраста, затруднились с ответом 3–4%.

Уровень турниров: доход

Наиболее высокий уровень участия в турнирах

2026. Опрос населения: участники турниров; доли внутри групп по доходу на человека в семье, %



- Любительский уровень преобладает во всех доходных группах: от 86% до 90% участников турниров;
- При доходе от 51 тыс. руб. полупрофессиональный опыт имеют 8–9% участников, при доходе до 50 тыс. руб. — 6–7%;
- Профессиональный уровень отметили 1–3% участников; около 3% в каждой группе затруднились с ответом.

Уровень турниров: образование

Наиболее высокий уровень участия в турнирах

2026. Опрос населения: участники турниров; доли внутри каждой группы, %

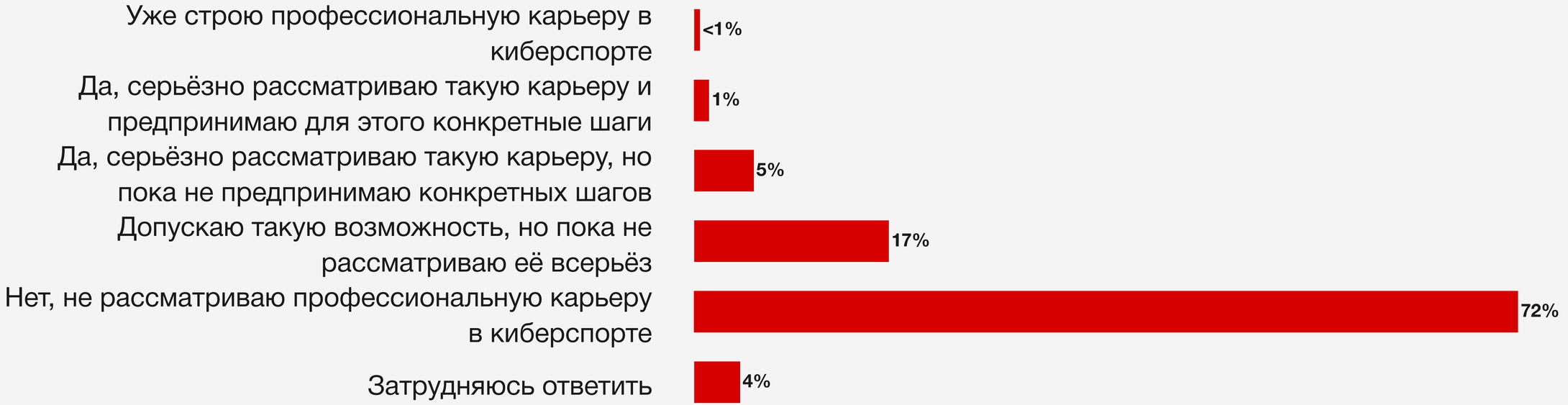


- Любительский уровень преобладает при любом образовании, его назвали 86–90% участников турниров;
- Полупрофессиональный опыт указали 8% участников с незаконченным высшим образованием и 5% с начальным и ниже;
- Профессиональный уровень назвали 1–3% участников, наибольший показатель у группы с незаконченным высшим образованием.

Профессиональная карьера в киберспорте

Рассматриваете ли вы профессиональную карьеру в киберспорте (например, как игрок, тренер, аналитик, комментатор или организатор турниров) как серьёзное направление для себя?

2026. Опрос населения: все участники; доля ответивших, %

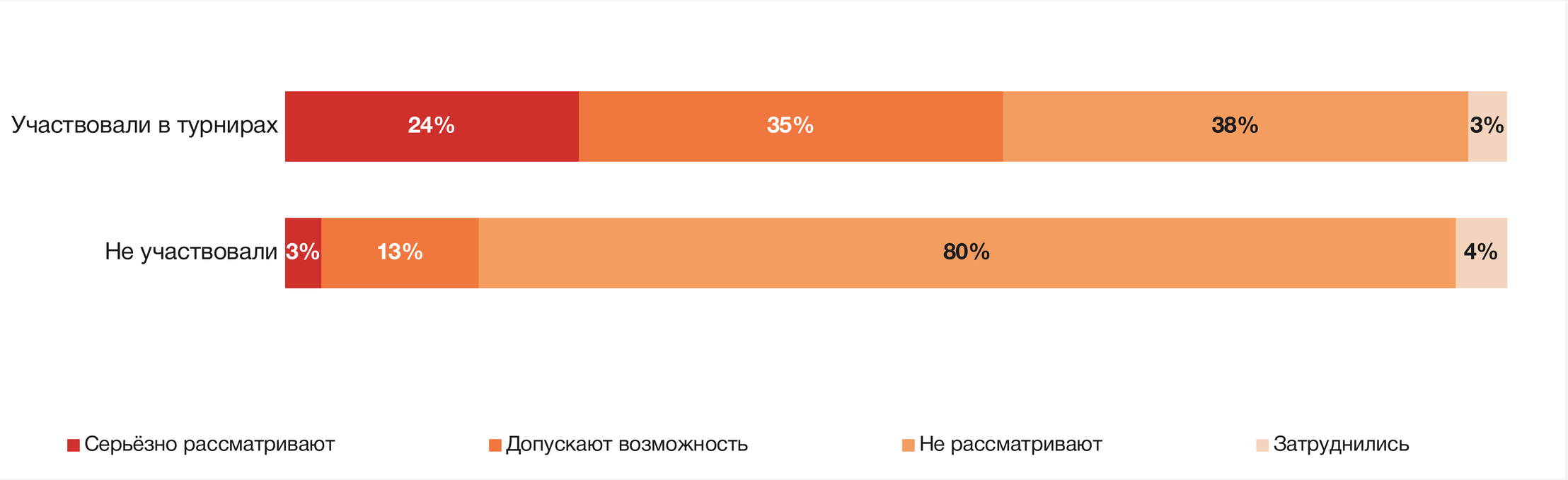


- Профессиональную карьеру в киберспорте не рассматривают для себя 72% опрошенных;
- Ещё 17% допускают такую возможность, но пока не относятся к ней всерьёз;
- Серьёзный интерес без конкретных шагов отмечают 5%, действия предпринимают 1%, уже строят карьеру менее 1%.

Карьерный интерес и турнирный опыт

Как связан интерес к карьере в киберспорте с участием в турнирах?

2026. Опрос населения: все участники; доли внутри групп, %



- Серьёзный интерес к карьере выражают 24% участников турниров и 3% респондентов без такого опыта;
- Среди участвовавших ещё 35% допускают такую возможность, но пока не рассматривают её всерьёз;
- Даже при наличии турнирного опыта 38% не связывают профессиональное будущее с киберспортом.

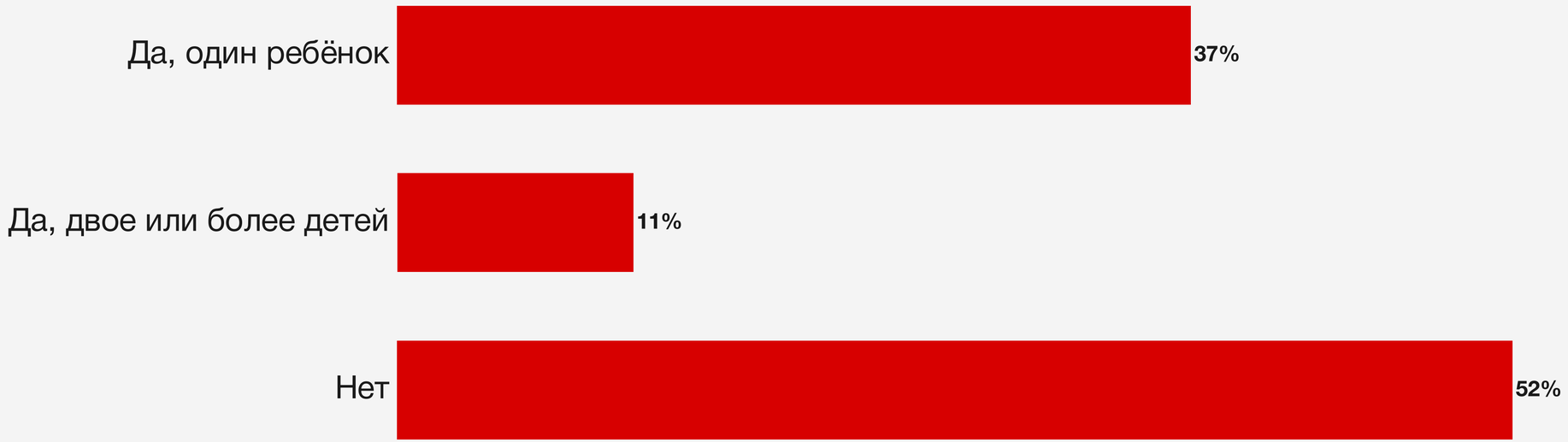
РОДИТЕЛИ И ПОДДЕРЖКА РЕБЁНКА

Отношение к карьере ребёнка и готовность помогать оценивают родители школьников, участвовавшие в общероссийском опросе.

Школьники в семьях опрошенных родителей

Есть ли среди ваших детей ребёнок, который в настоящее время учится в школе с 1-го по 11-й класс?

2026. Опрос населения: родители; доля ответивших, %

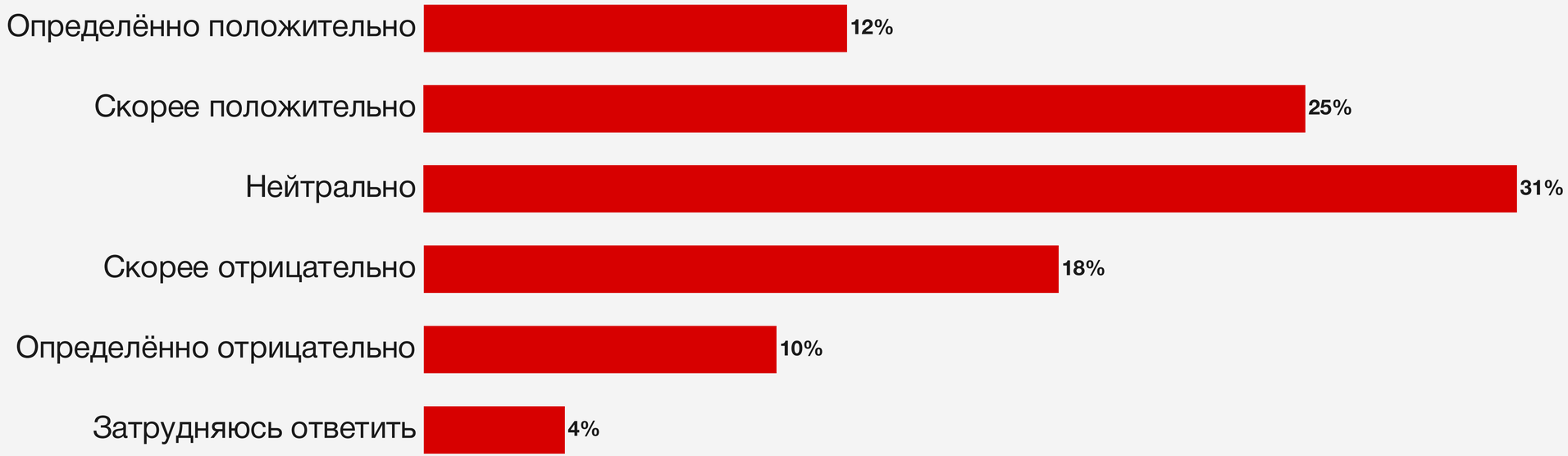


- Дети, которые сейчас учатся в школе, есть у 48% опрошенных родителей;
- Одного ребёнка школьного возраста имеют 37% родителей, двух или более — 11%;
- У 52% родителей дети сейчас не учатся в 1–11-х классах.

Отношение к карьере ребёнка в киберспорте

Как вы относитесь к возможности того, что ваш ребёнок станет профессиональным киберспортсменом и будет строить карьеру в этой сфере?

2026. Опрос населения: родители школьников; доля ответивших, %

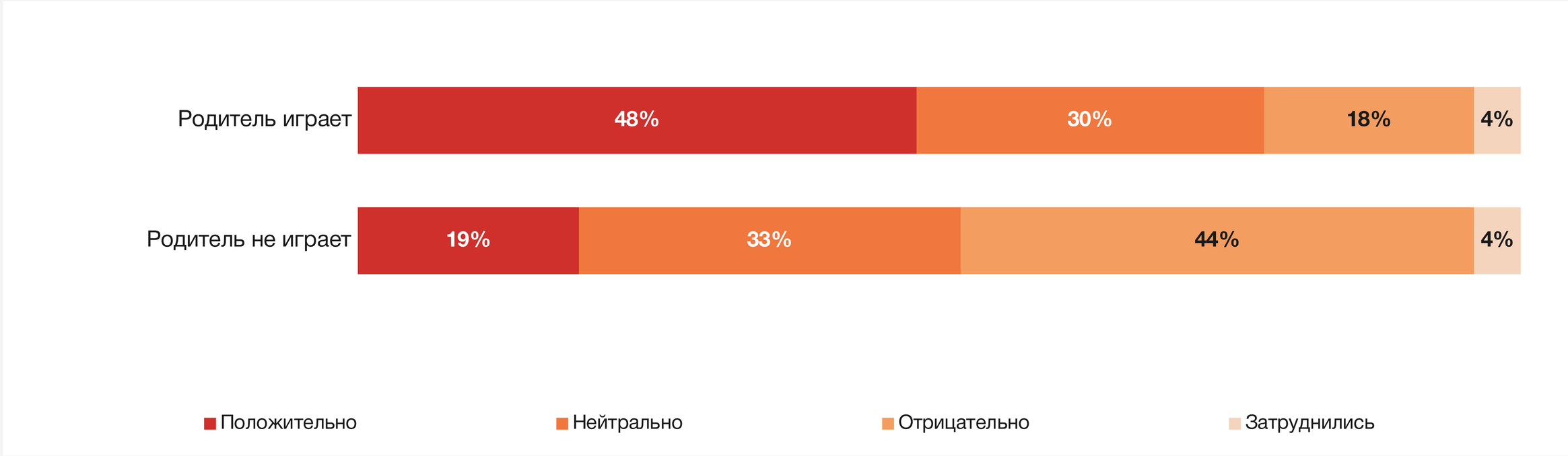


- К профессиональной карьере ребёнка в киберспорте положительно относятся 37% родителей школьников;
- Нейтральную позицию занимает 31%, отрицательно такую возможность оценивают 28%;
- Безусловную поддержку выражают 12%, категорически против выступают 10%; ещё 4% затруднились ответить.

Карьера ребёнка: личный опыт родителей

Как относятся к карьере ребёнка в киберспорте играющие и неиграющие родители?

2026. Опрос населения: родители школьников; доли внутри групп по личному игровому опыту, %



- Положительно к карьере ребёнка относятся 48% играющих родителей и 19% неиграющих;
- Отрицательная оценка встречается у 44% неиграющих родителей против 18% среди играющих;
- Нейтральную позицию занимают 30–33% в обеих группах; личная игра не означает безусловной поддержки.

Поддержка увлечения ребёнка киберспортом

Насколько вы готовы поддерживать серьёзное увлечение ребёнка киберспортом следующими способами?

2026. Опрос населения: родители школьников; доля ответивших, %

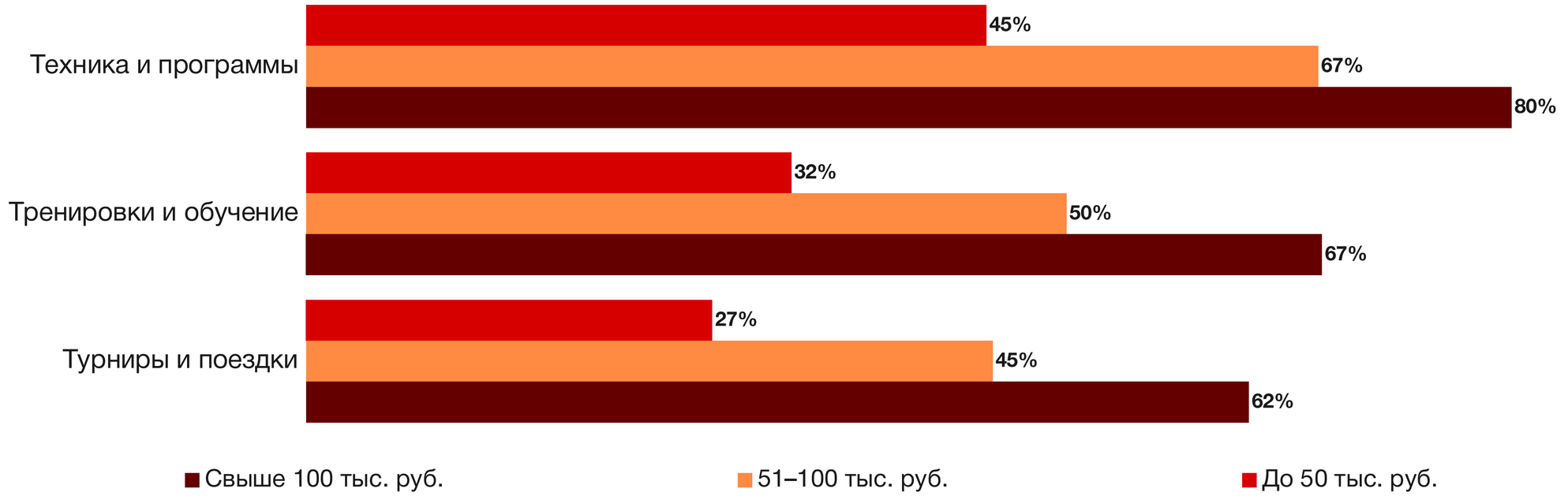


- Морально поддерживать ребёнка определённо готовы 45% родителей школьников, ещё 35% скорее готовы;
- Помогать с поиском команд и тренеров, а также приобретать технику готовы по 55% родителей школьников;
- Оплатить турниры и поездки готовы 36% родителей школьников, тренировки и обучение — 41%.

