

Гейминг в России-2026

Отношение общества, популярность
игровых практик, социальные
и экономические эффекты

/*организация
развития
видеоигровой
индустрии*/

При поддержке

IFS

Полевое исследование

НАФИ

Москва,
январь 2026, №2

Крупнейшее социологическое
исследование по видеоиграм в России





Василий Овчинников,
руководитель Органи-
зации развития видео-
игровой индустрии
(РВИ), генеральный
директор ИФСИ

От ощущений и догадок к реальным цифрам. Зачем мы взялись за это исследование.

Друзья, коллеги, все, кто работает и развивается в геймдеве и интересуется видеоигровой индустрией в целом, приветствую вас.

В начале 2022 года РВИ и НАФИ выпустили первое масштабное исследование российской игровой аудитории. По сути, это была фиксация состояния индустрии накануне серьёзных изменений. Практически сразу после проведения исследования трансформировалось почти всё: рынок, каналы дистрибуции, поведение игроков, сами условия работы индустрии.

Прошло три года. Для игровой индустрии это значительный срок. Рынок изменился, аудитория выросла и стала более разнообразной, отношение к видеоиграм постепенно эволюционирует как внутри профессионального сообщества, так и за его пределами. Очевидно, что опираться на прежние представления сегодня уже недостаточно.

Ситуация вокруг видеоигр в России по-прежнему выглядит противоречивой. С одной стороны, это крупная индустрия с серьёзным экономическим, технологическим и кадровым потенциалом. С другой — в общественном поле до сих пор сохраняются устаревшие стереотипы: видеоигры воспринимаются как детское увлечение, как сомнительная с точки зрения пользы активность или как ниша без устойчивой экономики.

Проблема в том, что аргументированная дискуссия часто упирается в нехватку актуальных данных. Полноценных и глубоких исследований российской аудитории по-прежнему немного. Мы регулярно обращаемся к западной и азиатской аналитике, однако российский рынок имеет собственную специфику, свои модели потребления и культурный контекст.

Именно поэтому мы в РВИ продолжаем эту исследовательскую работу. Наша задача — не просто закрыть информационный пробел, а предоставить индустрии, бизнесу и государственным структурам надёжную фактическую основу для принятия решений и стратегического планирования.

Отдельную благодарность хочу выразить команде Аналитического центра НАФИ. Коллеги проделали действительно масштабную работу. Это не формальный опрос о предпочтениях игроков, а комплексное социологическое исследование, затрагивающее темы семьи, досуга, доходов, киберспорта, карьерных траекторий и роли видеоигр в повседневной жизни с разбивкой по крупным городам России.

В этом исследовании мы сделали ещё один важный шаг вперёд. Мы не стремимся монополизировать интерпретацию полученных данных. Поэтому вместе с публикацией отчёта открываем доступ к обезличенной базе результатов для научного сообщества.

Мы передаём этот инструмент студентам, аспирантам, исследователям, социологам и маркетологам. Используйте наши данные, анализируйте, находите новые связи, спорьте с нашими выводами, дополняйте их. Пусть на этой базе появляются курсовые и дипломные работы, статьи и диссертации. Чем больше людей будут изучать видеоигры как серьёзный социальный и экономический феномен, тем быстрее индустрия выйдет из тени стереотипов и будет развиваться на зрелой и профессиональной основе.

Приглашаю вас внимательно изучить результаты исследования и использовать эти данные в своей работе.



**Гузелия Имаева,
генеральный директор
Аналитического центра
НАФИ**

Наше новое исследование, посвященное социальным и экономическим аспектам видеоигр, — это, по сути, попытка трезво и масштабно взглянуть на феномен, который уже давно стал частью повседневной жизни большинства россиян, но до сих пор нередко остается заложником стереотипов. Сегодня видеоигры — уже не нишевое увлечение, а один из самых массовых форматов досуга. С той или иной регулярностью в них играют три четверти россиян старше 14 лет, а совокупная аудитория с учетом детей достигает более 100 миллионов человек.

Для нас было принципиально важно изучить видеоигры не только как развлечение, но и как социально-экономический феномен. Исследование фиксирует, что гейминг тесно вплетен в повседневные практики, влияет на стиль жизни, способы коммуникации, ценности и даже финансовое поведение россиян. Мы видим, что видеоигры становятся пространством социализации, снятия стресса, развития навыков, а для части аудитории — элементом профессиональной траектории, связанной с киберспортом.

Полученные данные важны сразу для нескольких аудиторий. Для государства и регуляторов — это основа для взвешенной политики в сфере креативных индустрий, образования, работы с детьми и подростками. Для бизнеса и разработчиков — понимание масштабов рынка и барьеров его роста, жанровых предпочтений и платежных моделей. Для образовательного сообщества и родителей — более точное представление о том, как и зачем играют дети и взрослые, где проходят границы рисков и где, напротив, скрыт потенциал развития.

Среди ключевых результатов нашего исследования можно отметить то, что мы выявили рост регулярной игровой практики среди взрослых россиян за последние годы, высокую долю мобильного гейминга, а также противоречивое отношение общества к видеоиграм. Так, несмотря на признание их развивающего и культурного потенциала, среди россиян распространены опасения, связанные с игровой зависимостью и влиянием видеоигр на здоровье и учебу. Этот разрыв в восприятии особенно важен — он показывает, в каких вопросах необходимы диалог, просветительская работа и борьба с мифами.

Работая над этим исследованием, мы не ставили перед собой цель выявить все «за» и «против» видеоигр. Наша цель — понимание реальности, в которой мы живем, попытка найти баланс между свободой цифрового выбора, ответственностью и возможностями развития рынка. Именно такой взгляд, основанный на данных, а не на эмоциях, сегодня необходим всем участникам индустрии.

1

Об исследовании

Цель исследования	8
Методология	9

2

Основные выводы

Практики гейминга россиян разнообразны	13
Сравнение геймеров из разных городов-миллионников	15

3

Результаты исследования

Масштаб и профиль геймерской аудитории	23
Практики гейминга	37
Популярные жанры видеоигр	53
Денежные затраты на видеоигры	65
Мотивация, ценности и стиль жизни геймеров	75
Видеоигры как феномен культуры и спорта	81
Масштаб и особенности геймерской аудитории по городам-миллионникам	91

Гейминг в России:

Отношение общества,
популярность игровых практик,
социальные и экономические эффекты

Крупнейшее
социологическое исследование
по видеоиграм в России

1

Об

исследовании

Цель исследования

Определить отношение общества к видеоиграм, распространенность игровых практик, социальные и экономические эффекты гейминга для оценки потенциала развития данной индустрии в России в ближайшие годы.

Задачи исследования

1. Описать геймерскую аудиторию (масштаб, структуру, профиль):

- Доля геймеров среди всего населения (вкл. детей и подростков);
- Специфика игровых практик среди мужчин и женщин;
- Демографический, поколенческий и ценностный портрет геймеров и негеймеров;
- Степень вовлеченности и мотивы разных типов игроков: «отрицающие», «случайные», «регулярные» игроки;
- Динамика изменения интереса к играм за последние годы.

2. Изучить видеоигры как феномен культуры и спорта:

- Восприятие видеоигр как формы досуга, культуры, спорта;
- Сравнительный анализ отношения к видеоиграм между играющими и неиграющими;
- Распространенные стереотипы и мифы о видеоиграх («насилие», «зависимость» и др.);
- Оценка готовности неиграющих попробовать видеоигры;
- Уровень осведомленности населения о киберспорте и профессиях в сфере геймдева;
- Роль игровых сообществ.

3. Изучить практики гейминга (время, деньги, платформы, жанры):

- Место видеоигр в рейтинге других форм досуга и диджитал-увлечений;
- Среднее время, проводимое в играх ежедневно/ еженедельно;
- Частота игр;
- Объем денежных затрат на игры: покупки, подписки, внутриигровые предметы;
- Популярные жанры;
- Любимые игры;

- Подходы к оплате подписок и использование иностранных аккаунтов;
- Основные устройства для гейминга: смартфон, планшет, ПК, консоль;
- Знание и спрос на отечественные игры;
- Популярные игровые медиа;
- Форматы потребления: загрузка, облачный гейминг, потоковое вещание (стримы).

4. Изучить мотивацию, ценности и стиль жизни геймеров:

- Мотивация и демотивация к игре;
- Ценности и интересы геймеров: какие темы им близки, какие медиа потребляют, как проводят свободное время;
- Оценка связи между игровыми привычками и другими цифровыми практиками (соцсети, стримы, просмотр контента).

Методология

Всероссийский опрос проведен Аналитическим центром НАФИ в октябре 2025 г.

Метод опроса

Количественное исследование, онлайн-опрос (CAWI) по готовой панели респондентов.

Целевые аудитории

Граждане РФ в возрасте 14 лет и старше (включая подгруппу родителей детей от 7 до 14 лет).

Выборка

4 600 респондентов (включая 791 родителя детей от 7 до 14 лет). Выборка репрезентирует генеральную совокупность по полу, возрасту, федеральным округам проживания, городам-миллионникам (согласно данным Росстата). Максимальный размер статистической погрешности данных — 1,4%.

4 600 респондентов

География

Вся Россия.

Опрос проведен в соответствии с Нормами качества ОИРОМ.



Гейминг в России:

Отношение общества,
популярность игровых практик,
социальные и экономические эффекты

Крупнейшее
социологическое исследование
по видеоиграм в России

2

Основные выводы

Основные выводы

Играют в видеоигры с той или иной периодичностью **75% россиян 14 лет и старше**. Это около **92 млн. человек**. Каждый четвертый (24%) играет раз в неделю или пару раз в месяц, а каждый пятый (18%) — пару раз в полгода или реже. Каждый четвертый никогда не играл в видеоигры.

Каждый или почти каждый день уделяют время видеоиграм треть россиян в возрасте от 14 лет (33%). **Видеоигры — это 4-й по распространенности вид регулярного досуга** после социальных сетей и развлекательных платформ в интернете (83%), просмотра телевидения, фильмов и сериалов дома (68%), прослушивания музыки, аудиокниг и подкастов (53%).

В то же время **69% родителей отмечают**, что их **дети в возрасте от 7 до 14 лет вовлечены в видеоигры**. Детскую аудиторию видеоигр можно оценить в размере от 14 до 18 млн. человек.

Совокупная аудитория видеоигр составляет **от 106 до 110 млн. человек** в возрасте 7 лет и старше (78–81% от численности населения РФ).

Если говорить про совершеннолетних граждан РФ, то играют в видеоигры ежедневно также каждый третий (34%)¹. Этот показатель вырос за 3 года с 2022 года на 11 п.п. (с 23%)². Примерно на том же уровне осталась доля россиян в возрасте 18 лет и старше, посвящающих видеоиграм время один-два раза в неделю: 16% в 2022 году и 18% в 2025 году.

Несмотря на высокую вовлеченность в видеоигры, **называет себя геймером только каждый шестой игрок в видеоигры** (17%). Среди игроков наиболее распространено представление о геймере как о человеке, который увлечен видеоиграми и много времени проводит за ними, при этом необязательно играет хорошо и в разные виды видеоигр (35%).

4 из 10 россиян в целом и 5 из 10 геймеров включают видеоигры в список своих цифровых хобби.

3 из 4 россиян в возрасте от 14 лет играют в видеоигры

Доля совершеннолетних геймеров увеличилась за 3 года

9 из 10 геймеров от 14 лет играли в видеоигры хотя бы раз за месяц

1. Под геймерами в данном исследовании подразумеваются люди, уделяющие время видеоиграм часто, иногда или редко (пользующиеся любым из перечисленных устройств: телефон, планшет, ПК, ноутбук, игровая консоль).

2. НАФИ: ГЕЙМИНГ В РОССИИ — 2022. Социальные и экономические эффекты. URL: <https://nafi.ru/projects/it-i-telekom/geyming-v-rossii-2022-sotsialnye-i-ekonomicheskie-effekty/>.

Практики гейминга россиян разнообразны

Продолжительность игры

У 57% геймеров один игровой сеанс обычно длится до 1 часа. В то же время более трети геймеров (36%) без перерыва играют более 1 часа.

В среднем суммарно за неделю российские геймеры, уделявшие видеоиграм время за последний месяц, играли 13 часов.

Устройства

Для видеоигр 7 из 10 геймеров (73%) используют мобильные телефоны или планшеты, 4 из 10 (40%) — компьютер или ноутбук, 1 из 10 (11%) — игровые консоли Xbox и PS.

Жанры

Среди играющих на компьютере наиболее популярными жанрами являются шутеры (37%) и головоломки (31%). Игроки на консоли отдают предпочтения ролевым играм (36%), а также приключенческим играм, гонкам и симуляторам (по 31–32%). А среди жанров мобильных игр больше всего поклонников у головоломок (54%).

Стратегии игры

Более половины игроков отдают предпочтение одиночной стратегии игры (53%). В то же время более трети (40%) всегда или иногда играют с командой.

Категории покупок

Каждый пятый игрок делал внутриигровые покупки, каждый девятый приобретал цифровые копии видеоигр. 8% оформляли подписки на видеоигры. 6% покупали физические копии, а 5% — игровые пропуски.