Финансовая поддержка ребёнка: доход

Какие расходы на увлечение ребёнка готовы оплачивать родители с разным доходом?

2026. Опрос населения: родители школьников с данными о доходе; готовы и скорее готовы, %

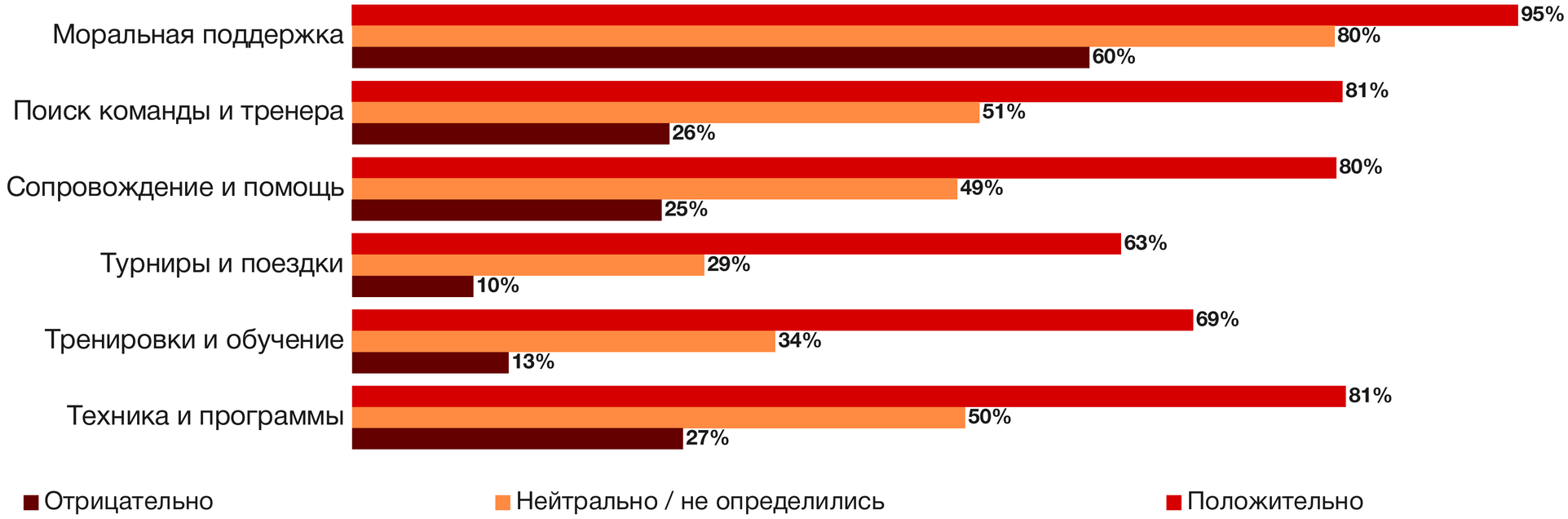


- При доходе на человека свыше 100 тыс. руб. технику готовы оплачивать 80%, до 50 тыс. руб. — 45%;
- Готовность оплачивать обучение различается от 32% до 67%, турниры и поездки — от 27% до 62%;
- Во всех доходных группах технику готовы оплачивать чаще, чем тренировки или поездки на турниры.

Поддержка ребёнка и отношение к карьере

На какую помощь готовы родители с разным отношением к карьере ребёнка в киберспорте?

2026. Опрос населения: родители школьников; готовы и скорее готовы внутри групп, %



- С поиском команды готовы помогать 81% сторонников карьеры ребёнка в киберспорте;
- Даже при отрицательном отношении 60% родителей готовы поддерживать ребёнка эмоционально;
- На оплату турниров и поездок согласны 63% сторонников карьеры и 10% противников.

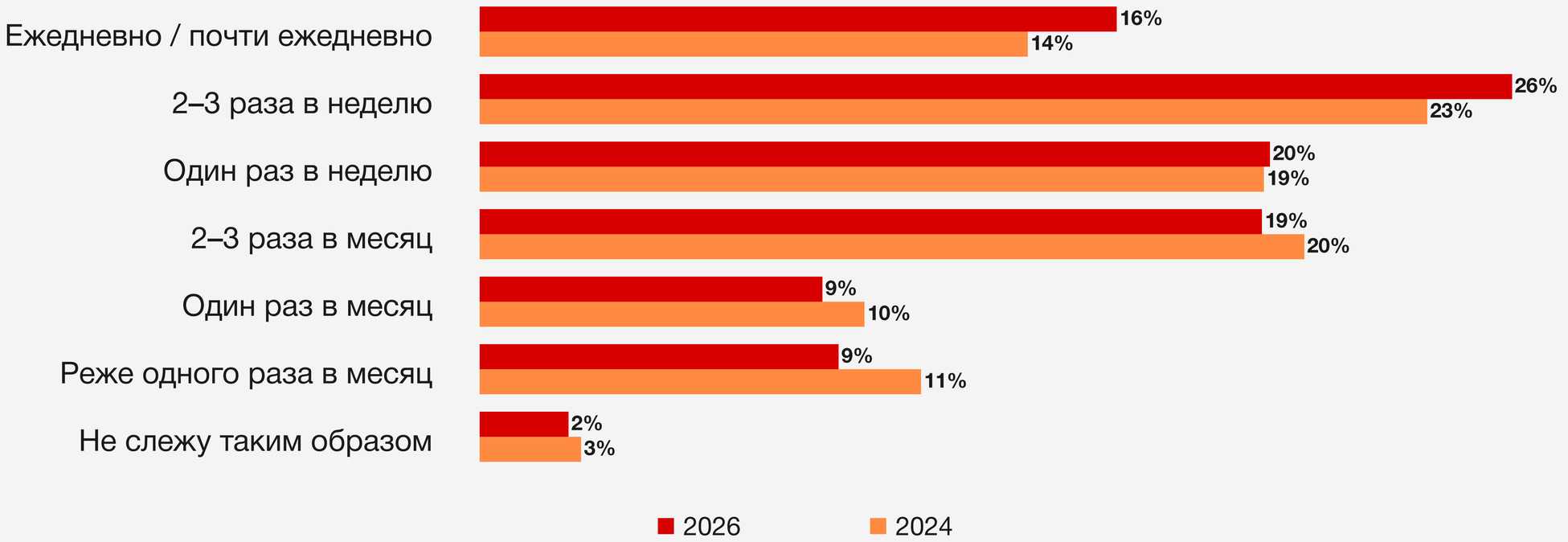
КИБЕРСПОРТ КАК ЗРЕЛИЩЕ

Матчи, события и новости киберспорта.
Частота контакта в опросе населения, затем предпочтения отдельной аудитории киберспорта.

Частота просмотра киберспортивных матчей

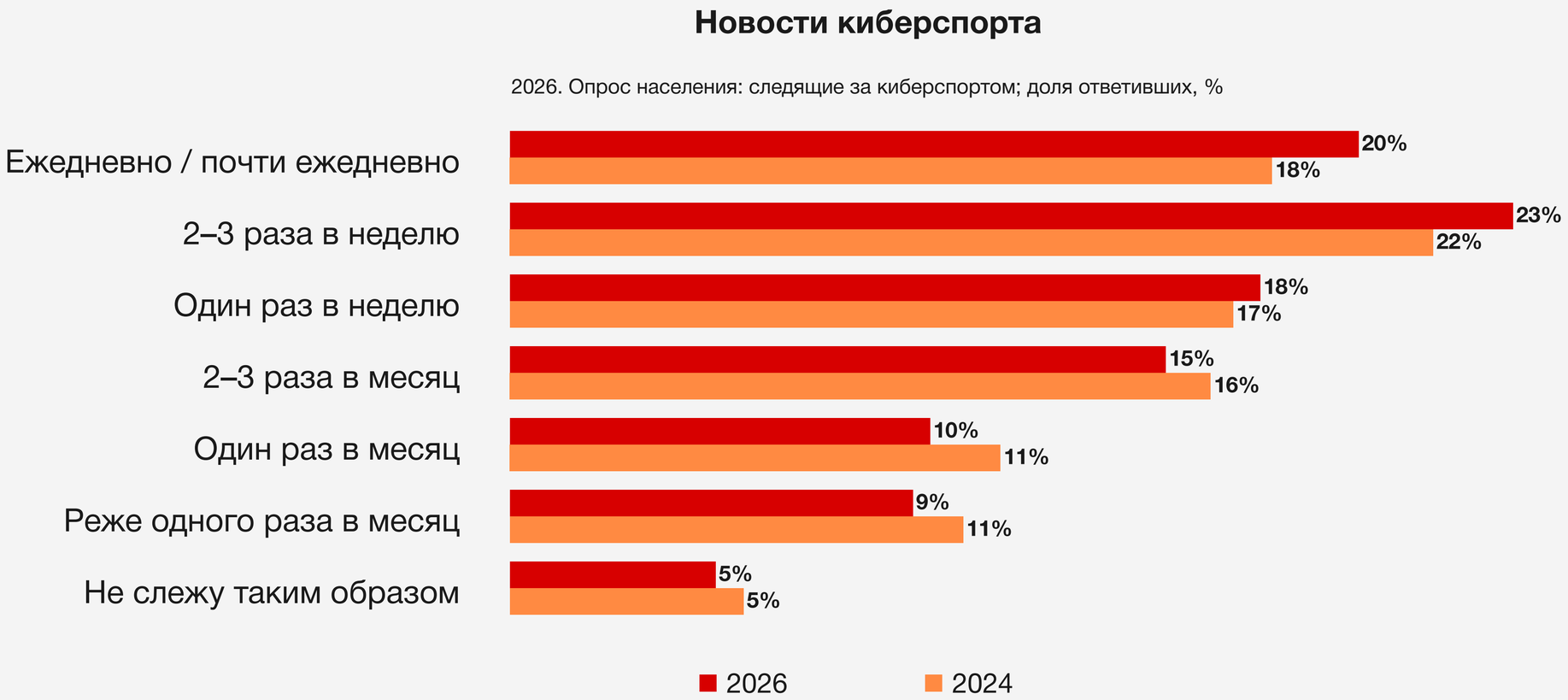
Трансляции матчей

2026. Опрос населения: следящие за киберспортом; доля ответивших, %



- Матчи хотя бы раз в неделю смотрят 61% следящих за киберспортом против 57% в 2024 году;
- Самая частая периодичность — два-три раза в неделю: её выбирают 26% аудитории;
- Ежедневно к трансляциям обращаются 16% против 14% в предыдущей волне; совсем не смотрят их 2%.

Частота чтения новостей киберспорта

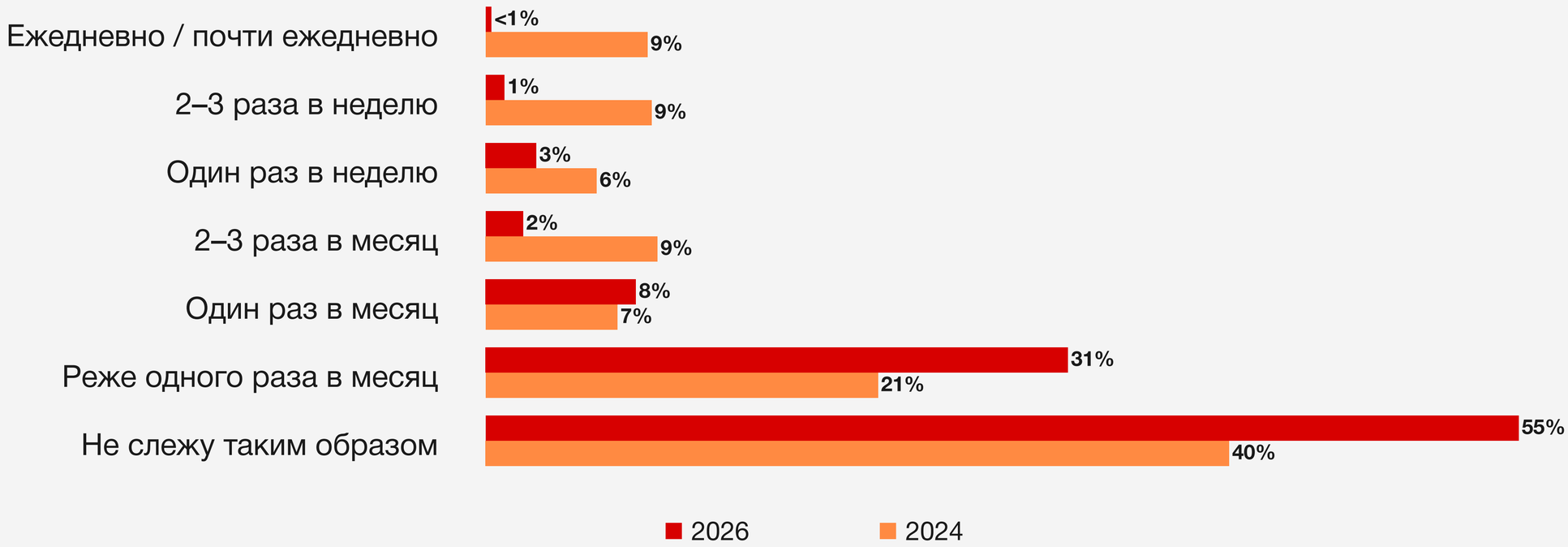


- К новостям киберспорта еженедельно обращаются 61% следящих за ним против 56% в 2024 году;
- Два-три раза в неделю новости читают 23%, ежедневно — ещё 20%;
- Этот способ не используют 5% аудитории; большинство следит за новостями хотя бы время от времени.

Частота посещения киберспортивных событий

События вживую

2026. Опрос населения: следящие за киберспортом; доля ответивших, %

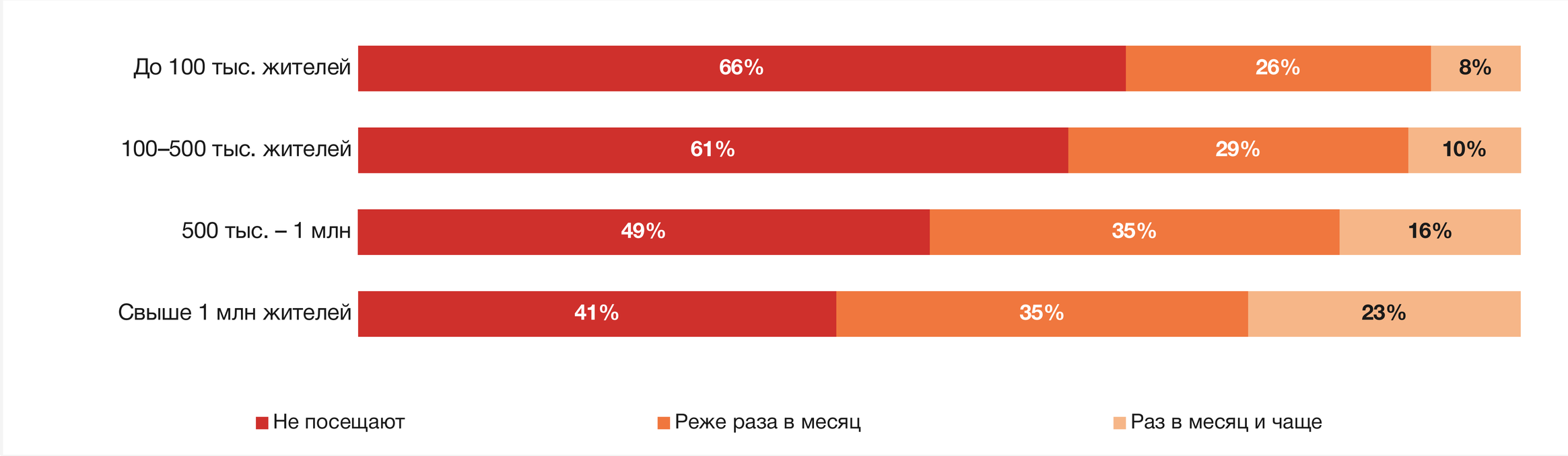


- Офлайн-события посещают 45% следящих за киберспортом против 60% в 2024 году;
- Чаще всего посещения происходят реже раза в месяц: так отвечают 31% аудитории;
- Еженедельно или чаще на событиях бывают лишь 4%; не посещают их вовсе 55%.