Расходы

Совокупные затраты россиян составили около 175 млрд. рублей. В среднем, каждый игрок, совершавший покупки, израсходовал около 5 100 рублей за год.

4 из 10 геймеров совершали за последний год покупки, связанные с видеоиграми

Способы получения игр

Половина геймеров за последний год получали доступ к новым видеоиграм. Каждый четвертый игрок скачивал игры нелегально — с торрента. В то же время лицензионные версии онлайн приобретали 13%, а оффлайн — 12%.

Использование зарубежных аккаунтов

Каждый четвертый игрок на ПК или консоли (25%) использует зарубежные аккаунты для доступа к видеоиграм и их оплаты.

Мотивы и ценности

Российские геймеры играют, чтобы побороть скуку (39%), развить навыки и умения (18%).

Они ценят игры как уникальный формат досуга, способ социализации и снятия стресса.

Ценности геймеров включают интерес к разнообразным, в т.ч. и инновационным, формам досуга. Они активнее негеймеров вовлечены в цифровые практики, включая соцсети, стримы и блоги.

Знание российских видеоигр

2 геймера из 3 (64%) знают как минимум одну компьютерную игру, созданную с большим количеством разработчиков из России. 5 из 10 (52%) знают хотя бы одну отечественную мобильную игру.

Каждый второй игрок, знающий отечественные видеоигры, в них играл.

Основные препятствия к восприятию видеоигр как формы досуга среди тех, кто ими не увлекается, включают предпочтения альтернативных видов отдыха (38%), восприятие видеоигр как бесполезного занятия (32%) и нехватку свободного времени (31%).

Установки и стереотипы

6 из 10 россиян согласны с тем, что видеоигры развивают полезные навыки (62%) и целеустремленность (60%), помогают снять стресс (61%) и требуют серьезной подготовки в современном киберспорте (59%). Более половины видят в них способ общения (56%) и уникальный, интерактивный способ развлечения (52%), допустимый вариант профессии (50%). При этом каждый второй россиянин отмечает негативное влияние видеоигр на успеваемость детей (56%), риск зависимости (55%) и вред здоровью (52%).

Геймеры более положительно оценивают культурную ценность игр, в отличие от неигроков, которые акцентируют внимание на рисках и негативных стереотипах.

**Половина
геймеров играют
в видеоигры ради
расслабления (44%)**

**Только 9% негей-
меров выражают
желание начать
играть в будущем**

**В российском обще-
стве преобладают
позитивные взгляды
на видеоигры**

Осведомленность о киберспорте

18% россиян считают, что они хорошо знают, что такое киберспорт. С 2022 года³ этот показатель среди совершеннолетних россиян не изменился (17%).

В то же время 9 из 10 россиян (86%) выбирают верное определение из списка: киберспорт — это соревнования по видеоиграм, в которых игроки или команды борются за победу и призовые фонды.

Сравнение геймеров из разных городов-миллионников

Частота игры

Наиболее часто играют геймеры из Уфы — 79% из них включаются в видеоигры один раз в неделю и чаще. Для сравнения — с такой же частотой играют 64% геймеров-казанцев, по 67% петербуржцев, пермяков и нижегородцев, 68% краснодарцев, 69% воронежцев.

Также среди играющих уфимцев выше, чем среди жителей остальных городов-миллионников, доля тех, кто отмечает, что стал проводить больше времени за видеоиграми за последний год — 24%.

Продолжительность игрового сеанса

Дольше всего без перерыва играют геймеры из Волгограда — 17% из них одному игровому сеансу уделяют от 3 до 5 часов, — и из Челябинска — 13%. С такой же продолжительностью играют от 3 до 10% проживающих в других городах-миллионниках.

Среди пермяков более распространена, по сравнению с другими горожанами, практика игры от 30 минут до 1 часа (47%).

При этом каждый четвертый игравший за прошедший месяц волгоградец (26%) провел за видеоиграми на прошлой неделе от 7 до 14 часов, а каждый четвертый челябинец (26%) — 15 часов и более.

Устройства

Среди жителей всех городов-миллионников наиболее популярно использование мобильного телефона или планшета для видеоигр. На втором месте по востребованности — персональный компьютер.

Однако для волгоградцев менее свойственно использование этих устройств — 62% играют с мобильного гаджета (к примеру, среди пермяков таких 76%), 41% — с компьютера (например, среди казанцев

3. НАФИ: ГЕЙМИНГ В РОССИИ — 2022. Социальные и экономические эффекты. URL: <https://nafi.ru/projects/it-i-telekom/geyming-v-rossii-2022-sotsialnye-i-ekonomicheskie-effekty/>.

таких 61%). При этом среди волгоградцев, как и среди нижегородцев, более распространена, чем среди остальных, практика игры на игровой консоли к телевизору (по 22% волгоградцев и нижегородцев).

Стратегии игры

Стратегия одиночного прохождения игр распространена среди жителей всех городов-миллионников, однако более предпочтительной она оказывается для геймеров-петербуржцев (64% предпочитают играть в одиночку), нижегородцев (63%) и пермяков (62%). Для сравнения — без команды обычно играют 45% казанцев, по 49% волгоградцев и ростовчан.

При этом предпочтение только командных игр наиболее характерно для волгоградцев (27% предпочитают играть с другими игроками) и наименее — для нижегородцев (10%).

Жанры компьютерных игр

Предпочтения жанров компьютерных игр различаются в зависимости от города проживания. Так, головоломки наиболее востребованы среди играющих на компьютере москвичей (40%), петербуржцев (41%), екатеринбуржцев (39%), нижегородцев (39%), уфимцев (38%).

У волгоградцев, в отличие от жителей других городов, на первом месте стоят ролевые игры (RPG) (36%).

В стратегии и гонки больше всего играют жители Ростова-на-Дону (38% и 36% соответственно).

Новосибирцы предпочитают играть в шутеры (48%) и симуляторы (37%). Любовь к симуляторам также разделяют и екатеринбуржцы (37%).

Жанры мобильных игр

Головоломки — самый популярный жанр у играющих на мобильных устройствах из всех городов. Однако больше всего приверженцев данного жанра среди воронежцев (74%) и самарцев (66%).

Екатеринбуржцы сохраняют предпочтение симуляторов и в играх на телефоне или планшете, в отличие от жителей других городов (30%).

Среди уфимцев выше, чем среди остальных, доли предпочитающих шутеры и гонки (по 27%).

Мотивы

Желание расслабиться и стремление занять время являются ключевыми факторами, побуждающими к видеоиграм. Однако, если сравнивать жителей городов-миллионников, скука как драйвер более

свойственна казанцам (48%), красноярцам и екатеринбуржцам (по 45%). Для сравнения — когда нечем заняться, играют в видеоигры 35% москвичей, 34% уфимцев, 33% нижегородцев.

Возможность поиграть с друзьями больше всего привлекает самарцев (18%), челябинцев (17%), екатеринбуржцев (20%). Последние в свою очередь также более склонны, нежели жители других городов, начинать игровую сессию, если хотят пообщаться с другими игроками (18%) и погрузиться в познание новых миров, историй, которых нет в реальности (25%).

Появление новых интересных игр больше остальных мотивирует челябинцев (31%) и новосибирцев (30%).

29% жителей Уфы отмечают, что играют ради развития навыков. Эта доля выше, чем среди жителей других городов: например, ради усовершенствования реакции, логики играют 15% омичей, по 16% казанцев и ростовчан, 17% нижегородцев.

Привычка как мотив к видеоиграм более свойственна для москвичей — 26%. Для сравнения, по привычке играют 13% омичей, 15% нижегородцев.

Категории покупок

Практика совершения покупок в части видеоигр наименее популярна среди петербуржцев — из них 69% не приобретали игры или что-либо в них. Для сравнения, никакие покупки не совершали 53% ростовчан.

При этом ростовчане больше жителей остальных городов-миллионников склонны к внутриигровым тратам (27%).

Меньше же всех тратят на внутриигровые атрибуты уфимцы — 14%. В то же время среди них выше доли оформлявших подписки на видеоигры (17%) и приобретавших цифровые копии видеоигр (19%).

Использование зарубежных аккаунтов

Использование аккаунтов из других стран для доступа к видеоиграм и их оплаты более характерно для жителей Волгограда, по сравнению с жителями других городов-миллионников, — пользуются ими 23% волгоградцев.

Участие в игровых сообществах

Участников игровых сообществ существенно больше среди волгоградцев: 35% геймеров из Волгограда состоят в чатах, форумах, гильдиях. Среди жителей других городов-миллионников данный показатель колеблется от 17% до 27%.

Способы получения игр

Больше всех среди жителей городов-миллионников за последний год скачивали видеоигры краснодарцы — 63%. При этом они активнее остальных использовали разные способы получения игр.

Так, например, краснодарцы больше других склонны к скачиванию игр с торрента (36%). Для сравнения — в Санкт-Петербурге к нелегальным способам обращаются 18%, а в Москве — 24%.

При этом покупка лицензионных версий видеоигр в онлайн-магазинах наиболее характерна для жителей Воронежа (28%) и Челябинска (27%), а в оффлайн-магазинах — для жителей Самары (14%).

А покупка ключей к играм на сторонних сайтах наиболее востребована среди краснодарцев (17%), уфимцев (16%), красноярцев и волгоградцев (по 15%).

Среди петербуржцев выше доля тех, кто за последний год не получал новые игры — 62%.

Гейминг в России:

Отношение общества,
популярность игровых практик,
социальные и экономические эффекты

Крупнейшее
социологическое исследование
по видеоиграм в России

3

Результаты исследования

Гейминг в России:

Отношение общества,
популярность игровых практик,
социальные и экономические эффекты

Крупнейшее
социологическое исследование
по видеоиграм в России

3.1

Масштаб и профиль геймерской аудитории

Место видеоигр в досуге россиян⁴



Свободное время россияне чаще всего проводят в социальных сетях, на развлекательных платформах в интернете, а также за просмотром кино, сериалов и телевизора дома и за прослушиванием музыки и подкастов.

С той или иной периодичностью более двух третей россиян читают книги, ходят в кино, театры и музеи, путешествуют, занимаются рукоделием, спортом и играют в видеоигры на компьютере / консоли / планшете / телефоне, в настольные игры, а также проходят дополнительное обучение.

Видеоигры занимают восьмую строчку рейтинга из 11 увлечений.

Женщины уделяют больше времени, нежели мужчины, чтению книг (60% женщин читают книги пару раз в месяц и чаще, в то время как среди мужчин таких 53%), творчеству (55% женщин против 46% мужчин), обучению (37% против 33%).

А мужчины больше свободного времени посвящают занятиям спортом (55% мужчин тренируются пару раз в месяц и чаще, среди женщин таких 44%), настольным играм (37% против 27%) и видеоиграм (64% против 50%).

Примечательно, что по мере увеличения возраста сокращается частота прослушивания музыки, обучения, занятий спортом, посещения музеев и театров, увлечения настольными играми и видеоиграми, и возрастает частота просмотра ТВ и кино дома.

4. S4. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные, n=4 600. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто. Здесь и далее данные на графиках представлены в %.

Место видеоигр в рейтинге цифровых хобби россиян⁵



У 7 из 10 россиян есть хотя бы одно цифровое хобби. Видеоигры в данном рейтинге занимают лидирующую позицию: 4 из 10 россиян причисляют видеоигры к занятиям, которым регулярно посвящают свободное время.

Среди мужчин выше, чем среди женщин, доли тех, кто называет своим хобби видеоигры (46% мужчин против 29% женщин), а среди женщин выше доля регулярно посвящающих время онлайн-обучению (29% женщин против 19% мужчин). При этом среди женщин 35% отмечают, что не имеют цифровых хобби, в то время как среди мужчин таких 28%.

У молодежи до 34 лет больше разнообразных диджитал-увлечений, чем у россиян 35 лет и старше: в среднем у молодых россиян два цифровых хобби из семи, а у старших поколений — одно. Хотя бы одно цифровое хобби есть у 77% 14–17-летних, у 78% 18–24-летних, у 76% 25–34-летних, у 72% 35–44-летних, у 69% 45–54-летних, у 58% опрошенных 55 лет и старше.

В цифровые хобби больше вовлечены и жители городов-миллионников: 72% из них имеют хотя бы одно диджитал-увлечение, в то же время среди жителей городов численностью 501к–1м таких 65%, 101–500к — 64%, до 100к — 68%.