Посещение событий: размер города

Как часто аудитория киберспорта посещает события вживую?

2026. Опрос населения: следящие за киберспортом; доли внутри групп по размеру города, %

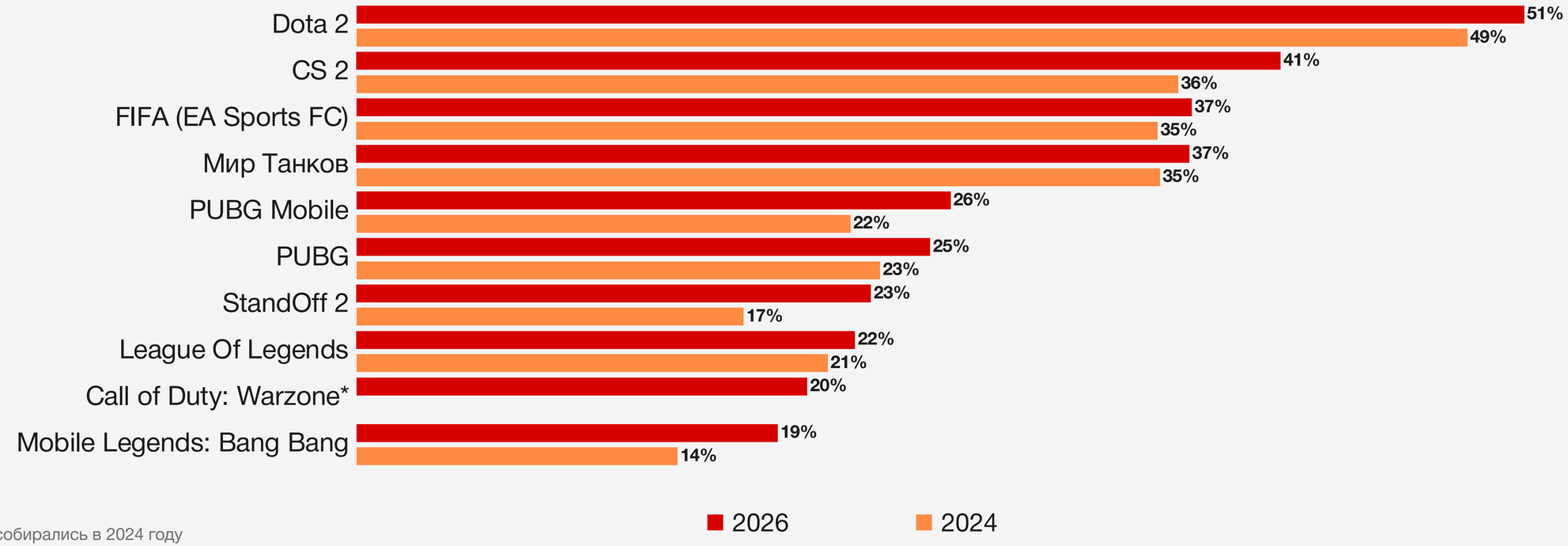


- В миллионниках события посещают 59% аудитории, в населённых пунктах до 100 тыс. жителей — 34%;
- Ежемесячно события посещают 23% аудитории в миллионниках и 8% — в небольших населённых пунктах;
- В городах от 100 тыс. до 1 млн жителей посещаемость занимает промежуточное положение: 39–51%.

Просмотр киберспортивных дисциплин: опрос аудитории

Смотрят

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; доля ответивших, %



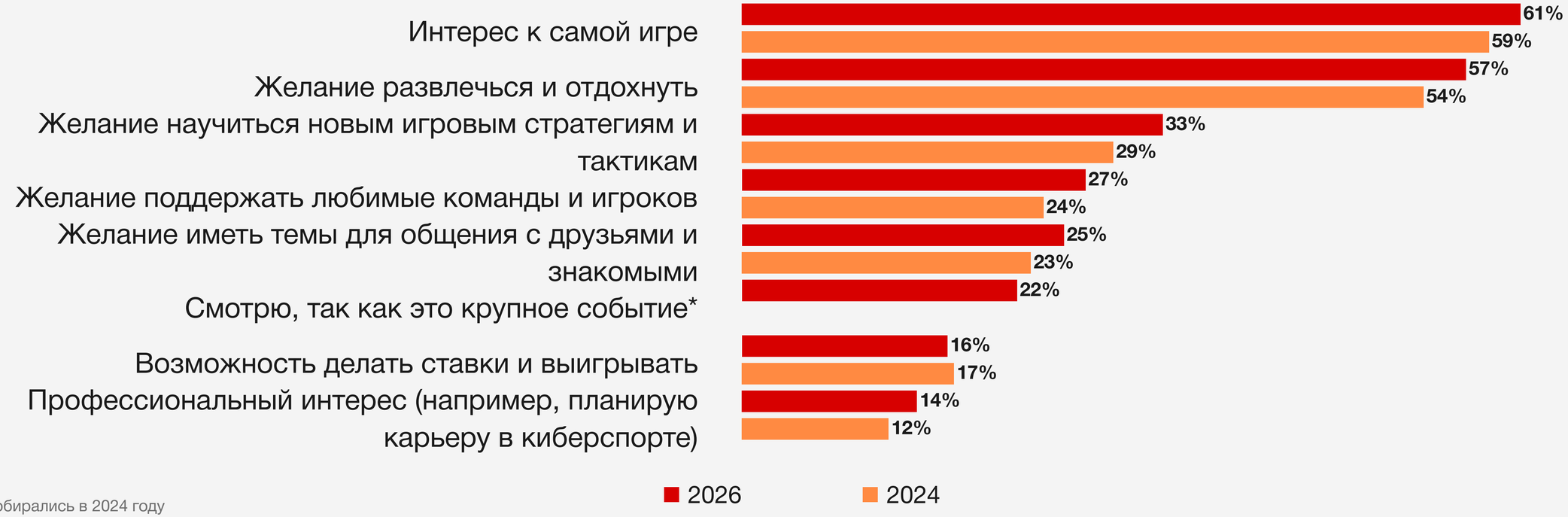
* не собирались в 2024 году

- Соревнования по Dota 2 смотрит 51% аудитории киберспорта против 49% в 2024 году;
- CS 2 сохраняет второе место с 41% зрителей против 36%; FIFA (EA Sports FC) и «Мир Танков» набирают по 37%;
- Зрительская аудитория StandOff 2 выросла с 17% до 23%, PUBG Mobile — с 22% до 26%.

Мотивы потребления киберспортивного контента

Что побуждает вас потреблять киберспортивный контент?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; доля ответивших, %



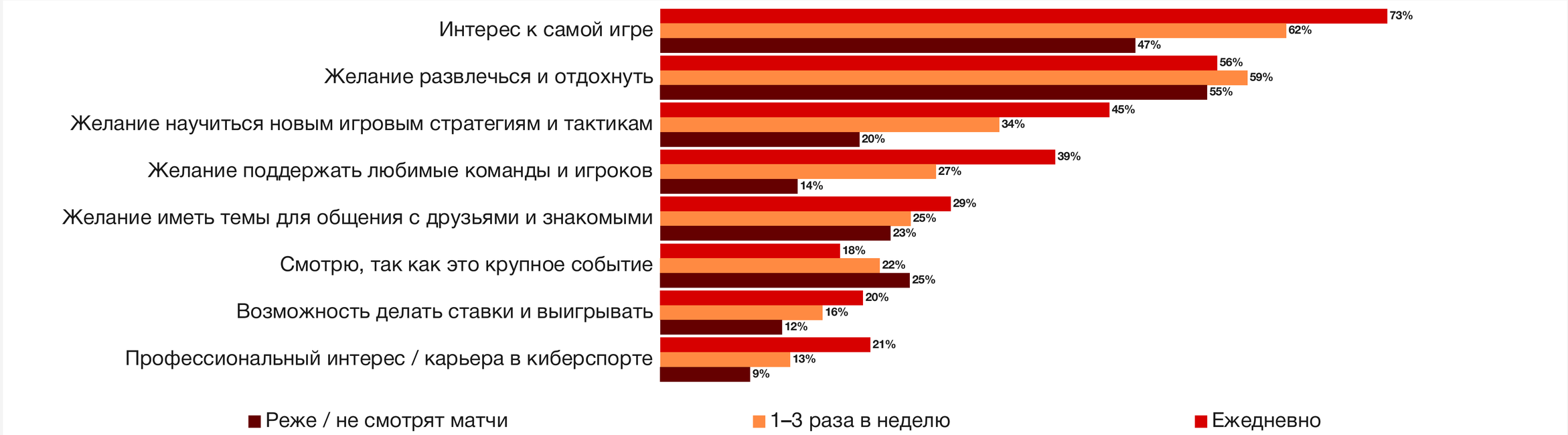
* не собирались в 2024 году

- Главный мотив — интерес к самой игре: его называют 61% аудитории киберспорта против 59% в 2024 году;
- Развлечься и отдохнуть стремятся 57% опрошенных против 54% в предыдущей волне;
- Освоить новые стратегии и тактики хотят 33%; поддержать команды и игроков — 27%, найти темы для общения — 25%.

Мотивы и частота просмотра матчей

Что мотивирует аудиторию с разной частотой просмотра матчей?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; доля респондентов внутри групп, %



- Интерес к игре мотивирует 73% ежедневных зрителей и 47% тех, кто смотрит матчи редко или не смотрит;
- Для ежедневных зрителей заметен обучающий мотив: 45% хотят освоить игровые стратегии;
- Масштаб события значим для 18% ежедневных зрителей и 25% группы «реже / не смотрят матчи».

Предпочитаемые форматы контента

В каких форматах вам предпочтительнее потреблять киберспортивный контент?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; доля ответивших, %



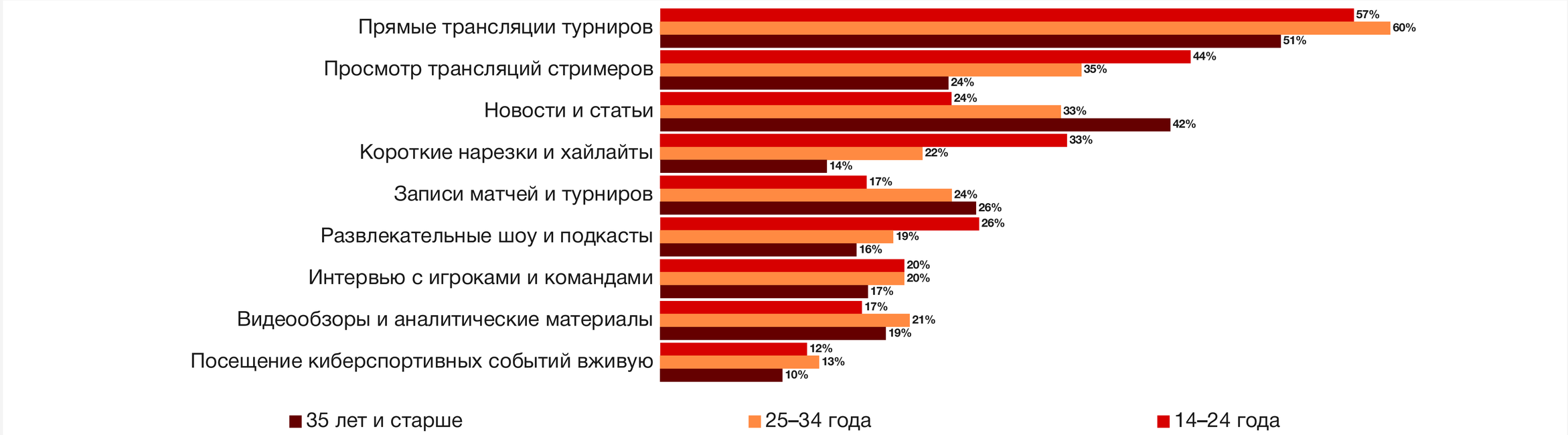
** нет в анкете 2026 года

- Трансляции турниров остаются ведущим форматом: 56% против 53% в 2024 году;
- Трансляции стримеров предпочитают 34% опрошенных против 29%, короткие нарезки и хайлайты — 23% против 16%;
- В 2026 году нет отдельных вариантов «Анализ и разбор матчей» и «Подкасты», сравнить их по годам нельзя.

Форматы контента по возрасту

Какие форматы киберспортивного контента предпочитают в разном возрасте?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; доля респондентов внутри групп, %; до 3 вариантов



- Трансляции стримеров выбирают 44% аудитории 14–24 лет против 24% в группе от 35 лет;
- Новости и статьи заметнее в старшей группе: 42% против 24% у самых молодых зрителей;
- Эфиры турниров лидируют во всех возрастах; самый высокий показатель — 60% в группе 25–34 лет.

Факторы выбора киберспортивного события

Что влияет на выбор киберспортивного события?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; доля ответивших, %

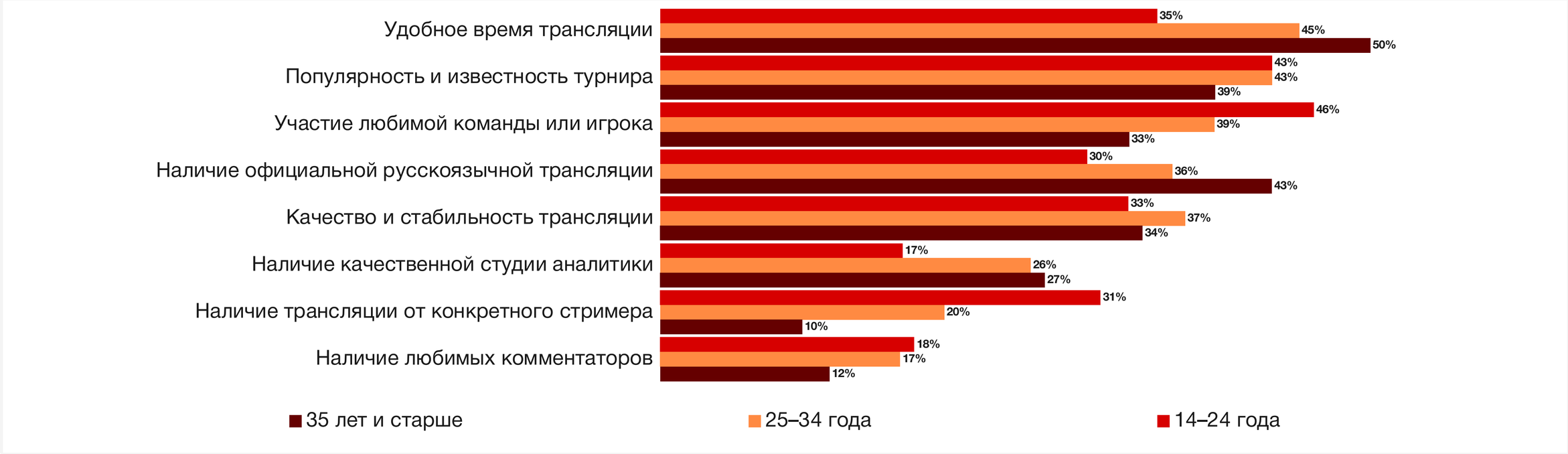


- При выборе события чаще учитывают удобное время трансляции и известность турнира — 44% и 42% соответственно;
- Участие любимой команды или игрока важно для 39%, официальная русскоязычная трансляция — для 37%;
- Качество и стабильность трансляции учитывают 35% против 27% в 2024 году; студию аналитики — 24% против 19%.