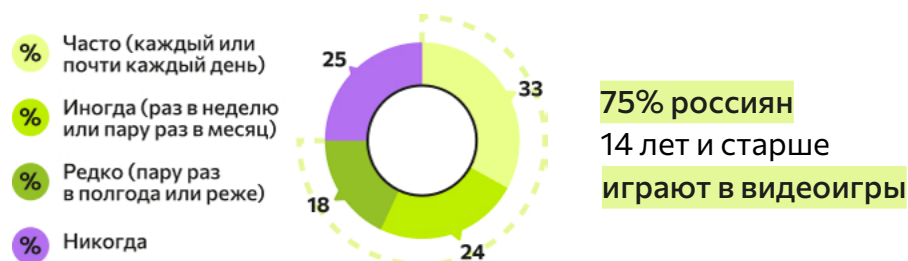
Доля геймеров среди населения

8 из 10 россиян в возрасте 14 лет и старше играют в видеоигры с той или иной периодичностью. Каждый третий россиянин играет

5. S5. Какие из перечисленных хобби (занятия, которым Вы регулярно посвящаете свободное время) у Вас есть? База: все опрошенные, n=4600. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

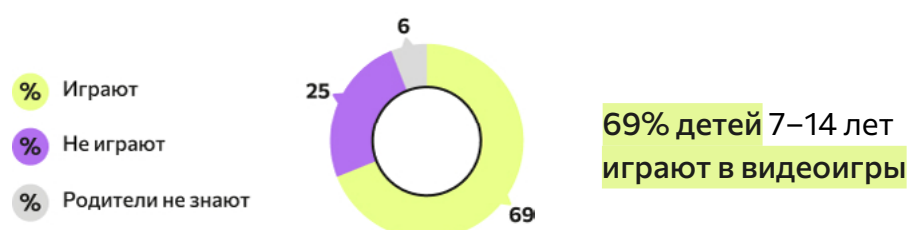
каждый или почти каждый день, каждый четвертый — иногда, а каждый пятый — редко. За 3 года доля геймеров увеличилась на 15 п.п. — с 60% до 75%.⁶

Частота игры в видеоигры россиян 14 лет и старше



Также и 7 из 10 родителей отмечают, что их дети в возрасте от 7 до 14 лет играют в видеоигры.

Игра в видеоигры детей 7–14 лет



Доля играющих выше среди мужчин (увлечены видеоиграми 82% мужчин и 69% женщин), а также среди молодых россиян (играют 93% опрошенных в возрасте 14–17 лет, 90% — 18–24 лет, 77% — 25–34 лет, 78% — 35–44 лет, 77% — 45–54 лет, 65% — 55 лет и старше). Среди совершеннолетних граждан доля геймеров больше среди не имеющих детей (72% против 79% родителей), людей без высшего образования (77% против 69% с высшим), работающих (78% против 67% не трудоустроенных).

Каждый шестой играющий в видеоигры (17%) считает себя геймером. Склонны называть себя геймерами больше мужчины, чем женщины (26% мужчин против 9% женщин), россияне в возрасте до 44 лет, нежели более старшие возрастные группы (идентифицируют себя как геймеров 30% опрошенных 14–17 лет, 40% — 18–24 лет, 28% — 25–34 лет, 19% — 35–44 лет, 7% — 45–54 лет, 6% — 55 лет и более)

6. S4. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? занятиям? База: все опрошенные, n=4600.

C1. Играют ли Ваш ребенок / Ваши дети в возрасте от 7 до 14 лет в видеоигры? База: опрошенные, имеющие детей в возрасте 7-14 лет, n=763.

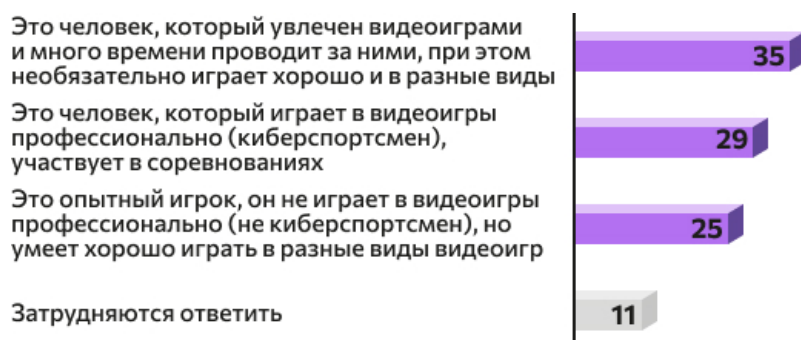
НАФИ: ГЕЙМИНГ В РОССИИ — 2022. Социальные и экономические эффекты. URL: <https://nafi.ru/projects/it-i-telekom/geyming-v-rossii-2022-sotsialnye-i-ekonomicheskie-effekty/>.

Самоидентификация себя как геймера играющих россиян 14 лет и старше



Понимание сути геймерства также различается в зависимости от возраста. Так, игроки до 44 лет прежде всего определяют геймера как человека, который увлечен видеоиграми и много времени проводит за ними, при этом необязательно играет хорошо и в разные виды видеоигр (36–48% опрошенных 14–44 лет против 30% респондентов 45 лет и старше). При этом среди молодежи до 24 лет менее распространено мнение, что геймер — это человек, который играет в видеоигры профессионально (киберспортсмен), участвует в соревнованиях (17–18% опрошенных 14–24 лет против 29–34% старших возрастных групп).⁷

Представление о человеке-геймере



Доля геймеров среди населения по типам населенных пунктов

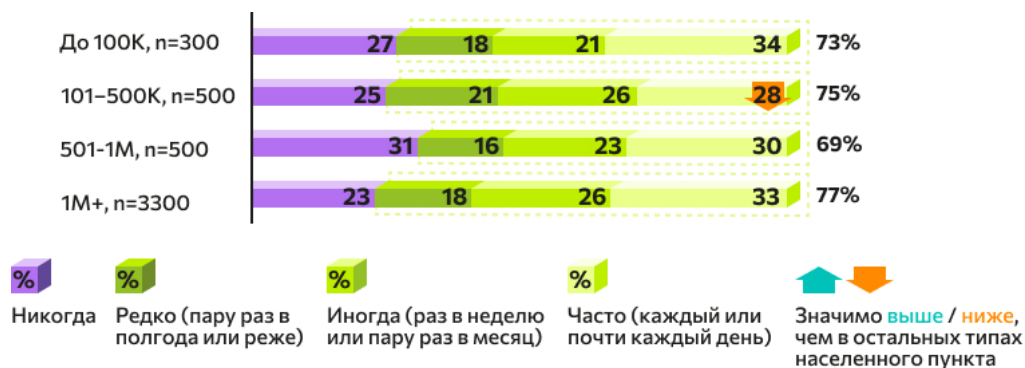
Во всех населенных пунктах доля играющих в видеоигры с разной периодичностью превышает две трети населения. Однако, в городах-миллионниках доля играющих выше, чем в городах численностью населения 501к-1м (77% против 69%).

Чаще всего играют жители Волгограда — 39% играют каждый или почти каждый день, и Екатеринбурга — 37%. А реже — проживающие в Санкт-Петербурге — 22% играют пару раз в полгода или реже, и в Перми — 23%. Доля никогда не игравших выше среди петербуржцев (28%), казанцев (27%) и омичей (30%).

7. G14. Считаете ли Вы себя геймером?

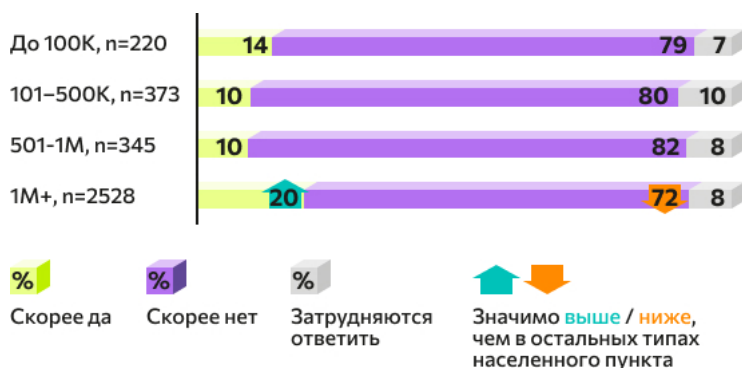
G15. А кто для Вас «человек-геймер»? Какой он? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441.

При этом среди жителей городов-миллионников, малых и средних населенных пунктов выше, чем среди жителей городов с численностью 101–500к, доля тех, кто играет часто.⁸



Игроки в видеоигры из городов-миллионников склонны называть себя геймером в большей мере, нежели жители менее крупных населенных пунктов. Что касается отдельных городов, больше всего жителей, идентифицирующих себя как геймеров, — в Волгограде (26%) и Екатеринбурге (25%), а меньше всего — в Санкт-Петербурге (10%) и в Казани (15%).

Самоидентификация себя как геймера играющих россиян 14 лет и старше



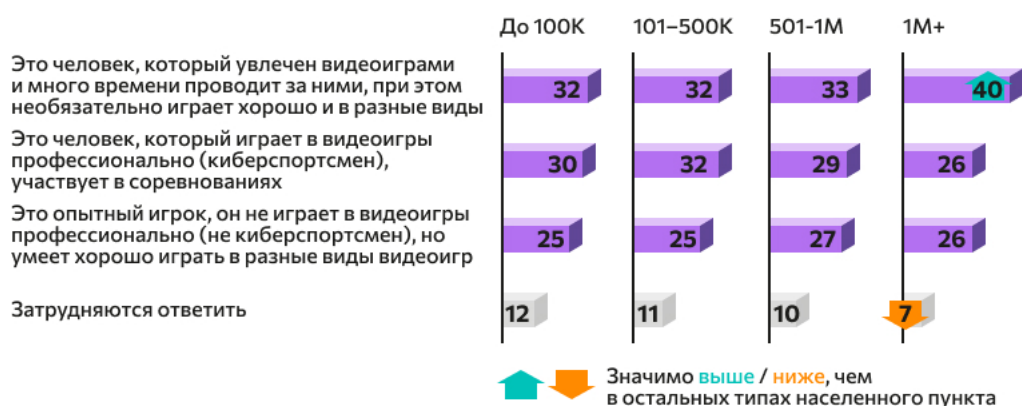
В городах-миллионниках наиболее распространено понимание геймера как человека, который увлечен видеоиграми и много времени проводит за ними, при этом необязательно играет хорошо и в разные виды видеоигр (40%).⁹

8. S4. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные.

9. G14. Считаете ли Вы себя геймером?

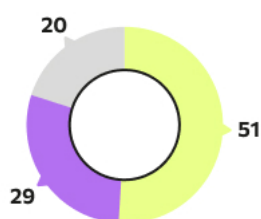
G15. А кто для Вас «человек-геймер»? Какой он? База: опрошенные, играющие в видеоигры.

Представление о человеке-геймере



Отношение родителей к играм детей 7–14 лет. Практики совместной игры¹⁰

Отношение к тому, что дети играют в видеоигры



Заинтересованность в достижениях детей в играх



Совместная игра родителей и детей



% Скорее положительно
% Скорее отрицательно
% Затрудняются ответить

% Да, интересуются
% Нет

% Да, иногда играют вместе
% Нет, не играют вместе в видеоигры

5 из 10 родителей детей в возрасте от 7 до 14 лет относится скорее положительно к тому, что их дети играют в видеоигры, и интересуется детскими достижениями в играх. Сильнее склонны одобрять включенность детей в видеоигры мужчины: 63% из них выражают позитивное отношение, в то время как среди женщин таких 41%.

4 из 10 в свою очередь иногда играют вместе с детьми в видеоигры. Практикующих совместное времяпрепровождение за видеоиграми больше среди мужчин (46% мужчин и 30% женщин играют совместно с ребенком в видеоигры).

Россияне, играющие в видеоигры, более активно вовлечены и в процесс игры своих детей. Среди них больше, чем среди не играющих,

10. C2. Как Вы относитесь к тому, что Ваш ребенок / Ваши дети играют в видеоигры?
C4. Интересуетесь ли Вы достижениями своего ребенка / детей в играх?
C5. Играете ли Вы вместе с ребенком / детьми в видеоигры?
База: опрошенные, чьи дети играют в видеоигры, n=523.

тех, кто положительно относится к тому, что его ребенок играет (57% против 30% не играющих), иногда играет вместе со своими детьми (43% против 15%).

Портрет геймеров и негеймеров

Пол и возраст¹¹

В структуре группы геймеров мужчины и женщины представлены в равной степени. Количественно большинство геймеров старше 35 лет, при этом в среднем геймеры моложе, чем негеймеры.

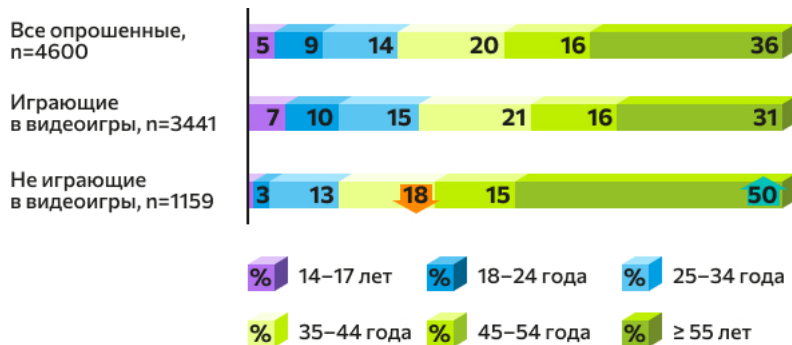
Пол



Значимо выше / ниже, чем среди играющих в видеоигры

Среди играющих в видеоигры мужчин и женщин поровну: по 50%. При этом среди не играющих в видеоигры доля мужчин значительно ниже (33%), а доля женщин — выше (67%).