Выбор события по возрасту

Что влияет на выбор киберспортивного события в разных возрастных группах?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; доля респондентов внутри групп, %

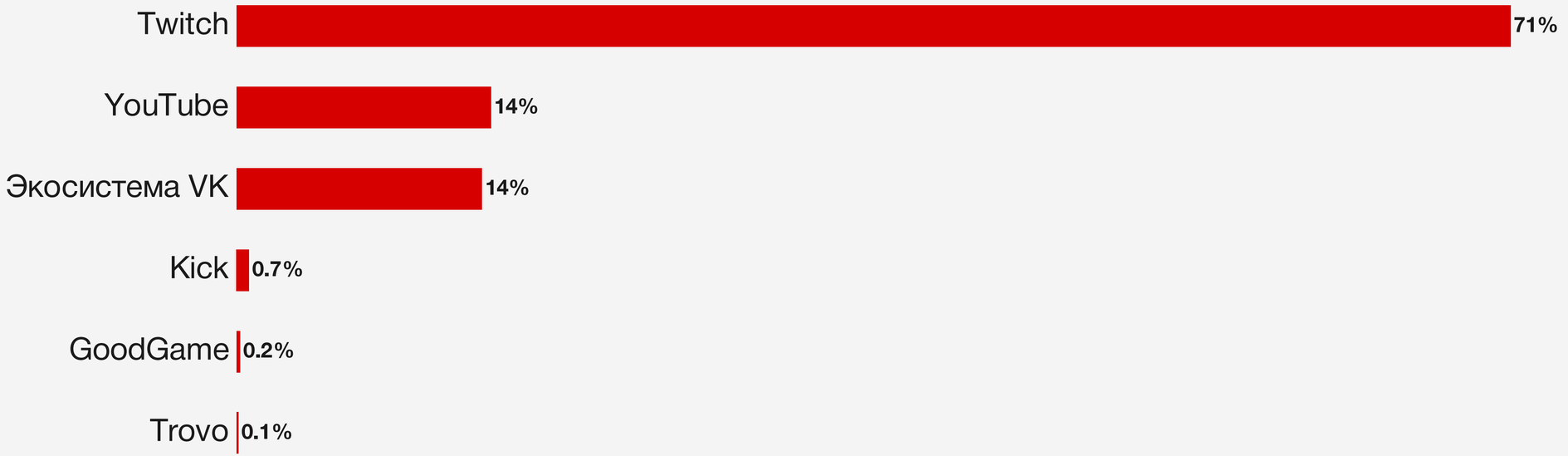


- Удобное время эфира важно для 50% аудитории от 35 лет против 35% в группе 14–24 лет;
- Конкретный стример влияет на выбор 31% молодых зрителей и 10% зрителей от 35 лет;
- Любимую команду или игрока чаще учитывают до 25 лет: этот фактор отмечают 46% опрошенных.

Сервисы прямых трансляций турниров

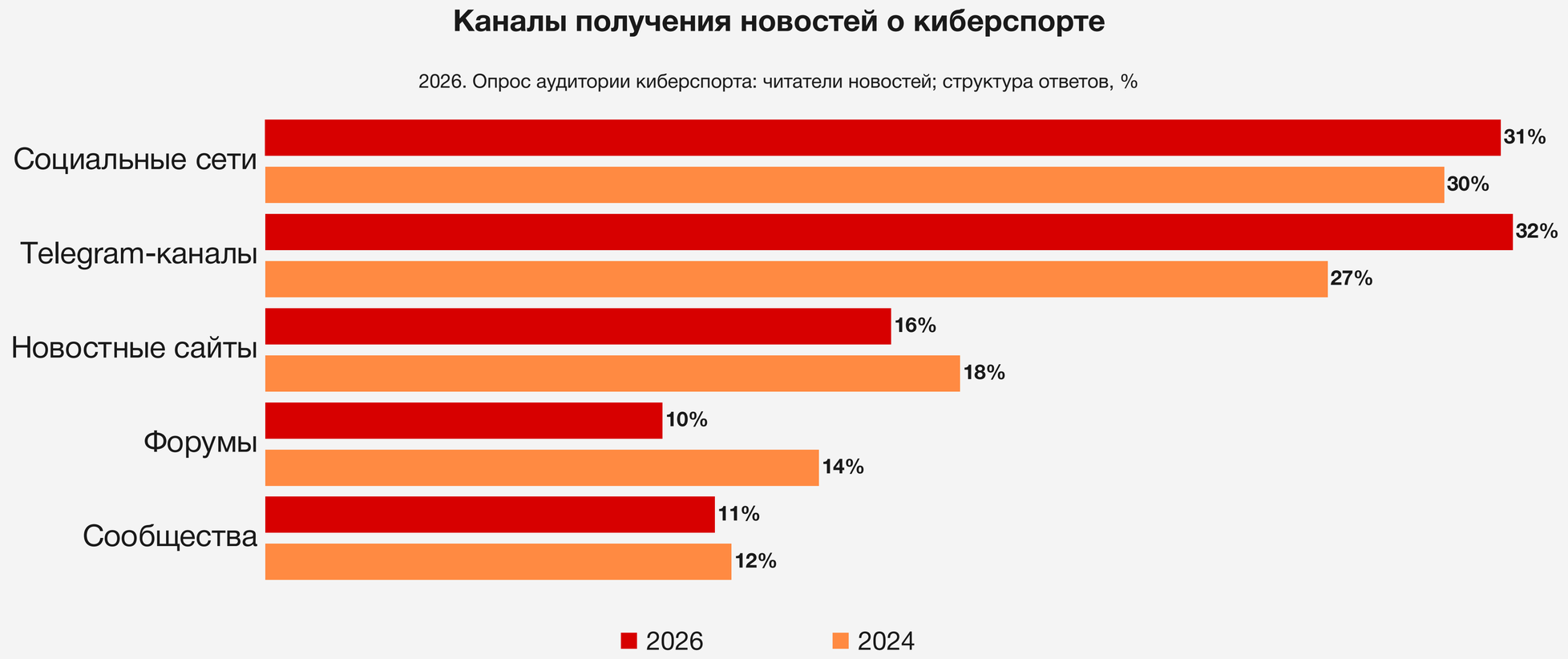
Как распределяются предпочтения зрителей киберспортивных трансляций по площадкам?

2026. Опрос аудитории киберспорта: зрители событий; доля ответивших, нормировано до 100%



- Основным сервисом просмотра турниров и матчей 71% ответивших называют Twitch;
- YouTube и «Экосистему VK» выбирают по 14% ответивших;
- Kick называют основным 0,7%, GoodGame — 0,2%, Trovo — 0,1%.

Каналы получения новостей о киберспорте

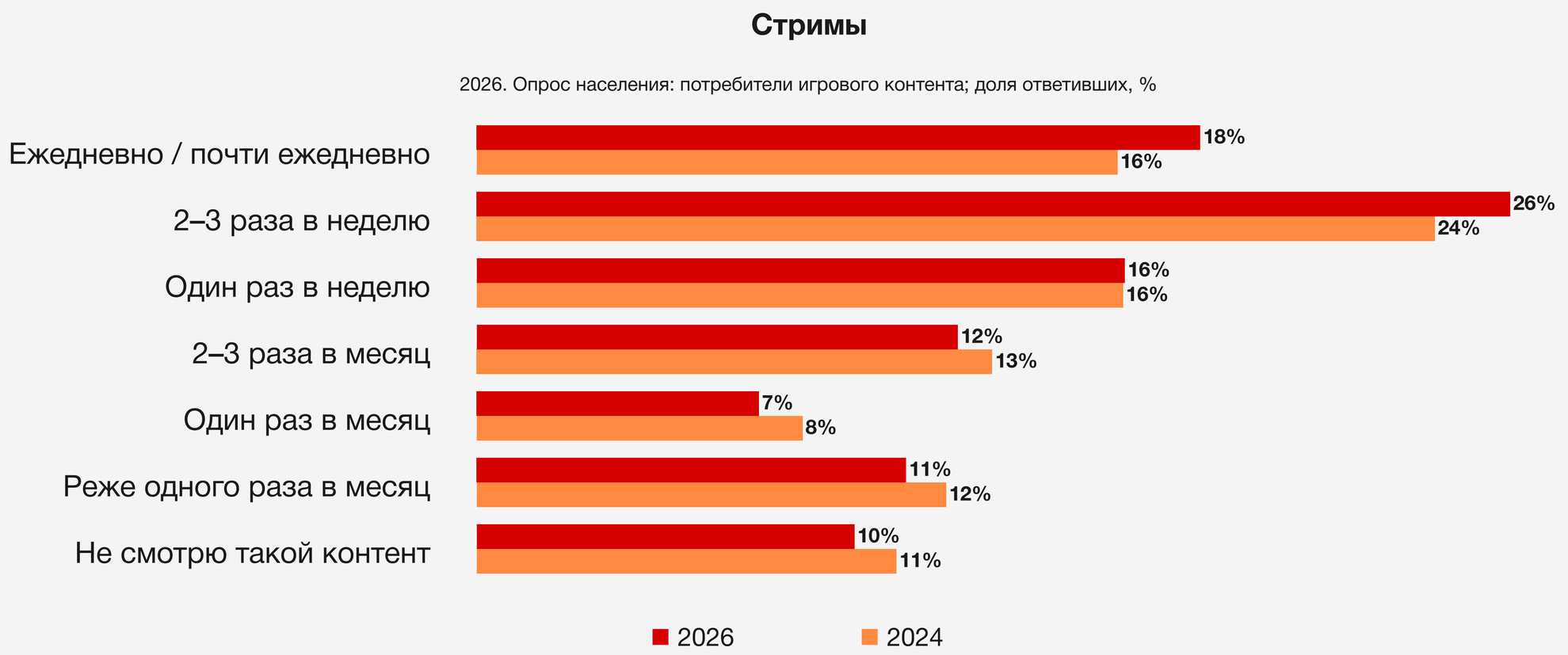


- Telegram вышел на первое место среди новостных каналов: 32% ответов против 27% в 2024 году;
- Социальные сети следуют с минимальным отрывом — 31%; вместе эти каналы собирают 63% ответов;
- На новостные сайты приходится 16%, сообщества — 11%, форумы — 10%; доля форумов снизилась с 14%.

ИГРОВОЙ КОНТЕНТ

Прямые эфиры, видеозаписи и новости об играх.
Результаты опроса населения и отдельного опроса аудитории киберспорта представлены последовательно.

Игровые стримы: частота просмотра в опросе населения

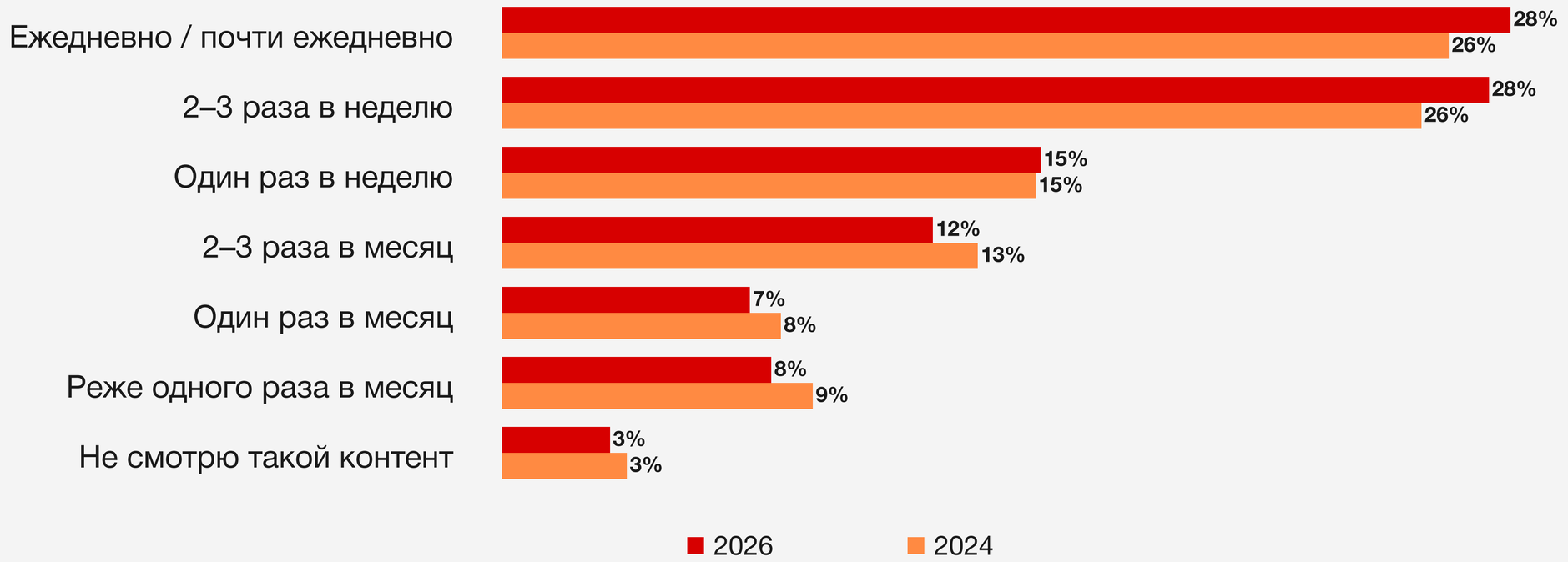


- Среди зрителей игрового контента стримы еженедельно смотрят 61% против 56% в 2024 году;
- Два-три раза в неделю к стримам обращаются 26%, ежедневно — ещё 18%;
- Совсем не смотрят стримы 10% потребителей игрового контента.

Записи игр: частота просмотра в опросе населения

Видеозаписи игр

2026. Опрос населения: потребители игрового контента; доля ответивших, %



- Записи игр хотя бы раз в неделю смотрят 71% потребителей игрового контента против 67% в 2024 году;
- Два-три раза в неделю и ежедневно записи смотрят примерно равные группы — по 28%;
- Лишь 3% этой аудитории совсем не обращаются к видеозаписям игр.

Игровые новости: частота чтения в опросе населения

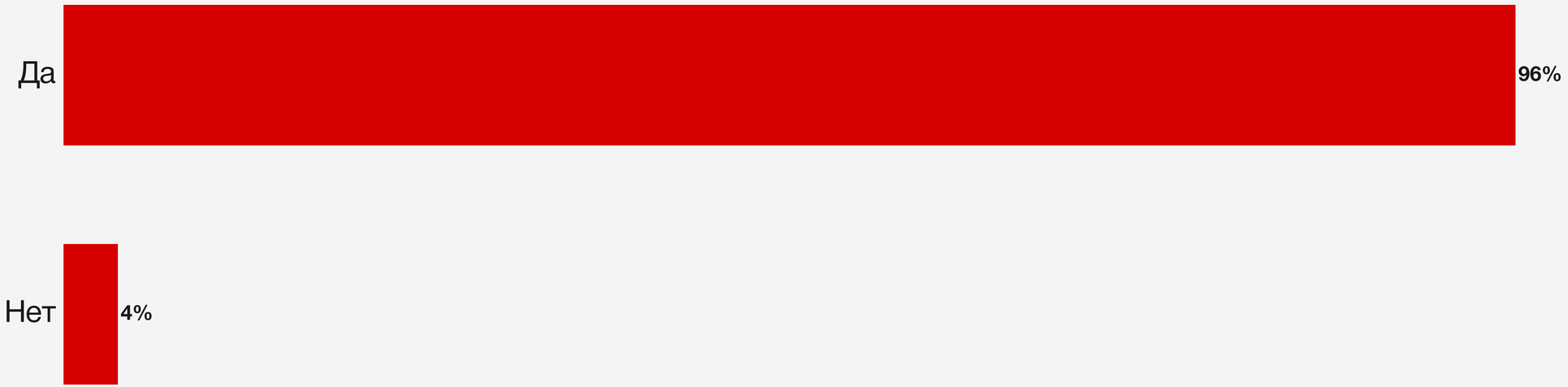


- За игровыми новостями еженедельно следят 59% потребителей контента против 55% в 2024 году;
- Самая распространённая периодичность — два-три раза в неделю: 23%; ежедневно новости читают 19%;
- Не интересуются этим форматом 11% аудитории против 12% в предыдущей волне.

Просмотр игрового контента

Смотрите ли вы контент, связанный с видеоиграми (например, стримы, записи игр и видеоигровые новости)?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; доля ответивших, %

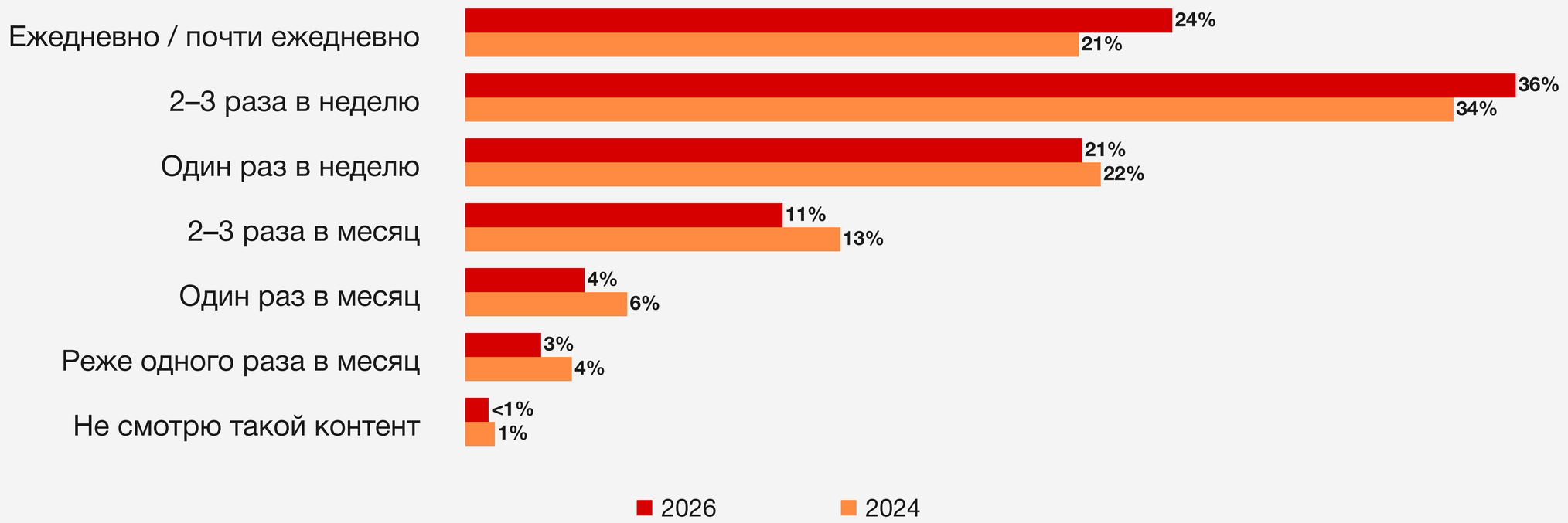


- Игровой контент потребляют 96% участников отдельного опроса аудитории киберспорта;
- 4% участников не потребляют контент, связанный с видеоиграми;
- Далее привычки просмотра рассматриваются среди потребителей игрового контента.

Стримы в аудитории киберспорта: частота просмотра

Стримы

2026. Опрос аудитории киберспорта: потребители игрового контента; доля ответивших, %

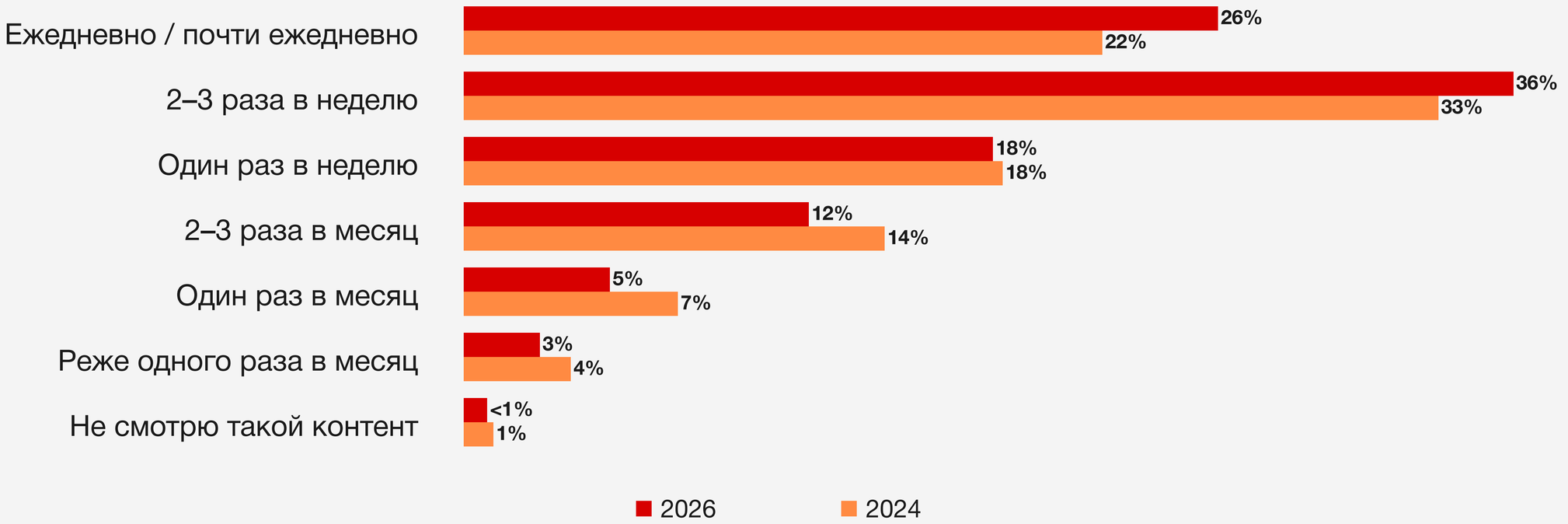


- Среди зрителей игрового контента из аудитории киберспорта стримы еженедельно смотрят 82% против 77% в 2024 году;
- Чаще всего их смотрят два-три раза в неделю — 36%; ежедневно к стримам обращаются 24%;
- Совсем не смотрят стримы менее 1%; на просмотр раз в месяц или реже приходится ещё 7%.

Записи игр в аудитории киберспорта: частота просмотра

Видеозаписи игр

2026. Опрос аудитории киберспорта: потребители игрового контента; доля ответивших, %

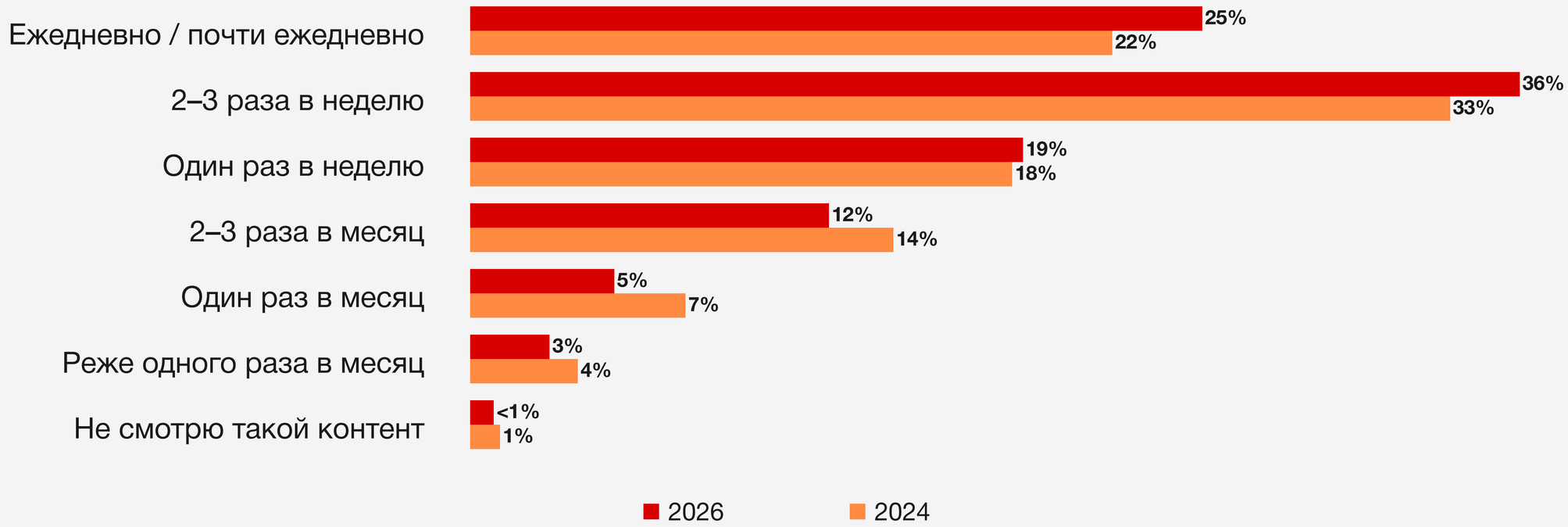


- Записи игр еженедельно смотрят 80% зрителей игрового контента из аудитории киберспорта против 74% в 2024 году;
- Ежедневный просмотр вырос с 22% до 26%; самая частая периодичность — два-три раза в неделю (36%);
- Два-три раза в месяц записи смотрят 12%, раз в месяц или реже — 8%.

Игровые новости в аудитории киберспорта: частота чтения

Видеоигровые новости

2026. Опрос аудитории киберспорта: потребители игрового контента; доля ответивших, %

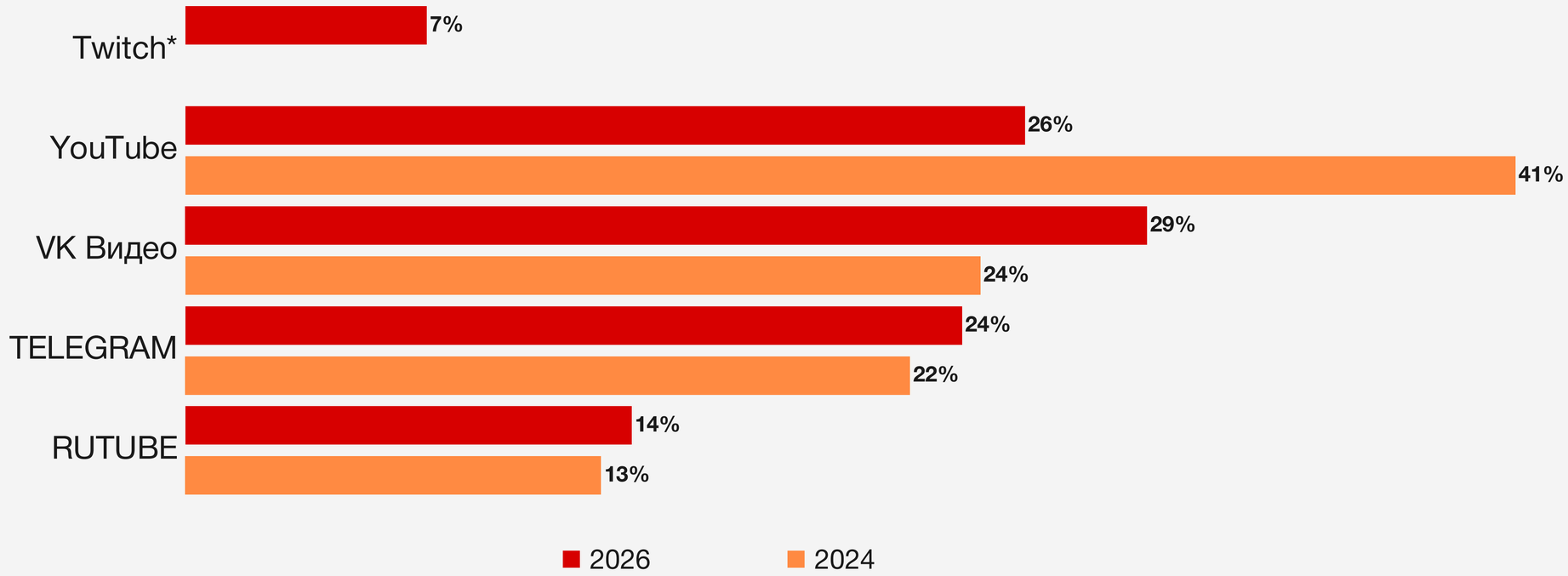


- За игровыми новостями еженедельно следят 79% зрителей контента из аудитории киберспорта против 74% в 2024 году;
- Ежедневно новости читают 25% против 22%; ещё 36% обращаются к ним два-три раза в неделю;
- Раз в месяц или реже за новостями следят 8%; совсем не используют этот формат менее 1%.

Сервисы просмотра записей игр

На каких сервисах вы смотрите видеозаписи видеоигр?

2026. Опрос аудитории киберспорта: ответившие на вопрос; структура ответов, %



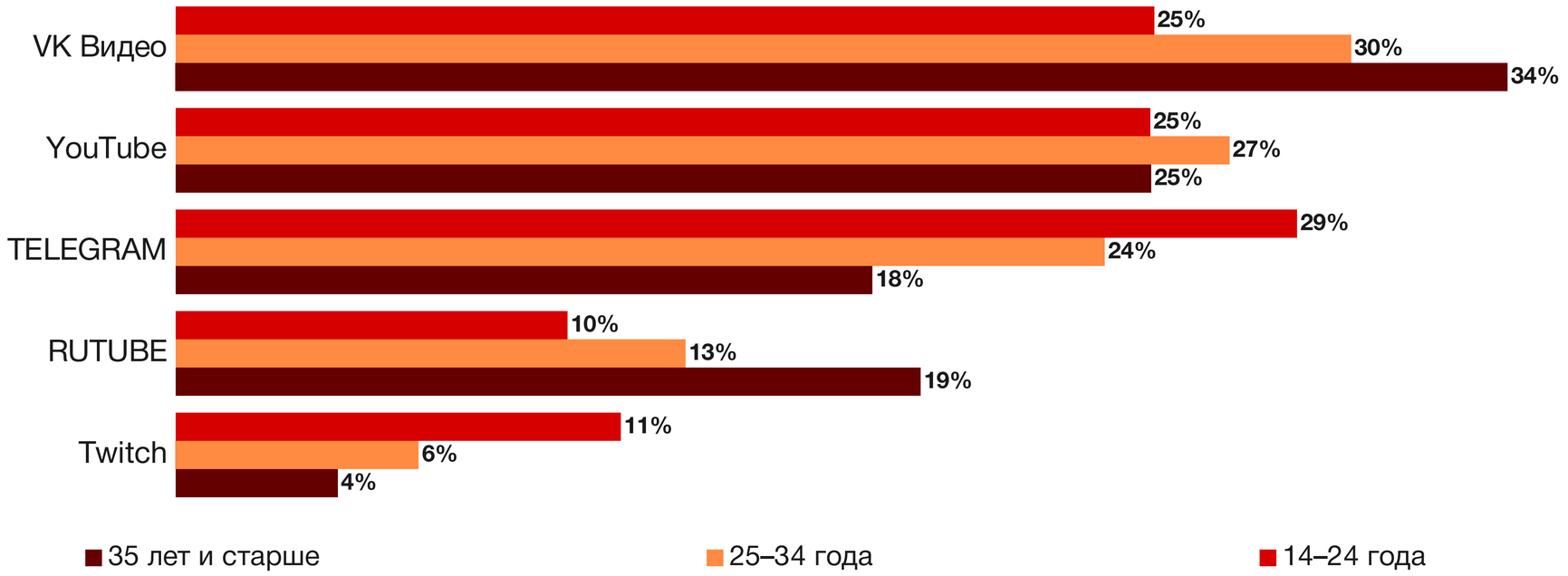
* не собирались в 2024 году

- В 2026 году VK Видео набирает 29% ответов, YouTube — 26%, Telegram — 24%;
- Новый вариант Twitch получил 7% ответов; данные за 2024 год по нему отсутствуют;
- Добавление Twitch меняет структуру ответов, поэтому доли площадок двух волн не полностью сопоставимы.

Сервисы записей игр по возрасту

Где смотрят видеозаписи игр представители разных возрастных групп?

2026. Опрос аудитории киберспорта: ответившие на вопрос; структура ответов внутри групп, %

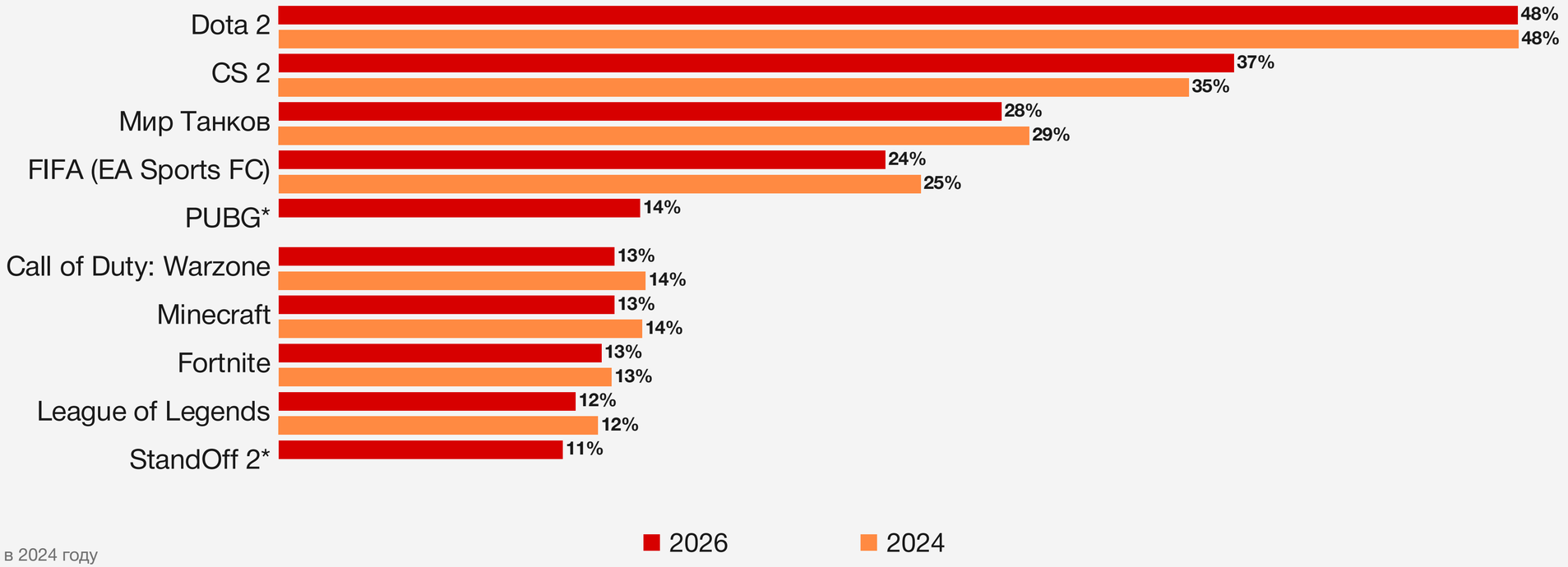


- Telegram получает 29% ответов аудитории 14–24 лет против 18% в группе от 35 лет;
- У старшей аудитории выше доля VK Видео и RUTUBE: вместе они получают 53% ответов;
- YouTube имеет близкие показатели в разных возрастах: от 25% до 27% выбранных ответов.