Возраст



Значимо выше / ниже, чем среди играющих в видеоигры

Не играющая аудитория в среднем старше, чем играющая. Среди геймеров выше доля людей младше 44 лет (53%), чем среди не геймеров (35%). Доля людей 55 лет и старше, наоборот, среди играющих в видеоигры ниже (31%), чем среди неиграющих (50%).

11. S1. Укажите, пожалуйста, Ваш пол.
S2. Сколько Вам полных лет?
База: все опрошенные.

Образование¹²



В структуре группы геймеров большинство **не имеют законченного высшего образования** (65%).

Людей с основным общим образованием среди геймеров значительно больше (10%), чем среди негеймеров (6%). Также среди геймеров больше получивших среднее профессиональное образование (40% против 36%).

Доля людей с законченным высшим образованием при этом выше среди не играющей аудитории (40%), чем среди играющей (33%).

Основное занятие¹³



12. D1. Какое у Вас образование? База: опрошенные 18 лет и старше.

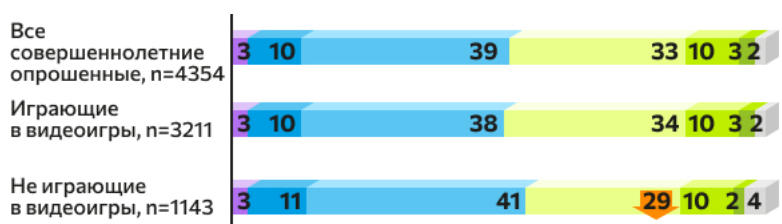
13. Каково Ваше основное занятие в настоящий момент? База: опрошенные 18 лет и старше

Две трети геймеров (65%) работают. Около половины играющих работают по найму на полной ставке. Меньшая доля геймеров занята домашним хозяйством, учебой или находится на пенсии. Среди негеймеров половина (52%) также работают: по найму или на себя.

Среди играющих в видеоигры доля работающих по найму на полной ставке (45%) значительно выше, чем среди не играющих (36%).

Доля пенсионеров, наоборот, выше среди негеймеров (29%), чем среди геймеров (17%).

Материальное положение¹⁴



- % Едва сводят концы с концами. Денег не хватает даже на продукты
 - % На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна
 - % Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, стиральной машины, мебели — проблема
 - % Могут без труда купить крупную бытовую технику, но мы не могли бы купить автомобиль
 - % Денег хватает на все, кроме покупки недвижимости (дачи или квартиры)
 - % Могут позволить себе практически все: машину, квартиру, дачу и многое другое
 - % Отказ от ответа
- Значимо выше / ниже, чем среди играющих в видеоигры

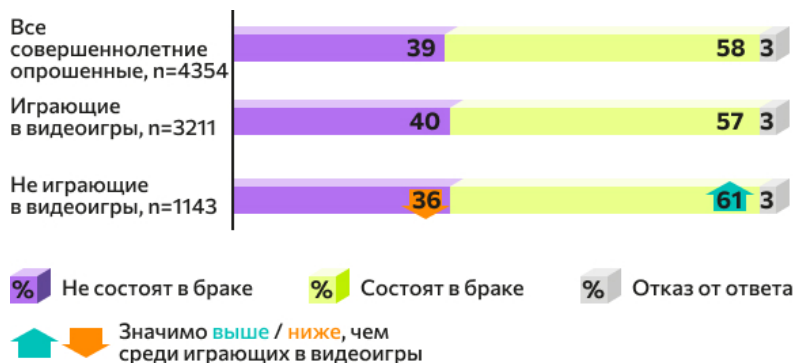
Россияне, играющие в видеоигры, в целом несколько **более материально обеспеченные**, чем не играющие. Среди геймеров больше людей **достатка выше среднего**.

Большую часть как геймеров, так и негеймеров составляют люди среднего достатка (им сложно делать крупные покупки).

Доля тех, кому хватает денег на крупную бытовую технику, выше среди играющих (34%), чем среди не играющих (29%).

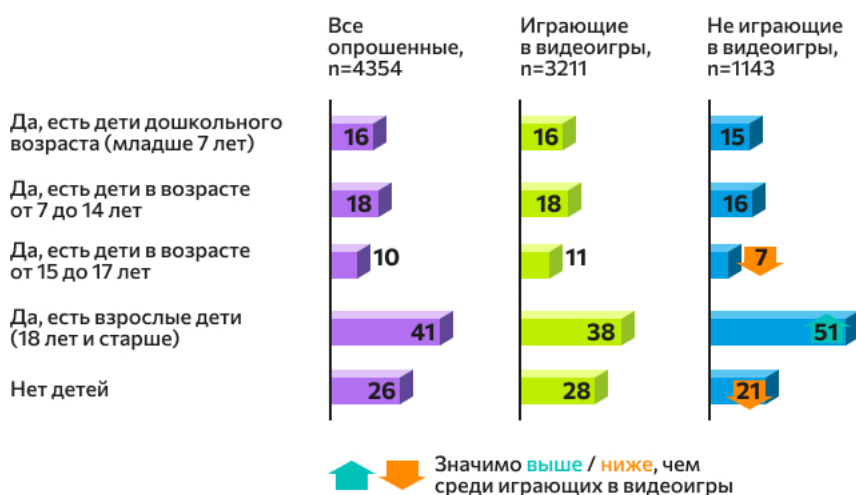
14. D3. Какое из утверждений лучше всего описывает Ваше (Вашей семьи) материальное положение? База: опрошенные 18 лет и старше.

Семейное положение¹⁵



Более половины геймеров (57%) и негеймеров (61%) состоят в браке.

Наличие детей¹⁶

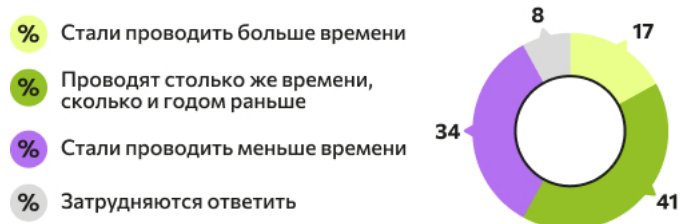


Среди играющих в видеоигры выше доля не имеющих детей (28%), чем среди не играющих (21%). При этом у геймеров дети младше, чем у негеймеров — у 55% не играющих и у 38% играющих есть совершеннолетние дети.

15. D4. Каково Ваше семейное положение? База: опрошенные 18 лет и старше.

16. S3. Есть ли у Вас дети? База: опрошенные 18 лет и старше.

Динамика изменения интереса к играм за последние годы



По мнению трети российских геймеров (34%), за прошедший год они стали проводить за видеоиграми меньше времени, чем годом ранее — и этот показатель остается стабильным в течение последних трех лет. При этом около половины геймеров (41%) заявляют, что количество времени, уделяемого играм, осталось примерно на том же уровне, а 17% отмечают увеличение игрового времени.

Больше времени за видеоиграми стала проводить молодежь 18–24 лет (28%), чем представители более младших и старших возрастных групп, тогда как у группы подростков 14–17 лет наблюдается снижение (41% уделяют меньше времени).¹⁷

17. G2. За последний год Вы стали проводить больше, меньше или столько же времени за видеоиграми, чем годом ранее? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441.

Гейминг в России:

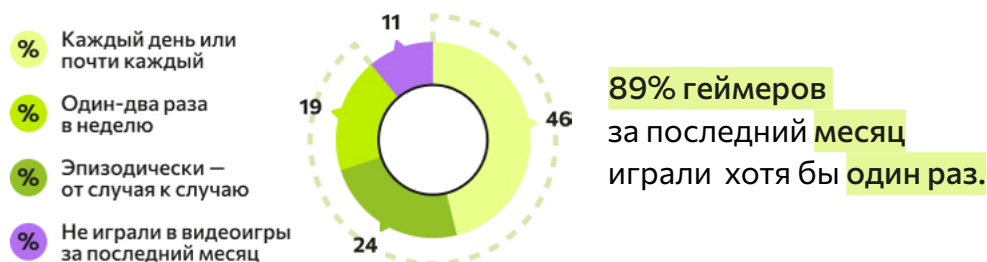
Отношение общества,
популярность игровых практик,
социальные и экономические эффекты

Крупнейшее
социологическое исследование
по видеоиграм в России

3.2

Практики гейминга

Частота игр в видеоигры за последний месяц



9 из 10 российских геймеров 14 лет и старше играли в видеоигры хотя бы один раз за последний месяц. При этом около половины геймеров играют ежедневно, четверть — один-два раза в неделю, а пятая часть относится к числу эпизодических игроков.

Если рассматривать распределение по населению в целом, играет в видеоигры ежедневно каждый третий совершеннолетний россиянин (34%). Для сравнения, в 2022 году с такой частотой играл каждый четвертый (23%). Примерно на том же уровне осталась доля россиян в возрасте 18 лет и старше, посвящающих видеоиграм время один-два раза в неделю: 16% в 2022 году и 18% в 2025 году.¹⁸

Больше времени видеоиграм уделяют мужчины-геймеры — половина из них (50%) играет каждый или почти каждый день, тогда как среди женщин таких 42%. Наиболее активно вовлечена в видеоигры молодая аудитория геймеров: 58% подростков в возрасте 14–17 лет посвящают играм каждый день. Среди совершеннолетних геймеров регулярно играют больше те, кто не получил высшее образование (48% против 41% с высшим образованием), не работает (48% против 43% трудоустроенных).¹⁹

Среднее время, проводимое в играх

Средняя продолжительность игрового сеанса



Большинство российских геймеров (83%) обычно за одним игровым сеансом без перерыва проводят 3 часа и менее.

Больше времени видеоиграм уделяют мужчины (42% играют от 1 до 5 часов без перерыва против 23% женщин) и аудитория в возрасте

18. НАФИ: ГЕЙМИНГ В РОССИИ — 2022. Социальные и экономические эффекты. URL: <https://nafi.ru/projects/it-i-telekom/geyming-v-rossii-2022-sotsialnye-i-ekonomicheskie-effekty/>.

19. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441.

до 44 лет (играют непрерывно 1–5 часов 46% 14–17-летних, 50% 18–24-летних, 45% 25–34-летних, 36% 35–44-летних против 20% 45–54-летних и 22% опрошенных 55 лет и старше).

Среди состоящих в браке выше доля тех, кто склонны к коротким игровым сессиям (до 30 мин.) — 21%. А среди одиноких наблюдается более высокая доля с длинными сессиями (более 15 часов у 7%).

Геймеры, играющие 1 раз в неделю и чаще, также посвящают больше времени видеоиграм: 40% из них играют непрерывно 1–5 часов против 21% играющих реже одного раза в неделю и 5% не игравших за последний месяц.²⁰

Время, проведенное за видеоиграми за последнюю неделю



Более половины (54%) геймеров, игравших в видеоигры хотя бы раз за прошедший месяц, за неделю суммарно посвятили играм более 3 часов. По пятой части игроков провели за игрой 3–6 часов (19%), 7–14 часов (18%), 15 часов и более (17%). В среднем суммарно за неделю российские геймеры играли 13 часов.

Дольше играли мужчины — 43% более 7 часов против 26% женщин. Доли играющих 15 часов и более выше среди молодых геймеров до 24 лет — 27% 14–17-летних, 32% 18–24-летних, против 16% 25–34-летних 18% 35–44-летних, 14% 45–54-летних, 11% опрошенных 55 лет и старше, а также среди не состоящих в браке — 18%.²¹

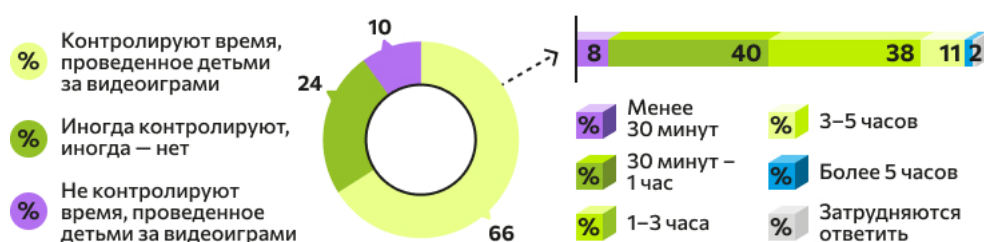
20. G3. Как долго обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441.

21. G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? Если суммарно за всю неделю Вы потратили меньше часа, то поставьте 0. База: опрошенные, игравшие в видеоигры в прошлом месяце, n=3069.

Среднее время, проводимое в играх детьми 7–14 лет

Контроль за временем, которое дети проводят за видеоиграми

Средняя продолжительность игрового сеанса детей в день



9 из 10 родителей, чьи дети играют в видеоигры, следят за временем, которое дети проводят за экраном, причем для 7 из 10 — это постоянная практика.

97% детей, чье время за видеоиграми родители контролируют всегда, проводят за играми не более 5 часов в день. 40% играют от 30 минут до 1 часа, 38% — от 1 часа до 3. Среди девочек более популярна практика игры до 1 часа (55% девочек против 40% мальчиков), а среди мальчиков — 3–5 часов (17% мальчиков против 8% девочек).

Если сам родитель посвящает одному сеансу видеоигр 1 час и менее, то он следит, чтобы и дети проводили не больше времени за этим занятием: у 56% играющих не более 1 часа дети играют столько же (против 40% у играющих больше). И напротив, у родителей, обычно уделяющих видеоиграм более 1 часа за раз, дети тоже играют дольше: у 59% ребенок играет более часа (против 43% у другой группы).²²

Игры, в которые играют геймеры 14 лет и старше

7 из 10 российских геймеров не затруднились назвать видеоигры, в которые играли за последний год.

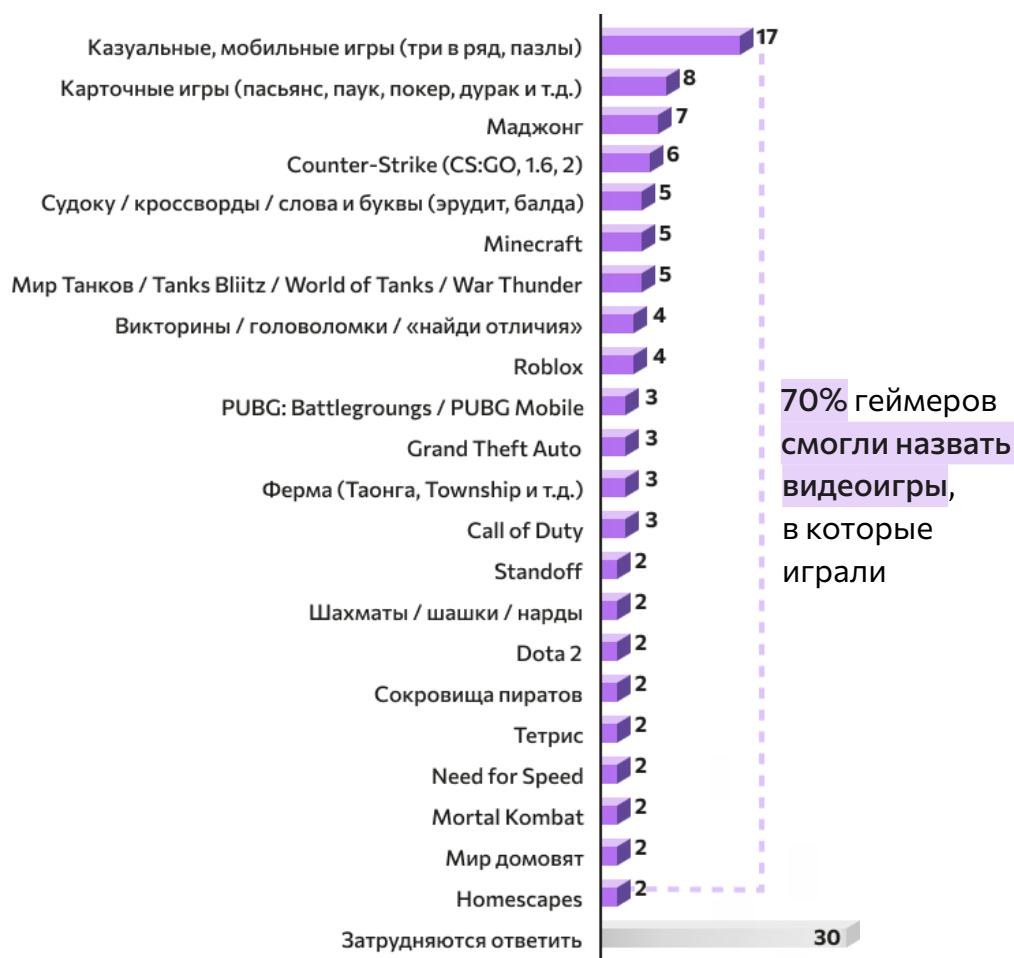
Наиболее популярны казуальные и мобильные игры: например, три в ряд и пазлы — в них играет каждый шестой геймер. 8% за последний год играли в карточные игры, 7% — в маджонг. 6% — в Counter-Strike, по 5% — в Minecraft и Мир Танков / Tanks Blitz / World of Tanks / War Thunder, sudoku / кроссворды / слова и буквы (эрудит, балда и т.д.), Minecraft, по 4% — в Roblox и головоломки.

Среди тех, чей игровой сеанс превышает один час, выше доля играющих в Мир Танков / Tanks Blitz / World of Tanks / War Thunder (7% против 4% играющих менее часа). И напротив, среди играющих

22. С6. Контролируете ли Вы время, проведенное ребенком / детьми за видеоиграми? База: опрошенные, чьи дети играют в видеоигры, n=523.

С7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные, контролирующие время игры детей, n=345.

менее одного часа без перерыва более популярны три в ряд и пазлы (21% против 13% играющих более часа), карточные игры (11% против 4%), маджонг (9% против 4%).²³



Игры, в которые играют дети 7–14 лет

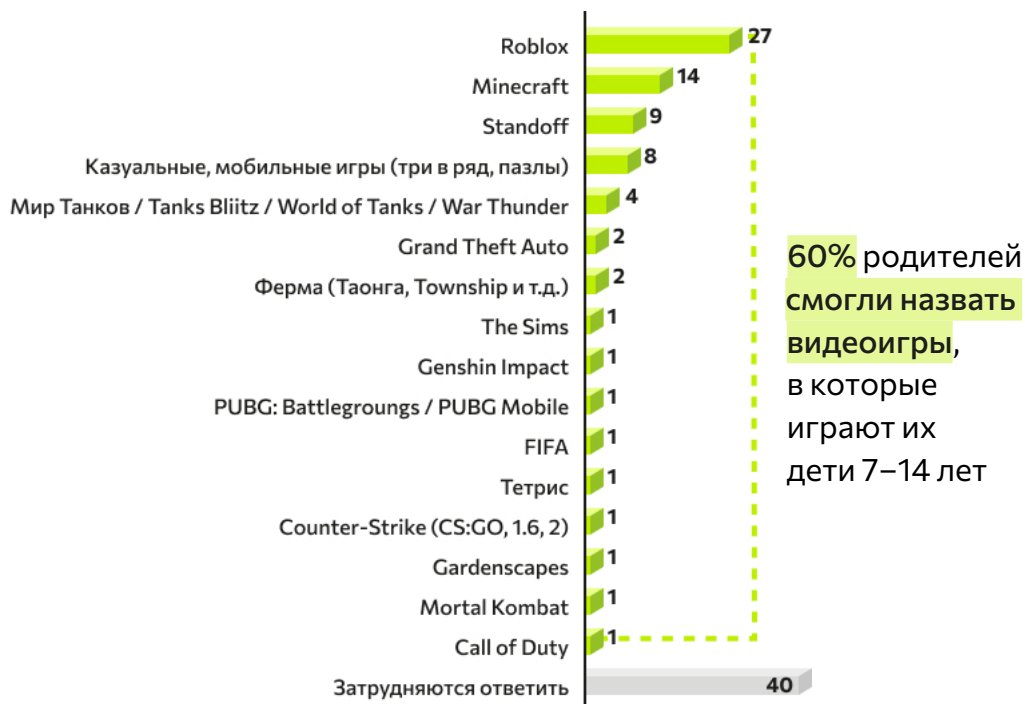
6 из 10 родителей, чьи дети играют в видеоигры, не затруднились назвать конкретные видеоигры, в которые они играют.

Наиболее популярна среди детей игра Roblox (27%), второе место в рейтинге занимает Minecraft (14%). 9% играют в Standoff, 8% — в казуальные и мобильные игры.

Девочки в большей мере, чем мальчики, предпочитают играть в Roblox (38% девочек против 20% мальчиков), а мальчики — в Minecraft (17% мальчиков против 8% девочек).²⁴

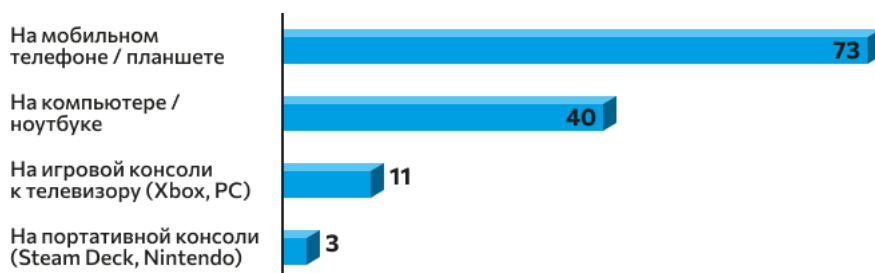
23. G7. В какие игры Вы лично играли за последний год? Впишите названия игр. База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа. На графике представлены варианты, которые указали 2% респондентов и более.

24. C3. В какие видеоигры играют Ваш ребенок / Ваши дети в возрасте от 7 до 14 лет? Впишите названия игр. База: опрошенные, чьи дети играют в видеоигры, n=523. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа. На графике представлены варианты, которые указали 1% респондентов и более.

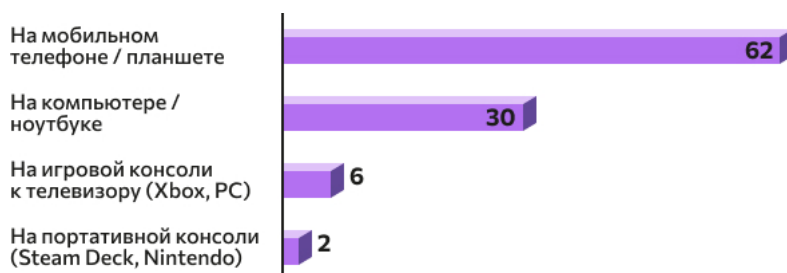


Устройства для гейминга²⁵

Используемые за последний месяц устройства для гейминга



Предпочитаемые устройства для гейминга



7 из 10 российских геймеров, игравших за последний месяц, играют в видеоигры на мобильном телефоне или планшете. В то же время 4 из 10 выбирают для игры компьютер или ноутбук, а 1 из 10 — игровую консоль, подключенную к телевизору.

25. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц?

G5_0. Какое устройство Вы преимущественно используете для игры в видеоигры?

База: опрошенные, игравшие в видеоигры в прошлом месяце, n=3069. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

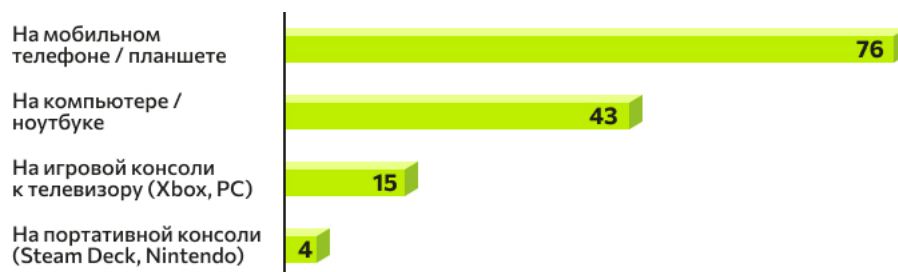
Среди мужчин выше, чем среди женщин, доля играющих на персональном компьютере (53% мужчин против 26% женщин) и на игровой консоли к телевизору (15% против 6%). В то же время среди женщин выше доля играющих на смартфоне или планшете (84% женщин против 62% мужчин).

Больше играющих на компьютере среди молодежи от 18 до 34 лет (47–48% 18–34-летних против 40% 35–44-летних, 28% 45–54-летних и 41% опрошенных 55 лет и старше). Игровую консоль используют для игры больше 25–44-летних, чем представители других возрастных групп (21% 25–34-летних, 18% 35–44-летних против 12% 14–17-летних, 9% 18–24-летних, 6% 45–54-летних и 4% 55 лет и старше). На телефоне больше играют геймеры 45 лет и старше (84% 45–54-летних, 76% опрошенных 55 лет и старше).

Выбор устройства также связан с продолжительностью игрового сеанса: играющие менее 1 часа без перерыва предпочитают телефон (78% против 63%), а играющие больше — компьютер (52% против 33%) или игровую консоль (18% против 6%).

Приоритетное устройство для игры — телефон / планшет — 6 из 10 геймеров больше преимущественно используют для видеоигр именно мобильное устройство.

Устройства для гейминга, которые используют дети 7–14 лет

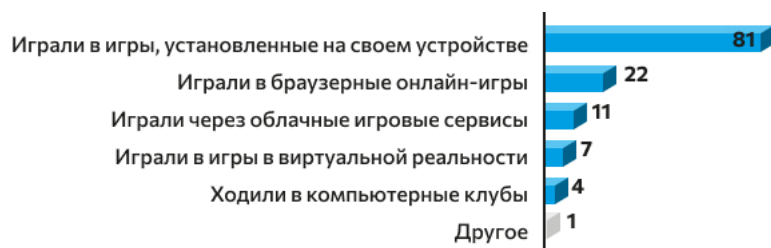


Наиболее востребованное устройство для игры среди детей 7–14 лет, как и среди старшей аудитории, — мобильный телефон или планшет: через них получают доступ к играм 76% детей. Более трети (43%) играют на компьютере или ноутбуке, а 15% — на игровой консоли, подключенной к телевизору.