Популярные игры для просмотра записей: топ-10

Видеозаписи каких игр вы смотрели за последний месяц?

2026. Опрос аудитории киберспорта: ответившие на вопрос; доля ответивших, %



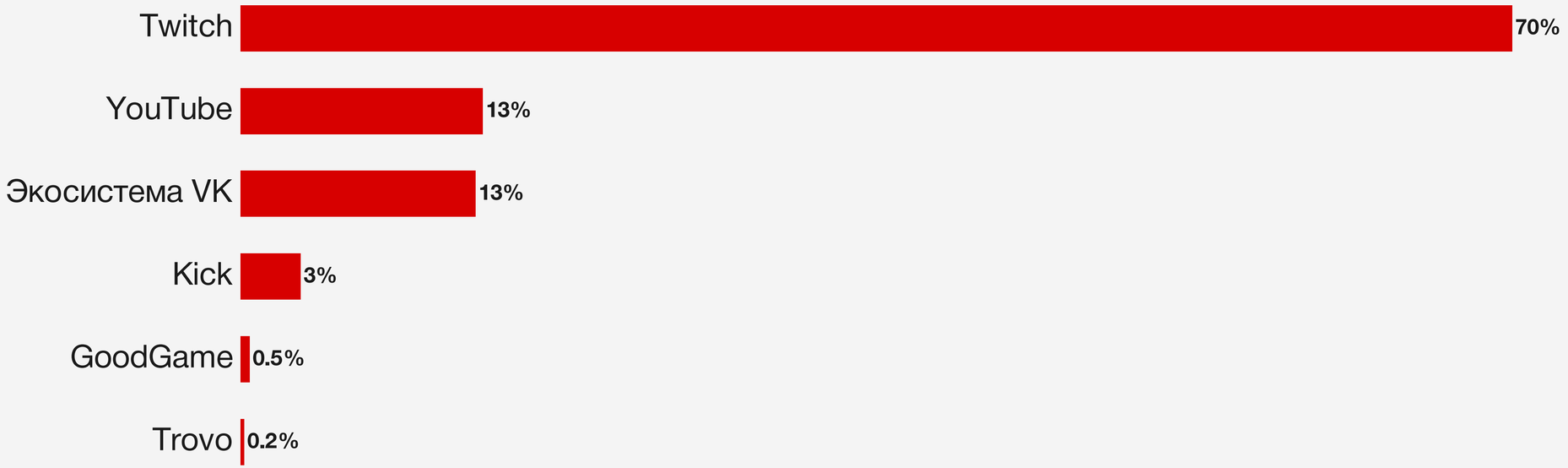
* не собирались в 2024 году

- Dota 2 сохраняет лидерство среди записей игр: её смотрят 48% зрителей, как и в 2024 году;
- Записи CS 2 выбирают 37% против прежних 35%, разрыв с лидером сократился;
- «Мир Танков» занимает третье место с 28% против 29% в 2024 году, FIFA (EA Sports FC) — четвёртое с 24% против 25%.

Сервисы просмотра прямых трансляций

Как распределяются предпочтения зрителей прямых трансляций игр?

2026. Опрос аудитории киберспорта: ответившие на вопрос; структура ответов, нормировано до 100%

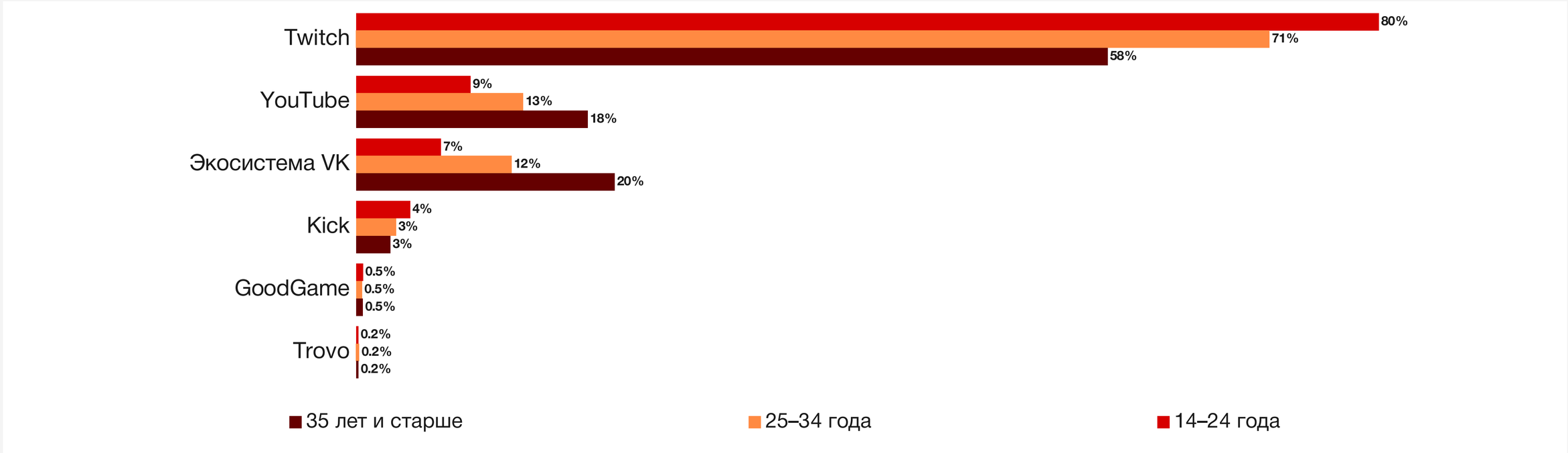


- Twitch занимает первое место среди сервисов прямых эфиров игр с 70% выбранных ответов;
- На YouTube и «Экосистему VK» приходится по 13% ответов;
- Kick получает 3% ответов, GoodGame — 0,5%, Trovo — 0,2%.

Сервисы прямых эфиров по возрасту

На каких сервисах смотрят прямые трансляции игр в разных возрастах?

2026. Опрос аудитории киберспорта: ответившие на вопрос; структура ответов внутри групп, %

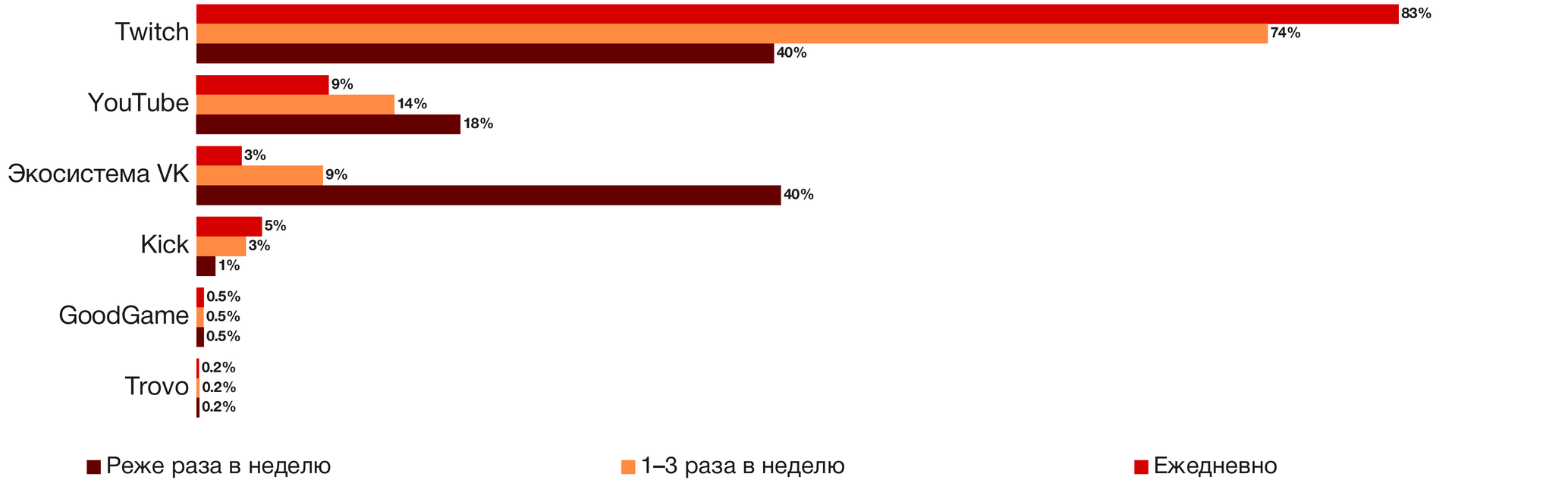


- Twitch лидирует во всех возрастах: 80% ответов у аудитории 14–24 лет и 58% в группе от 35 лет;
- «Экосистема VK» получает 20% ответов в старшей группе против 7% в младшей; YouTube — 18% и 9% соответственно;
- Kick получает 3–4% ответов, GoodGame — около 0,5%, Trovo — около 0,2% в каждой группе.

Сервисы и частота просмотра стримов

Как различаются сервисы у зрителей с разной частотой просмотра стримов?

2026. Опрос аудитории киберспорта: ответившие на вопрос; структура ответов внутри групп, %

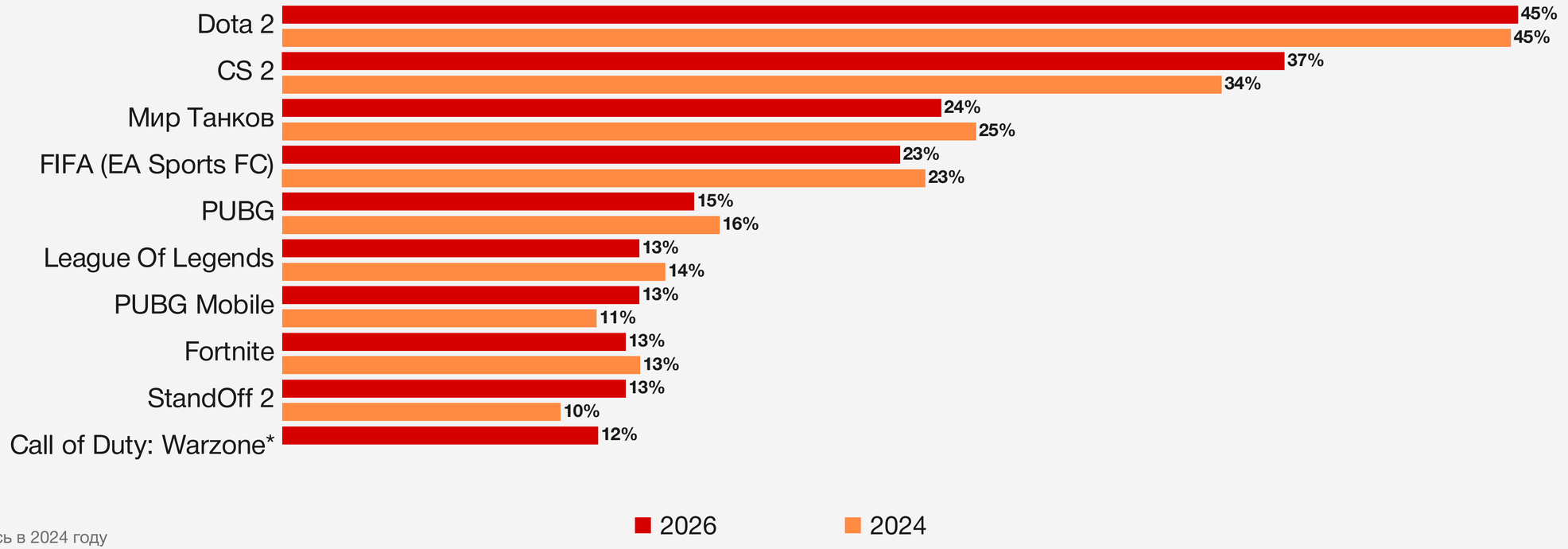


- Twitch получает 83% ответов у ежедневных зрителей и 40% у смотрящих стримы реже раза в неделю;
- «Экосистема VK» заметнее у редких зрителей: 40% ответов против 3% у ежедневных;
- Доля YouTube у редких зрителей составляет 18%, у ежедневных — 9%.

Популярные игры для просмотра стримов: топ-10

Прямые трансляции каких игр вы смотрели за последний месяц?

2026. Опрос аудитории киберспорта: ответившие на вопрос; доля ответивших, %



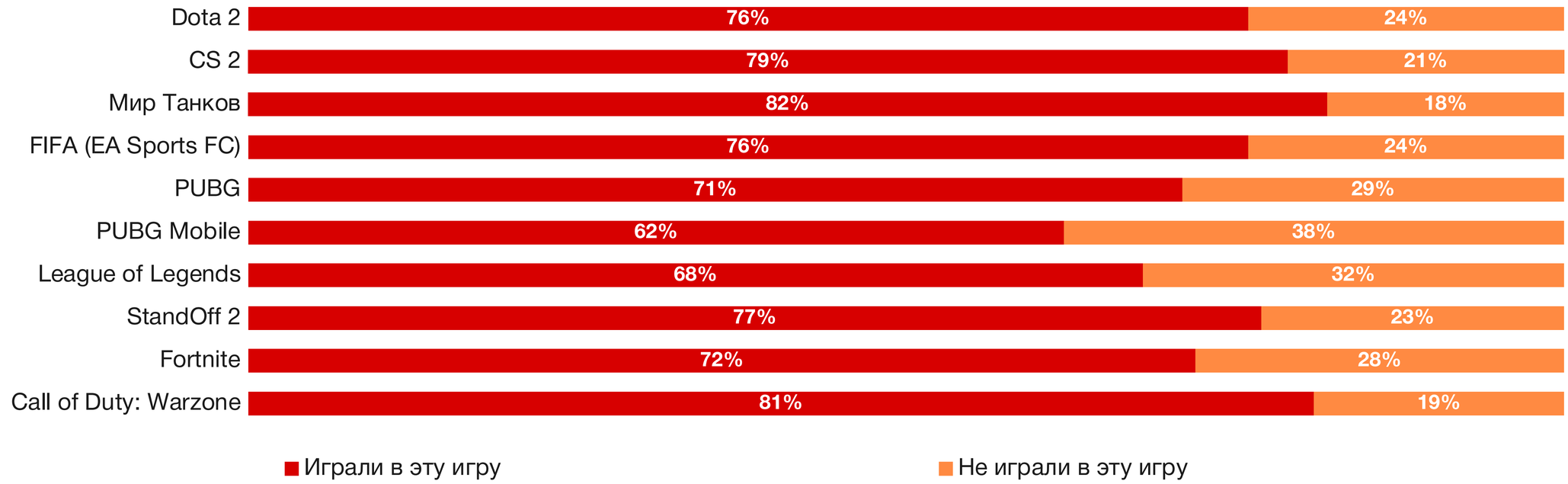
* не собирались в 2024 году

- Стримы Dota 2 смотрят 45% зрителей; игра остаётся первой в рейтинге;
- Доля зрителей CS 2 выросла с 34% до 37%, сократив отставание от лидера;
- PUBG Mobile и StandOff 2 выбирают по 13% зрителей против 11% и 10% соответственно в 2024 году.

Зрители стримов и личный игровой опыт

Какая доля зрителей стримов каждой игры также играла в неё за последний месяц?

2026. Опрос аудитории киберспорта: ответившие на оба вопроса; среди зрителей каждой игры, %



- Среди зрителей стримов «Мира Танков» 82% также играли в него за месяц; у Warzone этот показатель — 81%;
- В CS 2 играли 79% зрителей её стримов, в Dota 2 — 76%; просмотр не всегда сопровождается игрой;
- У PUBG Mobile доля зрителей с опытом игры составляет 62%, у League of Legends — 68%.