На смартфоне играют больше девочки, нежели мальчики, (86% против 69%), а мальчики больше играют на компьютере (49% мальчиков против 36% девочек) и игровой консоли (17% против 10%).²⁶

26. С8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные, чьи дети играют в видеоигры, n=523. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Способы игры²⁷



8 из 10 геймеров, игравших за последний месяц, играли в видео-игры, установленные на собственном устройстве.

Второй по популярности с существенным отрывом способ игры — браузерные онлайн-игры — в них играл каждый пятый игрок за прошедший месяц.

Менее распространено использование облачных игровых сервисов (11%), очков виртуальной реальности (7%), услуг компьютерных клубов (4%).

В браузерные онлайн-игры без установки больше склонны играть женщины, нежели мужчины (25% против 19% мужчин).

Геймеры с высоким материальным положением в большей мере, чем аудитория с более низким благосостоянием, играют через облачные игровые сервисы (18% опрошенных с высоким против 10% со средним и 5% с низким), браузерные онлайн-игры (27% против 21% со средним), VR-игры (12% против 5% со средним). А среди респондентов со средним материальным положением выше доля играющих в установленные на устройство игры (85% опрошенных со средним против 69% с низким и 76% с высоким).

Знание отечественных компьютерных игр

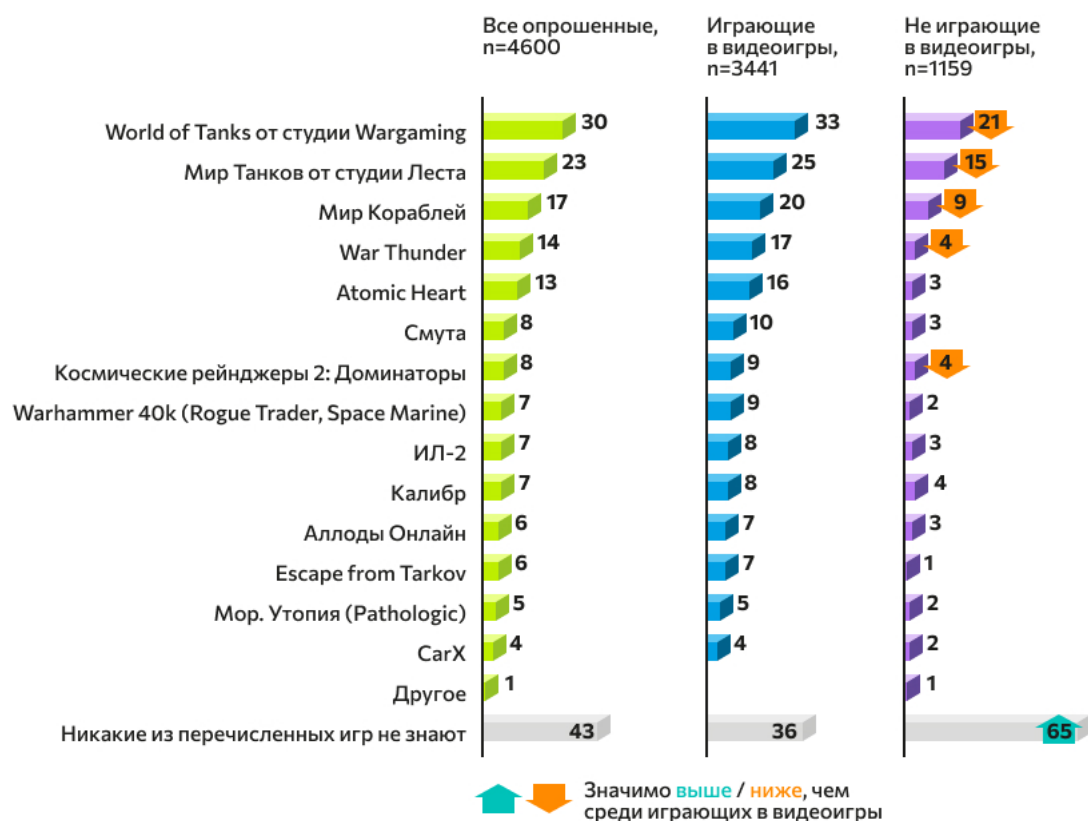
6 из 10 россиян (57%) знают хотя бы одну компьютерную видеоигру, созданную с участием большого количества российских разработчиков. Осведомленность выше среди геймеров: 7 из 10 из них (64%) называют как минимум одну игру, в то время как среди негеймеров таких 4 из 10 (35%). Наиболее известная среди как геймеров, так и негеймеров, игра — World of Tanks от студии Wargaming. Вторую позицию в рейтинге знания занимает Мир Танков от студии Леста. Тройку лидеров замыкает Мир Кораблей.

Высокое знание игры World of Tanks связано с длительностью ее существования (с 2010 года). С 2022 года игра представлена в России как «Мир танков» и управляется ГК Леста Игры. Игроки, давно присоединившиеся к танкам, могут употреблять прежнее название игры.

Мужчины лучше осведомлены об отечественных компьютерных видеоиграх: как минимум одну знают 69% мужчин, и в среднем они

27. G5_1. Какие из следующих способов игры Вы использовали за последний месяц? База: опрошенные, игравшие в видеоигры в прошлом месяце, n=3069. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

называют 2 игры из 14, в то время как женщины в среднем указывают 1 игру, а хотя бы об одной осведомлены 46% россиянок. Больше игр знает и молодежь: в среднем 2–3 видеоигры из 14 отмечают россияне в возрасте от 14 до 34 лет, в то же время 35–44-летние называют 1–2, респонденты 45 лет и старше — одну. Среди россиян до 44 лет также выше доля знающих как минимум одну российскую компьютерную игру: 83% 14–17-летних, 75% 18–24-летних, 68% 25–34-летних, 69% 35–44-летних против 50% 45–54-летних и 41% опрошенных 55 лет и старше. Также лучшую осведомленность о российских видеоиграх демонстрируют жители городов-миллионников, чем проживающие в меньших населенных пунктах.²⁸



Знание отечественных мобильных игр

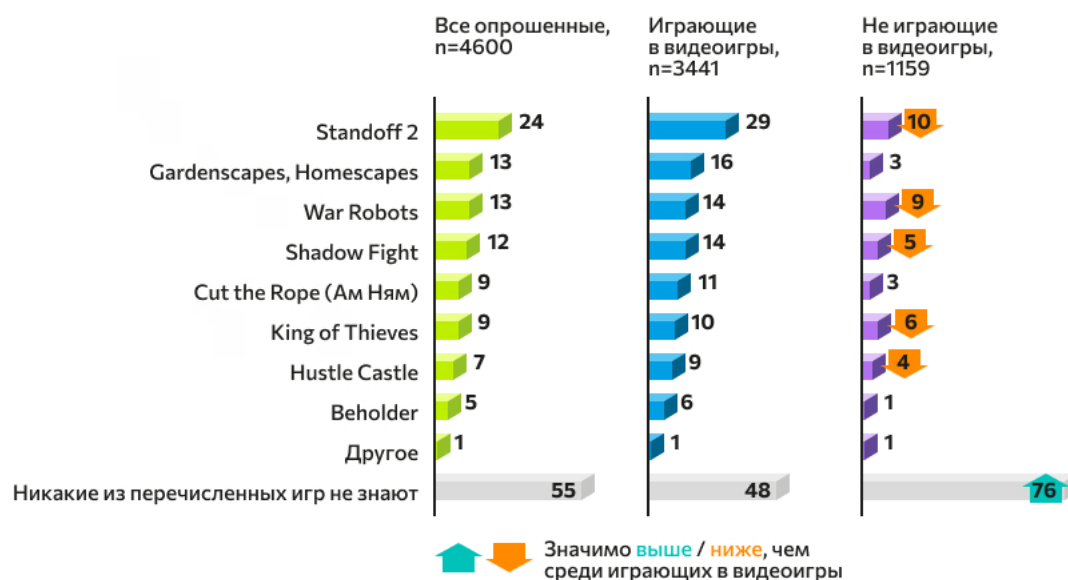
Осведомленность об отечественных мобильных играх несколько хуже, по сравнению с известностью компьютерных игр: хотя бы одну мобильную игру, разработанную с большим количеством разработчиков из России, знают 5 россиян из 10 (45%), 5 геймеров из 10 (52%) и 3 негеймера из 10 (24%).

28. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? Отметьте, даже если Вы только знакомы с их названием. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа. Отсортировано по столбцу «Все опрошенные».

Наиболее известная среди как геймеров, так и негеймеров, игра — Standoff 2. Вторую позицию в рейтинге знания среди всех россиян делят Gardenscapes, Homescapes и War Robots, а третье место занимает Shadow Fight.

Tanks Blitz (лидер 2025 года по скачиваниям в Rustore среди игр) не были включены в шорт-лист опроса на этапе его подготовки, за счет чего не попали в число популярных игр. При этом Tanks Blitz упоминалась респондентами в открытом варианте ответа.²⁹

Доля знающих как минимум одну российскую мобильную игру выше среди молодых россиян: 93% 14–17-летних, 83% 18–24-летних против 64% 25–34-летних, 49% 35–44-летних, 38% 45–54-летних и 22% опрошенных 55 лет и старше. Кроме того, россияне в возрасте от 14 до 24 лет в среднем знают 2–3 видеоигры из 8, 25–34-летние называют в среднем 1–2 игры, а старшие возрастные группы осведомлены о меньшем количестве игр.³⁰



29. Открытые вопросы (в них не предусмотрены варианты ответа):

В какие игры Вы лично играли за последний год?

В какие игры [из названных респондентом] Вы играете чаще всего?

Вопросы по играм, разработанных с большим количеством разработчиков из России (полуоткрытые вопросы, т.е. предусмотрены варианты ответа, вкл. Другое (что именно)):

Какие из перечисленных компьютерных / мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? Отметьте, даже если Вы только знакомы с их названием.

В какие из перечисленных компьютерных / мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц?

30. G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? Отметьте, даже если Вы только знакомы с их названием. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа. Отсортировано по столбцу «Все опрошенные».

Популярность отечественных компьютерных игр³¹



Каждый второй российский геймер, знающий отечественные компьютерные игры, играл в них за последний месяц.

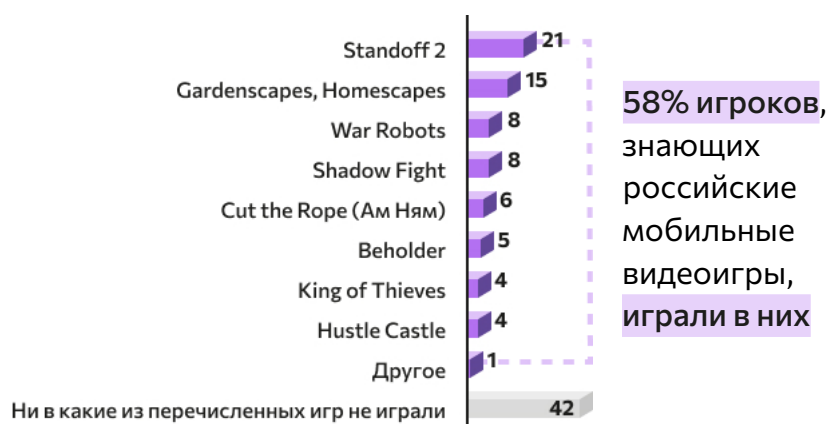
14% играли в World of Tanks от студии Леста, 12% — в Мир Танков от студии Wargaming.

Среди мужчин выше доля играющих в компьютерные видеоигры, созданные с участием большого количества разработчиков из России: 55% мужчин и 41% женщин играли хотя бы в одну. Если рассматривать конкретные игры, больше мужчин, чем женщин играли в World of Tanks (14% мужчин против 9% женщин), Мир Танков (15% против 11%), War Thunder (8% против 4%).

Хотя подростки 14–17 лет демонстрируют высокий уровень знания российских компьютерных видеоигр (83% знают не менее одной), среди осведомленных играли в них за последний месяц 38%. Для сравнения, среди 18–24-летних знающих их геймеров играли 52%, среди 25–34-летних — 49%, 35–44-летних — 57%, 45–54-летних — 51%.

31. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: опрошенные, играющие в видеоигры и знающие какие-либо российские компьютерные игры, n=2207. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Популярность отечественных мобильных игр³²



Более половины российских геймеров, знающих отечественные мобильные игры, играли в них за прошедший месяц.

21% играли в Standoff 2, 15% — в Gardenscapes, Homescapes.

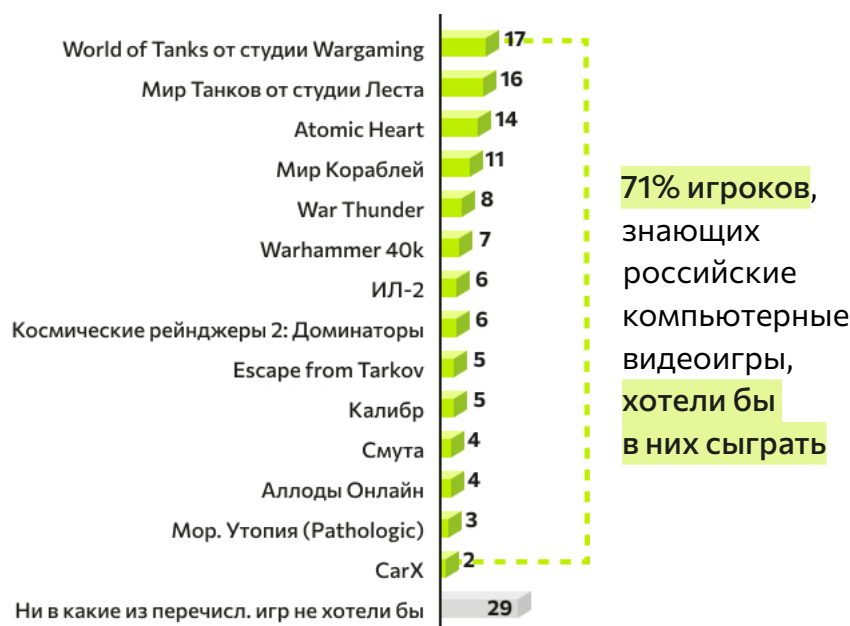
Среди мужчин выше, чем среди женщин, доля играющих в Standoff 2 (29% мужчин против 13% женщин) и Shadow Fight (10% против 5%). Женщины в свою очередь больше играют в Gardenscapes, Homescapes (24% женщин против 7% мужчин).

В игру в Standoff 2 в также более активно включены молодые геймеры (38% 14–17-летних, 33% 18–24-летних).

Хотя подростки 14–17 лет демонстрируют высокий уровень знания российских мобильных видеоигр (93% знают не менее одной), среди осведомленных играли в них 52%. Для сравнения, среди 18–24-летних знающих их геймеров играли 63%, среди 25–34-летних — 59%, 35–44-летних — 60%.

32. G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: опрошенные, играющие в видеоигры и знающие какие-либо российские мобильные игры, n=1789. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Потенциальный спрос на отечественные компьютерные игры



7 из 10 российских геймеров, знающих отечественные компьютерные игры, хотели бы сыграть в них в будущем.

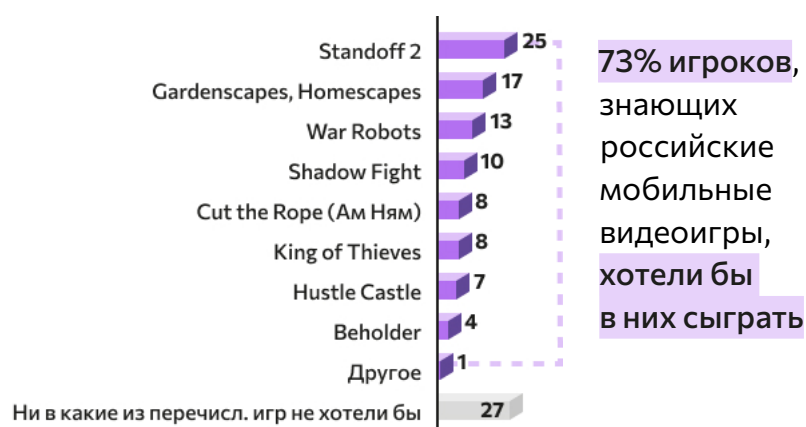
17% хотят поиграть в World of Tanks от студии Wargaming, 16% — в Мир Танков от студии Леста, 14% — в Atomic Heart, 11% — в Мир Кораблей.

Среди мужчин выше доля желающих сыграть в компьютерные видеоигры, разработанные с большим количеством разработчиков из России: 78% мужчин и 62% женщин хотят поиграть хотя бы в одну. Если рассматривать конкретные игры, больше мужчин, нежели женщин, хотели бы начать или продолжить играть в World of Tanks (20% мужчин против 13% женщин), Мир Танков (18% против 13%), Atomic Heart (16% против 11%), Мир Кораблей (13% против 9%), War Thunder (10% против 5%), ИЛ-2 (7% против 5%). А среди женщин больше выражающих желание поиграть в Космические рейнджеры 2: Доминаторы (8% женщин против 5% мужчин).

Молодежь до 34 лет больше представителей старших возрастных групп хочет сыграть в Atomic Heart (22% 14–17-летних, 24% 18–24-летних, 21% 25–34-летних), а геймеры 35 лет и старше выбирают World of Tanks, Мир Танков и Мир Кораблей (22%, 18% и 13% соответственно 35–44-летних; 18%, 16% и 13% 45–54-летних; 17%, 26% и 17% респондентов 55 лет и старше).³³

33. G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: опрошенные, играющие в видеоигры и знающие какие-либо российские компьютерные игры, n=2207. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Потенциальный спрос на отечественные мобильные игры



7 из 10 российских геймеров, знающих отечественные мобильные игры, хотели бы в них поиграть в будущем.

25% хотят играть в Standoff 2, 17% — в Gardenscapes, Homescapes, 13% — в War Robots.

Среди мужчин выше, чем среди женщин, доля желающих поиграть в Standoff 2 (32% мужчин против 18% женщин), Shadow Fight (14% против 6%) и Cut the Rope (9% против 7%). Женщины в свою очередь выражают большее желание играть в Gardenscapes, Homescapes (26% женщин против 8% мужчин), King of Thieves (10% против 6%).

Подростки 14–17 лет больше респондентов старших возрастных групп хотят сыграть в Standoff 2 (32%), Shadow Fight (16%) и меньше — в King of Thieves (4%), Gardenscapes (7%), War Robots (2%).³⁴

Коммуникация во время игры

Более половины российских геймеров (53%) предпочитают одиночное прохождение игр.

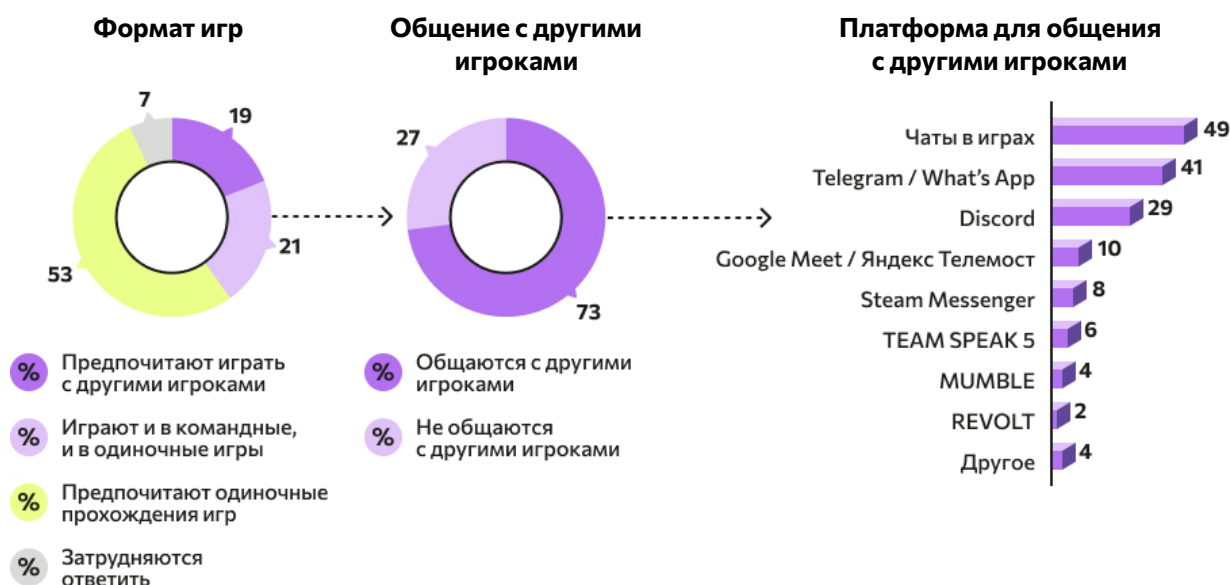
Более трети (40%) включены в командные игры. 7 из 10 тех, кто играет с командой, общаются с другими игроками. Для общения выбирают чаты непосредственно в играх, мессенджеры, а также Discord. Общающихся через Discord больше среди мужчин (36% мужчин против 16% женщин) и молодежи (32% 14–17-летних, 44% 18–24-летних, 44% 25–34-летних), а через Google Meet / Яндекс Телемост — среди женщин (18% женщин против 6% мужчин).

Одиночная стратегия игры превалирует во всех гендерных группах, однако женщины играют в одиночку больше, нежели мужчины (62% женщин против 44% мужчин).

34. G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: опрошенные, играющие в видеоигры и знающие какие-либо российские мобильные игры, n=1789. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

По мере увеличения возраста растет склонность к одиночным играм: их выбирают 20% 14–17-летних, 27% 18–24-летних, 44% 25–34-летних, 53% 35–44-летних, 62% 45–54-летних и 69% геймеров 55 лет и старше.

Одиночное прохождение предпочитают также те, кто играет реже и меньше: 64% играющих реже раза в неделю против 51% играющих 1 раз в неделю и чаще, 63% играющих менее часа против 40% играющих более часа.³⁵



35. G9. А какой формат игр Вы предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441.

G9_1. Во время игры Вы общаетесь с друзьями, другими игроками? База: опрошенные, предпочитающие командный формат игры, n=1380.

G9_2. Какую платформу Вы в последнее время используете для общения с друзьями, другими игроками во время игры? База: опрошенные, общающиеся с другими игроками, n=1004. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Гейминг в России:

Отношение общества,
популярность игровых практик,
социальные и экономические эффекты

Крупнейшее
социологическое исследование
по видеоиграм в России

3.3

Популярные жанры видеоигр

Предпочитаемые жанры компьютерных игр³⁶



Наиболее востребованными жанрами компьютерных видеоигр являются шутеры и головоломки. Им отдают предпочтения 37% и 31% играющих россиян соответственно. Примерно четверть геймеров увлекается гонками, играми приключенческого жанра, стратегиями и симуляторами. Ролевые игры и песочницы привлекают каждого пятого игрока.

Гендерная дифференциация по предпочтениям проявляется в значительном преобладании женщин среди поклонников головоломок (52% женщин против 21% мужчин) и приключенческих игр (31% против 22%), что может объясняться ориентацией на менее агрессивный контент с развитой нарративной составляющей. Подростки в возрасте 14–17 лет преимущественно выбирают песочницы (54%) и многопользовательские арены (23%), что отражает их интерес к творческим и соревновательным форматам. Среди молодежи 18–34 лет популярны шутеры (48–54%) и многопользовательские арены (24–29%). Представители старшего поколения (55+ лет) предпочитают головоломки (39%). Среди жителей небольших населенных пунктов (с численностью до 50 тыс. человек) наиболее популярны шутеры (48%). Жители городов-миллионников отличаются большим интересом к ролевым компьютерным играм (25%). Игроки с высоким материальным положением отдают предпочтение стратегиям (37%), гонкам (36%) и многопользовательским аренам (32%). Состоящие в браке отличаются выбором приключений (35%) и стратегий (28%), тогда как у не состоящих в браке наиболее популярны шутеры (42%), ролевые игры (24%), песочницы и хорроры (по 22%). Среди активных игроков значимо больше любителей хоррора (19%).

36. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: опрошенные, играющие в компьютерные видеоигры, n=1230. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Предпочитаемые жанры игр на консоли³⁷



В жанровых предпочтениях консольных игроков доминируют ролевые игры, которые выбирают 36% геймеров. Около трети игроков отдают предпочтение гонкам (32%), приключениям (32%) и симуляторам (31%). Все три жанра отличаются высокой эмоциональной вовлеченностью геймеров – азартом от соревнований в гонках, интригой приключений и любопытством в освоении новых навыков. Хорроры (28%), шутеры (27%) и головоломки (25%) являются следующими по популярности у игроков на консолях. Замыкают рейтинг предпочтений многопользовательские (21%) и классические (19%) ролевые игры, а также песочницы (18%).