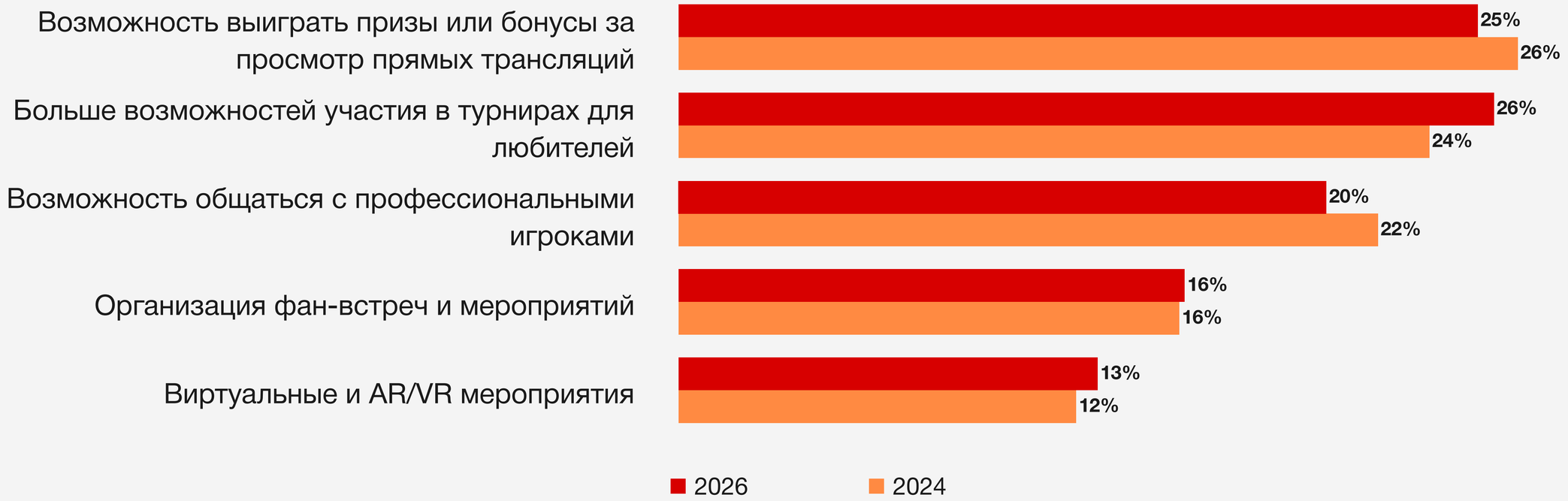
ЗАПРОСЫ АУДИТОРИИ И РАЗВИТИЕ КИБЕРСПОРТА

Ожидания от взаимодействия с киберспортом и направления развития отрасли.
Отдельный опрос аудитории киберспорта.

Ожидания аудитории

Какие возможности киберспорта вы хотели бы видеть чаще?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; структура ответов, %

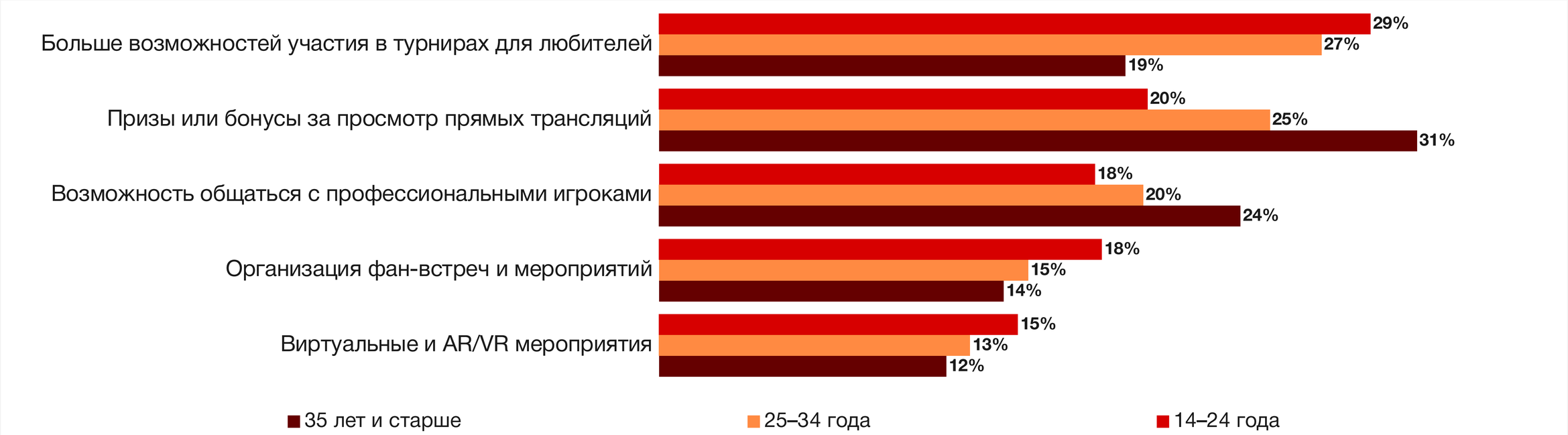


- Возможности участия в любительских турнирах стали главным ожиданием: 26% ответов против 24% в 2024 году;
- Призы и бонусы за просмотр трансляций получили 25% ответов против 26% в 2024 году;
- Запрос на общение с профессиональными игроками сократился с 22% до 20% в структуре ответов.

Ожидания от киберспорта по возрасту

Какие возможности для взаимодействия с киберспортом востребованы в разных возрастах?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; структура выбранных ответов внутри групп, %

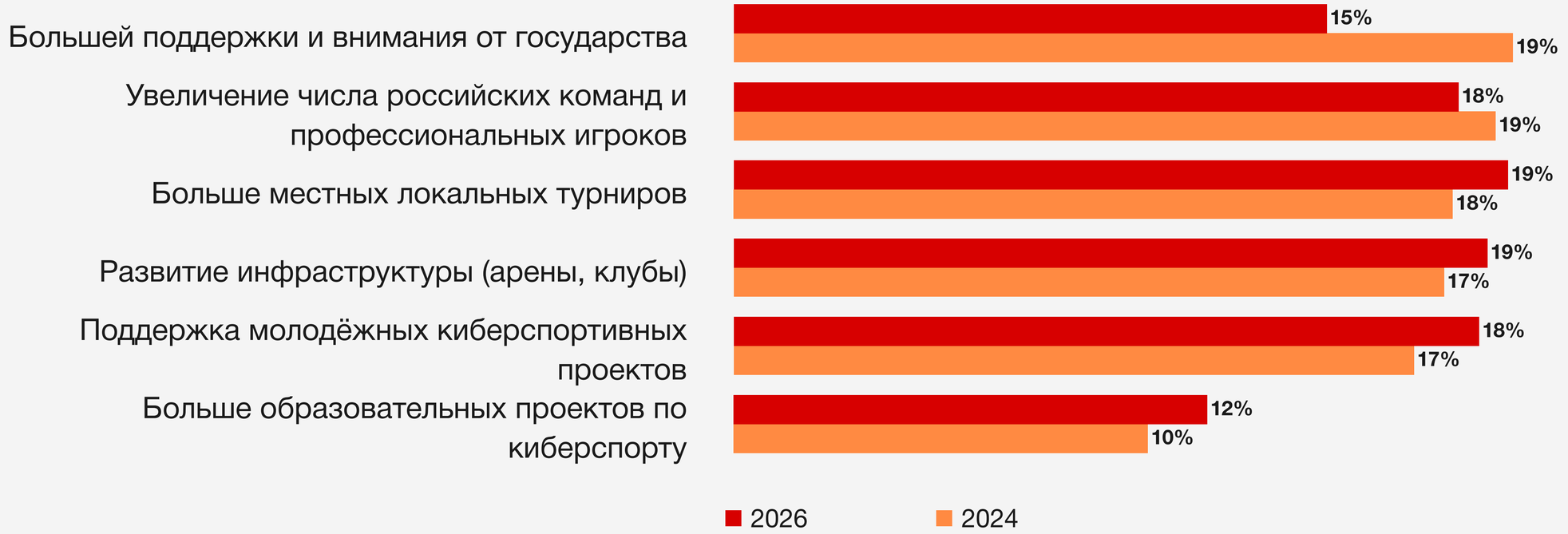


- Любительские турниры получают 29% ответов аудитории 14–24 лет и 19% — в группе от 35 лет;
- Призы и бонусы за просмотр наиболее заметны в старшей группе: 31% её ответов;
- Фан-встречи получают 18% ответов у молодых зрителей против 14% у аудитории от 35 лет.

Развитие киберспорта в России

Чего, на ваш взгляд, не хватает киберспорту в России для более полного удовлетворения ваших потребностей?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; структура ответов, %

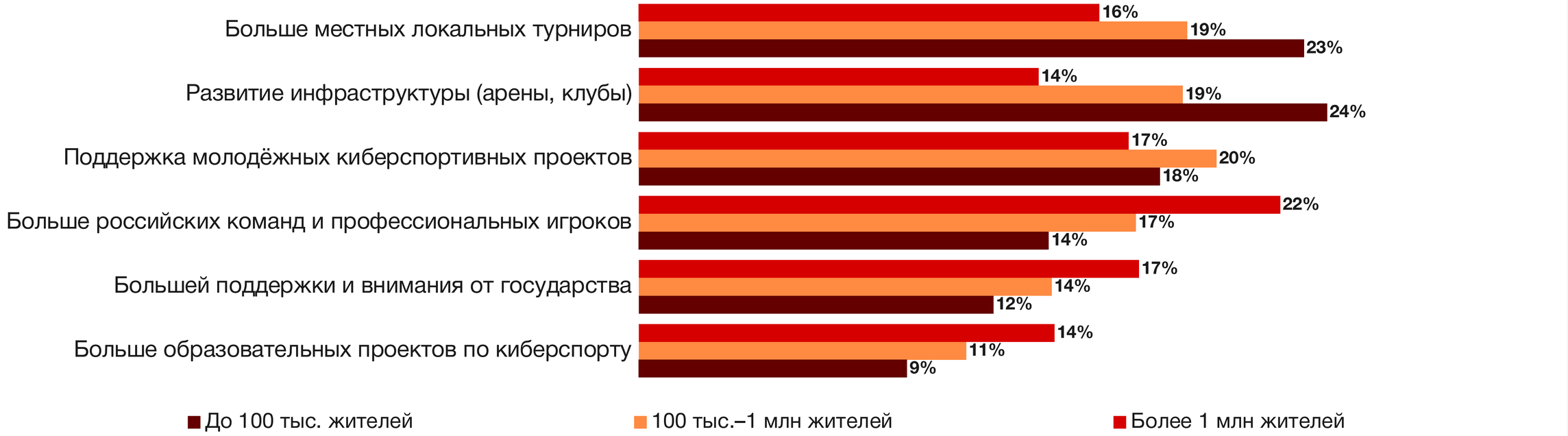


- Локальные турниры вышли на первое место с 19% ответов против 18% в 2024 году;
- Запрос на большую поддержку государства снизился с 19% до 15% в структуре ответов;
- Инфраструктура получила 19% ответов, молодёжные проекты — 18%; оба направления опередили господдержку.

Запросы к развитию в разных городах

Чего не хватает киберспорту жителям разных населённых пунктов?

2026. Опрос аудитории киберспорта: все участники; структура выбранных ответов внутри групп, %



- В небольших населённых пунктах турниры и инфраструктура вместе получают 47% ответов;
- Российские команды и игроки собирают 22% ответов в миллионниках и 14% — в населённых пунктах до 100 тыс.;
- Образовательные проекты получают 14% ответов в миллионниках и 9% — в небольших населённых пунктах.

ПОДРОБНЫЕ ВЫВОДЫ

Основные результаты по темам исследования
и различия между группами аудитории.

Подробные выводы

Охват и портрет аудитории

01

Крупнейшая возрастная группа — 25–34 года (37%). На людей 19–44 лет приходится 78% аудитории.

02

В социально-демографическом портрете женщины составляют около 40% изучаемой аудитории против 38% в 2024 году.

03

За киберспортом следят 33% участников общероссийского опроса против 29% в 2024 году. Среди мужчин охват — 44%, среди женщин — 23%.

Опрос населения: охват и социально-демографический портрет

Подробные выводы

Различия в вовлечённости

01

В возрасте 14–24 лет играют 89% опрошенных, следят за киберспортом 52%. Среди людей от 45 лет эти показатели составляют 46% и 18%.

02

Офлайн-события посещают 59% следящих за киберспортом в миллионниках и 34% в населённых пунктах до 100 тыс. жителей.

03

Карьера в киберспорте серьёзно интересует 24% участников турниров.

Опрос населения: охват и карьерные намерения; поведение следящих за киберспортом

Подробные выводы

Семьи изучаемой аудитории

01

В браке состоят 40% аудитории против 39% в 2024 году.

02

Доля аудитории с детьми выросла с 45% до 47%.

03

Одного ребёнка имеют 22%, двух — 18%. Без детей остаются 53% аудитории.

Опрос населения: социально-демографический портрет

Подробные выводы

Поддержка ребёнка со стороны родителей

01

К карьере ребёнка в киберспорте положительно относятся 48% играющих родителей школьников и 19% неиграющих.

02

Технику готовы оплачивать 80% родителей с доходом на человека свыше 100 тыс. руб. и 45% с доходом до 50 тыс. руб.

03

Даже среди противников карьеры ребёнка 60% готовы к моральной поддержке. Турниры и поездки согласны оплачивать 63% сторонников и 10% противников.

Опрос населения: родители школьников; доход учитывается среди указавших его

Подробные выводы

Доход изучаемой аудитории

01

Наиболее крупная доходная группа «20–50 тыс. рублей в месяц на человека в семье» сократилась с 42% до 37% за два года.

02

Доля аудитории с доходом 51–100 тыс. рублей на человека выросла с 25% до 30%.

03

Доход свыше 100 тыс. рублей на человека имеют 15% аудитории против 10% в 2024 году.

Подробные выводы

Различия в расходах на игры

01

Более 5 тыс. руб. в месяц на игры тратят 58% игроков с доходом свыше 100 тыс. руб. на человека и 11% с доходом менее 20 тыс. руб.

02

Среди игроков 14–24 лет 43% обходятся без расходов или укладываются в 1 тыс. руб. Более 5 тыс. руб. тратят 38% игроков 25–34 лет и 39% игроков от 35 лет.

03

При ежедневной игре более 5 тыс. руб. тратят 40% игроков; при игре два-три раза в месяц — 12%.

Опрос аудитории киберспорта: играющие не реже 2–3 раз в месяц

Подробные выводы

Игровые привычки и увлечения

01

В общероссийском опросе ежедневно играют на мобильных устройствах 45% игроков, на компьютере — 34%, на консоли — 7%.

02

В опросе аудитории киберспорта 76% игроков совмещают игру с просмотром контента против 72% в 2024 году.

03

Среди других увлечений аудитории киберспорта лидируют фильмы и сериалы (24% ответов), спорт (19%) и отдых на природе (13%).

Опрос населения: игровые привычки. Опрос аудитории киберспорта: игры и другие увлечения

Подробные выводы

Мотивы просмотра киберспортивного контента

01

В опросе аудитории киберспорта главные мотивы просмотра — интерес к самой игре (61%) и желание развлечься и отдохнуть (57%).

02

Освоить новые стратегии хотят 33% опрошенных. Среди ежедневных зрителей матчей этот мотив отмечают 45%, а интерес к самой игре — 73%.

03

Поддержать любимые команды и игроков хотят 27%, найти темы для общения с друзьями и знакомыми — 25% опрошенных.

Опрос аудитории киберспорта; доли респондентов

Подробные выводы

Форматы контента и выбор события

01

Эфиры турниров предпочитают 56% опрошенных против 53% в 2024 году. Трансляции стримеров выбирают 44% аудитории 14–24 лет и 24% аудитории от 35 лет.

02

Короткие нарезки и хайлайты выбирают 23% опрошенных против 16% в 2024 году.

03

Важны время эфира (44%), известность турнира (42%) и любимая команда (39%). Конкретный стример влияет на 31% аудитории 14–24 лет и 10% аудитории от 35 лет.

Опрос аудитории киберспорта; доли респондентов

Подробные выводы

Игры и сервисы просмотра

01

У игроков из опроса аудитории киберспорта за последний месяц лидируют Dota 2 (42%), CS 2 (36%) и «Мир Танков» (31%).

02

В структуре ответов о просмотре записей лидирует VK Видео (29%); далее YouTube (26%) и Telegram (24%).

03

В структуре ответов о прямых эфирах игр Twitch получает 70%, YouTube и «Экосистема VK» — по 13%, Kick — 3%.

Опрос аудитории киберспорта: игры и сервисы просмотра

Подробные выводы

Платформы и личный игровой опыт

01

В просмотре записей Telegram получает 29% ответов у аудитории 14–24 лет и 18% у аудитории от 35 лет; у старшей группы VK Видео и RUTUBE вместе получают 53%.

02

Twitch получает 80% ответов о прямых эфирах в группе 14–24 лет и 83% у ежедневных зрителей. Доля «Экосистемы VK» у редких зрителей — 40% против 3% у ежедневных.

03

В CS 2 играли за последний месяц 79% зрителей её стримов, в Dota 2 — 76%. Просмотр и личная игра не полностью совпадают.

Опрос аудитории киберспорта: сервисы просмотра и игры среди зрителей стримов

Подробные выводы

Ожидания и развитие киберспорта

01

Любительские турниры получают 26% ответов против 24% в 2024 году. В группе 14–24 лет их доля — 29%, в группе от 35 лет — 19%.

02

На призы и бонусы за просмотр приходится 25% ответов, на общение с профессиональными игроками — 20%, на фан-встречи — 16%.

03

Турниры и инфраструктура — примерно по 19% ответов, в населённых пунктах до 100 тыс. жителей — вместе 47%. Запрос на большую господдержку снизился с 19% до 15% ответов.

Опрос аудитории киберспорта; структура выбранных ответов

СБЕР | 185

арир

[исследование]

Анализ игровой аудитории среди клиентов Сбера

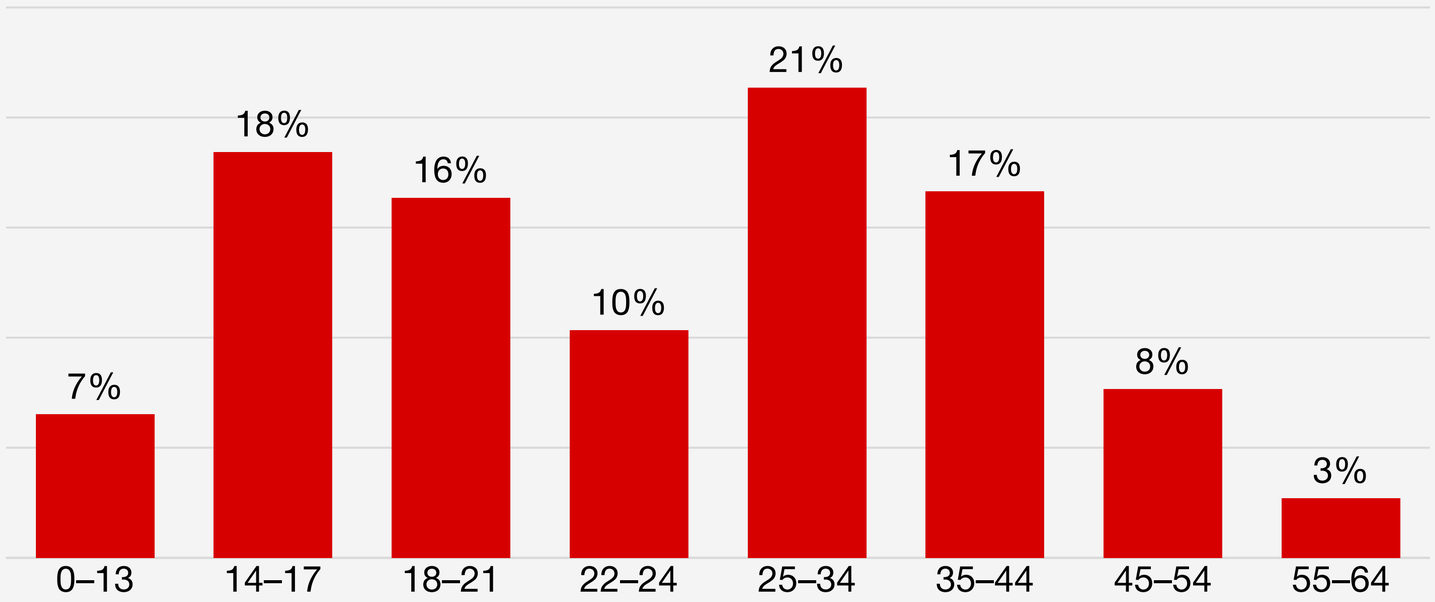
профиль и региональная структура

Данные по анализу транзакций клиентов Сбера
Октябрь 2026

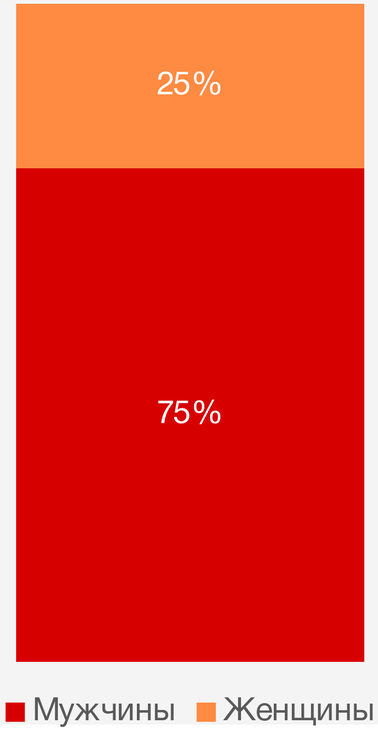
Больше половины (52%) клиентов с тратами на игры младше 25 лет.

Гендерная структура характеризуется значительным дисбалансом в пользу мужчин.

Возрастная структура клиентов игровых сервисов, %

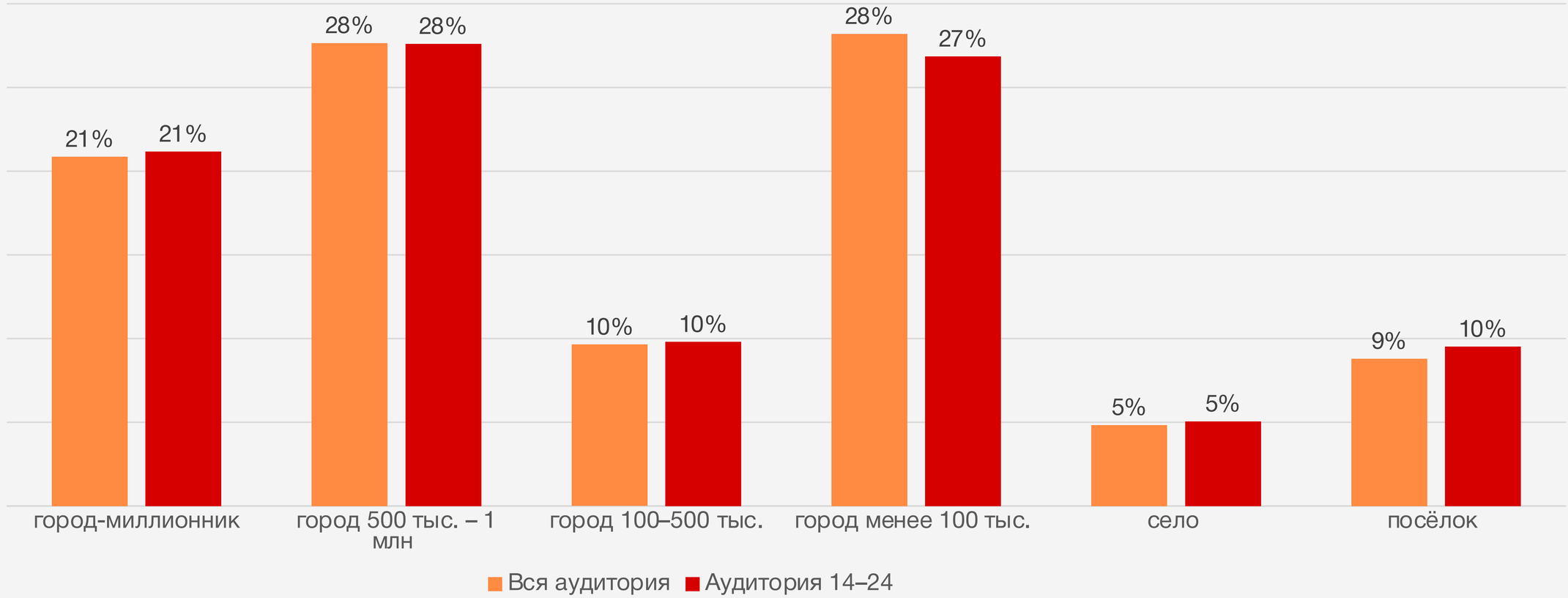


Структура клиентов игровых сервисов по полу, %

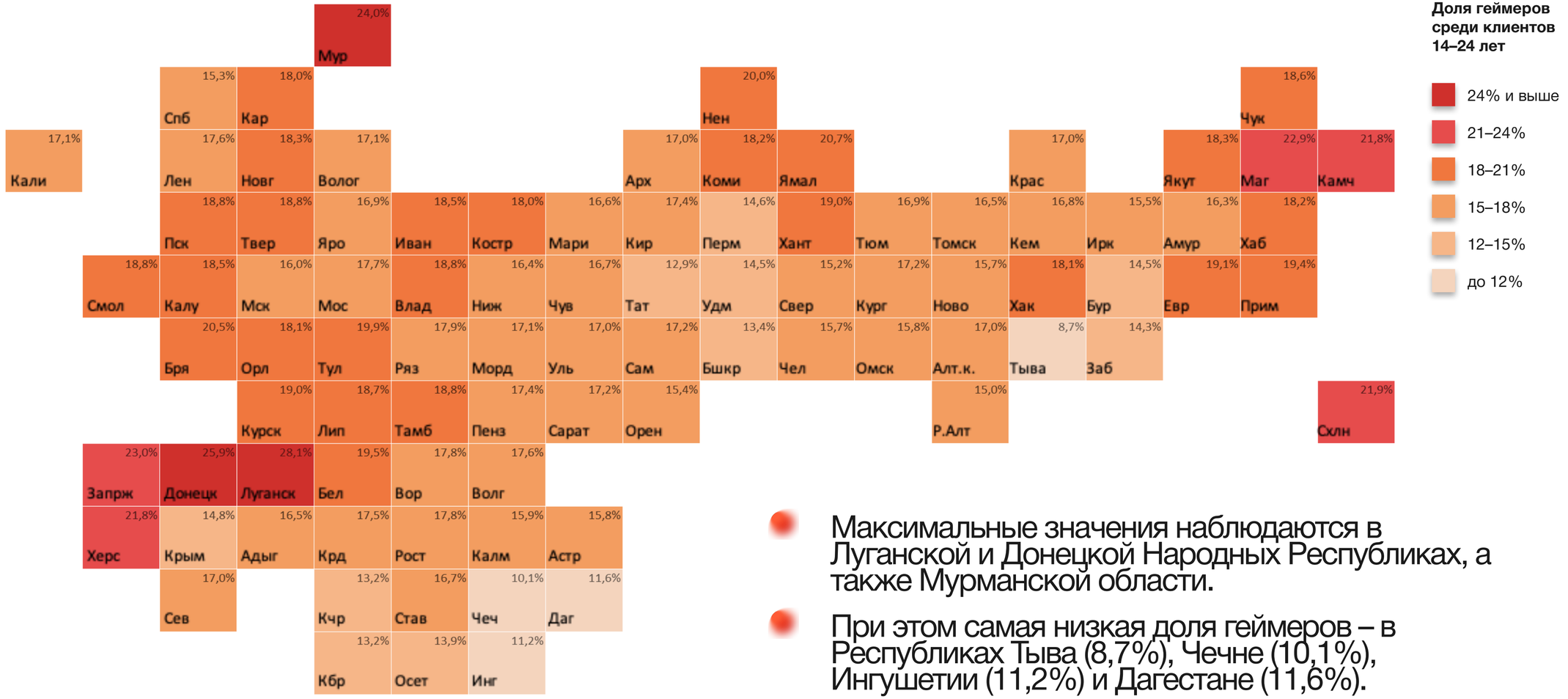


Молодая аудитория чаще представлена в небольших городах.

Структура игровой аудитории по типу населённого пункта, %

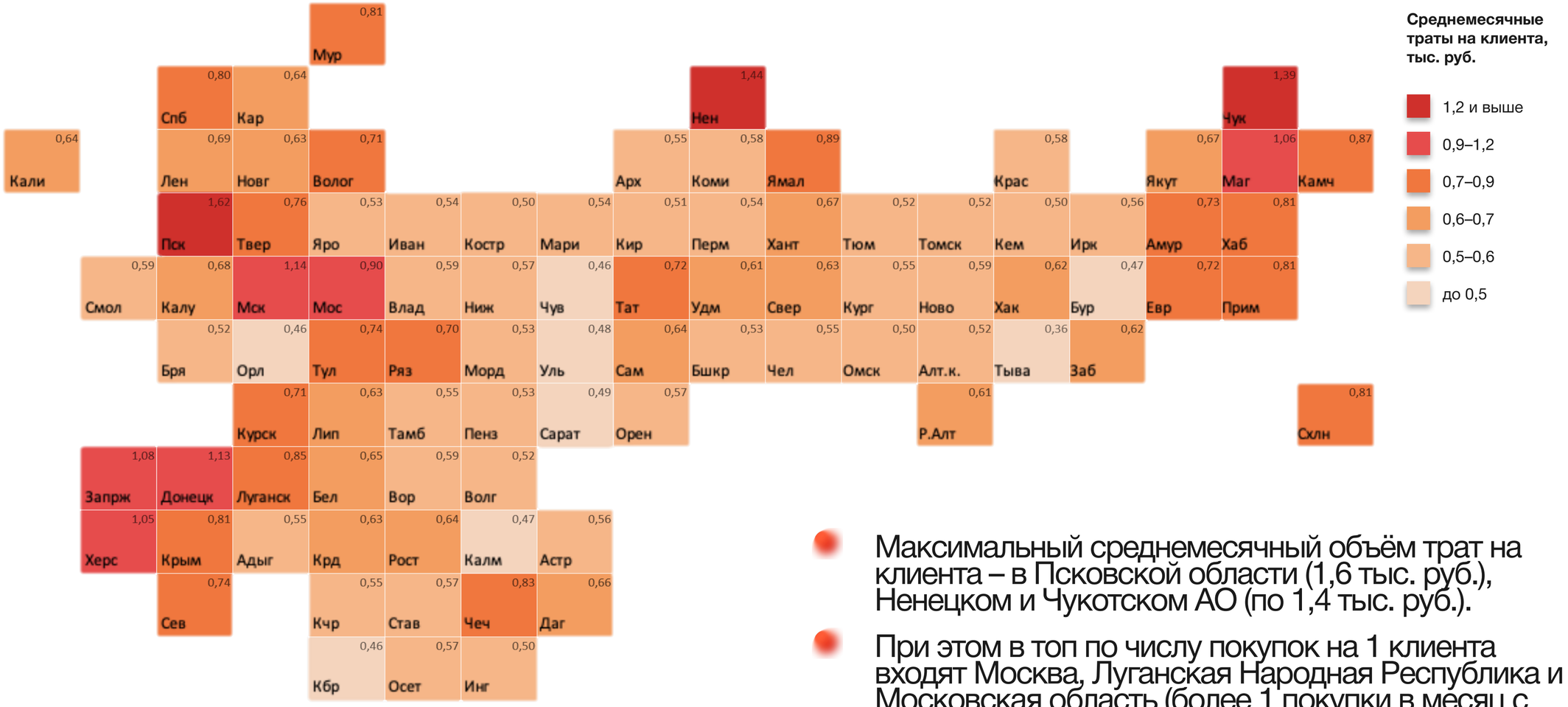


Доля геймеров среди клиентов в возрасте 14–24 года превышает 20% в отдельных регионах.



- Максимальные значения наблюдаются в Луганской и Донецкой Народных Республиках, а также Мурманской области.
- При этом самая низкая доля геймеров – в Республиках Тыва (8,7%), Чечне (10,1%), Ингушетии (11,2%) и Дагестане (11,6%).

Максимальные среднемесячные траты на 1 клиента с начала 2026 года – в Псковской области (1,6 тыс. руб.).



- Максимальный среднемесячный объём трат на клиента – в Псковской области (1,6 тыс. руб.), Ненецком и Чукотском АО (по 1,4 тыс. руб.).
- При этом в топ по числу покупок на 1 клиента входят Москва, Луганская Народная Республика и Московская область (более 1 покупки в месяц с начала 2026 года).

Доля геймеров среди клиентов в возрасте 14–24 года превышает 20% в отдельных регионах.

Топ-10 регионов по доле клиентов игровых сервисов (среди клиентов 14–24)



Топ-10 регионов по среднемесячным тратам на игровые сервисы (в тыс. руб.)