Среди мужчин выше доля предпочитающих ролевые игры (42% против 24% женщин), хорроры и шутеры (33% против 16–17%). В то же время женщины явно доминируют в предпочтении головоломок (41% против 18%), что отражает их склонность к более спокойным и аналитическим игровым механикам. Подростков 14–17 лет отличает выбор в пользу ролевых игр (58%). Игровой опыт может помочь им лучше понять себя и удовлетворить интерес к получению новых впечатлений. Среди молодежи 18–24 лет выше, чем в других возрастных группах, доля выбирающих хоррор (53%) и классические ролевые игры (51%). Возрастная группа 25–34 года выбирает ролевые игры (57%), приключения (46%) и песочницы (34%). Среди игроков зрелого возраста (45–54 лет) выше доля предпочитающих шутеры (45%). Среди жителей населенных пунктов с численностью до 50 тыс. человек наиболее популярны симуляторы (50%), классические (36%) и многопользовательские (29%) ролевые игры. Активные игроки отличаются повышенным интересом к ролевым играм (45%) и хоррору (38%). Среди игроков с продолжительными сессиями значимо выше доля тех,

37. G6_2. Какие жанры игр на консоли лично Вы предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры на консоли, n=389. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

кто предпочитают ролевые игры (46%), гонки (37%), хорроры (35%) и многопользовательские ролевые игры (28% против 9%). Не состоящие в браке геймеры отличаются выбором ролевых игр (50%), хорроров (44%), гонок (42%) и головоломок (38%).

Предпочитаемые жанры мобильных игр³⁸



В жанрах мобильных игр лидируют головоломки, которые предпочитают 54% геймеров, играющих в мобильные видеоигры. Это свидетельствует о преобладании казуального формата игр, ориентированных на короткие сессии и быстрый игровой опыт. Существенно отстают по популярности стратегии (19%) и симуляторы (17%), формируя вторую группу предпочтений. Шутеры (15%), гоночные и приключенческие игры (по 14%), а также песочницы (13%) демонстрируют умеренный спрос. Наименьший интерес вызывают ролевые игры (11%), хорроры (8%) и массовые многопользовательские ролевые онлайн-игры (5%).

Среди мужчин выше доля тех, кто предпочитает играть на мобильных устройствах в шутеры (27% против 6% женщин), стратегии (26% против 14%) и гонки (19% против 10%), что объясняется их склонностью к соревновательным механикам и тактическому мышлению. Женщины демонстрируют повышенный интерес к головоломкам (69% против 36% для мужчин) и приключениям (17% против 10%). Молодежь (до 35 лет) активнее играет во все жанры мобильных игр, кроме головоломок, интерес которым выше среди более старших игроков (61–64% против 25–41%). Такое распределение может объясняться разным подходом к мобильному геймингу: для молодежи это универсальная игровая платформа, тогда как для старшего поколения — источник доступного интеллектуального досуга.

38. G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: опрошенные, играющие в мобильные видеоигры, n=2225. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Активные игроки предпочитают стратегии (23% против 11–19% среди остальных), шутеры (19%) и песочницы (16%). Игроки с продолжительными сессиями выбирают все жанры, кроме головоломок. Среди геймеров с высоким достатком выше доля выбирающих стратегии (28% против 14–18% у менее обеспеченных) и шутеры (19% против 12–14%).

Наличие семьи, детей и предпочтения по жанрам видеоигр

Предпочтения в жанрах видеоигр могут зависеть от многих факторов и не ограничиваются семейным положением и наличием детей. Наличие свободного времени и возможностей посвятить себя играм может быть связано с другими обязанностями, занятостью и образом жизни. Кроме того, на жанровые предпочтения могут влиять личные интересы игроков, возраст, личностные характеристики (темперамент), потребности в социальном взаимодействии, совместном игровом процессе и другие факторы. Влияние семейного положения и наличия детей в большей степени прослеживается в выборе таких жанров как ролевые игры, хорроры и шутеры.

Среди не состоящих в браке по сравнению с семейными игроками значимо выше доля тех, кто предпочитает:

- ролевые игры (игроки на ПК — 24% против 16%, на консолях — 50% против 24%, на мобильных устройствах — 14% против 9%);
- хорроры (игроки на ПК — 22% против 8%, на консолях — 44% против 23%, на мобильных устройствах — 8% против 5%);
- шутеры (игроки на ПК — 42% против 34%, на мобильных устройствах — 16% против 13%).

Среди не имеющих детей по сравнению с теми, у кого они есть значимо выше доля тех, кто выбирает:

- шутеры (игроки на мобильных устройствах — 21% против 8–15% геймеров с детьми разного возраста, игроки на ПК — 45% против 25% с детьми старше 18 лет);
- стратегии (игроки на мобильных устройствах — 26% против 13–20%);
- ролевые игры (игроки на мобильных устройствах — 18% против 4–13%);
- хорроры (игроки на консолях — 40% против 21–26%);
- классические RPG (игроки на консолях — 29% против 8–16%).

Среди имеющих семью по сравнению с не состоящими в браке игроками значимо выше доля тех, кто предпочитает:

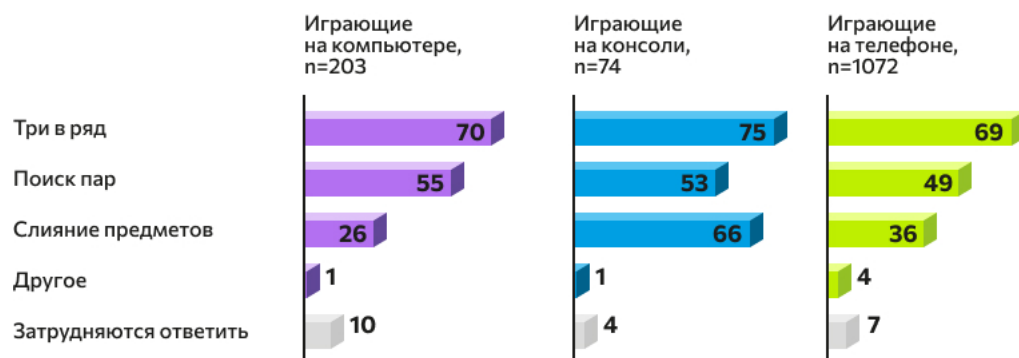
- головоломки (игроки на ПК — 35% против 27%, на мобильных устройствах — 61% против 51%).

Популярные поджанры шутеров³⁹



Среди играющих в шутеры на разных устройствах самый популярный поджанр — шутер от первого лица. Следующий по востребованности для выбирающих компьютерные игры — Battle Royal, а для игроков на консоли и на телефоне — шутер от третьего лица.

Популярные поджанры головоломок⁴⁰

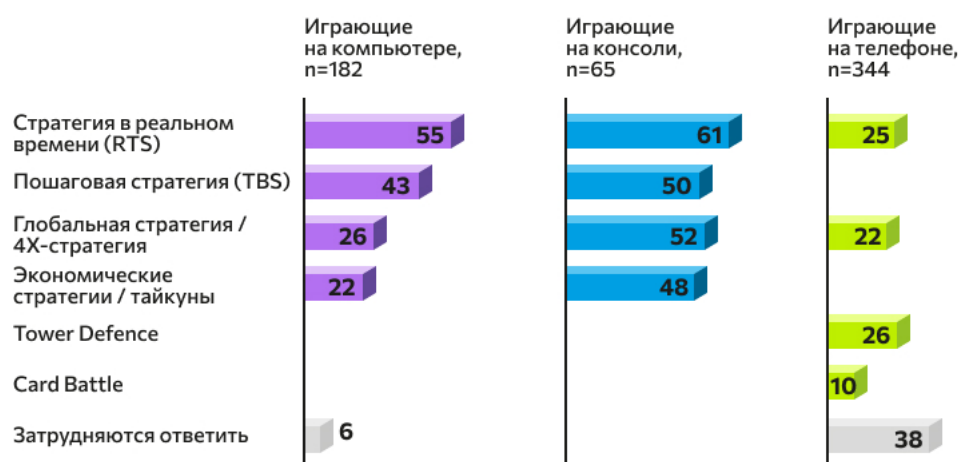


Среди предпочитающих головоломки самым востребованным поджанром является Три в ряд (Match Swap). Вторым по предпочтениям для играющих на компьютере и на телефоне стали игры поиска пар (Match Pair), а для игроков на консоли — слияние предметов (Match Merge).

39. G6_1_1, G6_2_1, G6_3_1. Какие поджанры шутеров Вы лично предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры соответствующего поджанра на компьютере / консоли / телефоне. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

40. G6_1_5, G6_2_5, G6_3_5. Какие поджанры головоломок Вы лично предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры соответствующего поджанра на компьютере / консоли / телефоне. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Популярные поджанры стратегий⁴¹



Среди играющих в стратегии на компьютере и на консоли самый популярный поджанр — стратегии в реальном времени (RTS). Пошаговая стратегия (TBS) является второй по востребованности у компьютерных игроков и делит второе-третье место с глобальной стратегией (Grand Strategy) в рейтинге поджанров для игроков на консоли.

В топ-3 поджанров стратегий у игроков на телефоне входят Tower Defence, RTS и 4X- стратегия. При этом 4 из 10 игроков не смогли назвать предпочитаемый ими поджанр стратегий.

Популярные поджанры гонок⁴²



Среди играющих в гонки на компьютере или на консоли самый популярный поджанр — симуляторы автогонок. Среди компьютерных игроков одинаково востребованы аркадные гонки и гонки на выживание, у игроков на консоли гонки на выживание по популярности превосходят аркадные гонки.

41. G6_1_3, G6_2_3, G6_3_3. Какие поджанры стратегий Вы лично предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры соответствующего поджанра на компьютере / консоли / телефоне. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

42. G6_1_8, G6_2_8. Какие поджанры гонок Вы лично предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры соответствующего поджанра на компьютере / консоли. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Популярные поджанры симуляторов⁴³



Среди играющих в симуляторы на компьютере самый популярный поджанр — симулятор жизни. Также востребованы симуляторы военных действий и транспорта.

Среди игроков на консоли наибольшим спросом пользуются симулятор управления. В топ-3 также входят симулятор транспорта и военных действий.

Игроки на телефоне из поджанров симуляторов предпочитают крафтинг, песочницы и тайкуны. Почти треть играющих на телефоне не смогли назвать любимый поджанр.

Популярные поджанры приключенческих игр⁴⁴



Среди почитателей приключенческих игр, вне зависимости от устройства, предпочтения по поджанрам совпадают. Лидером

43. G6_1_2, G6_2_2, G6_3_2. Какие поджанры симуляторов Вы лично предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры соответствующего поджанра на компьютере / консоли / телефоне. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

44. G6_1_6, G6_2_6. Какие поджанры приключенческих игр Вы лично предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры соответствующего поджанра на компьютере / консоли. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

предпочтений является приключенческий экшен. Топ-3 предпочтений дополняют интерактивное кино (примерно треть поклонников среди любителей жанра) и графический квест (каждый второй любитель жанра отдает ему предпочтение).

Популярные поджанры ролевых игр



Среди предпочитающих ролевые игры, вне зависимости от игрового устройства, самым популярным поджанром является RPG с открытым миром. Его выбирают 70% играющих на компьютере и около 40% на других устройствах.

В остальном предпочтения различаются. У компьютерных геймеров также востребованы командные (39%) и пошаговые (28%) RPG.

Для игроков на консоли вторым по предпочтениям является RPG Кликер. Остальные поджанры популярны в равной степени.

У игроков на телефоне пальму первенства с RPG Open World делит MMORPG, а следующие по популярности RPG-головоломки.⁴⁵

Популярные поджанры песочниц

Среди играющих в песочницы на компьютере или на консоли самый популярный поджанр — креативная песочница. Интерес к этому поджанру компьютерные геймеры делят с песочницами с элементами выживания, а для игроков на консоли песочницы с элементами выживания являются вторым по популярности поджанром.⁴⁶

45. G6_1_4, G6_2_4, G6_3_4. Какие поджанры ролевых игр Вы лично предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры соответствующего поджанра на компьютере / консоли / телефоне. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

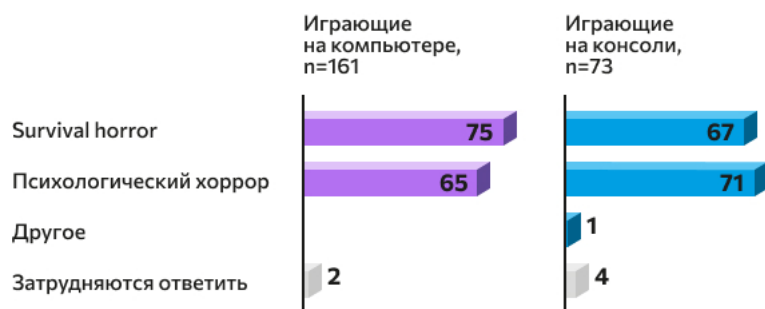
46. G6_1_7, G6_2_7. Какие поджанры песочниц Вы лично предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры соответствующего поджанра на компьютере / консоли. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.



Популярные поджанры хоррора

Среди любителей ужасов в видеоиграх на компьютере самый популярный поджанр — Survival Horror. Психологический хоррор является вторым по востребованности.

Среди игроков на консоли наоборот, лидером предпочтений является психологический хоррор, а хоррор с сюжетом выживания игрового персонажа имеет меньше поклонников.⁴⁷



47. G6_1_9, G6_2_9. Какие поджанры хоррора Вы лично предпочитаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры соответствующего поджанра на компьютере / консоли. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Гейминг в России:

Отношение общества,
популярность игровых практик,
социальные и экономические эффекты

Крупнейшее
социологическое исследование
по видеоиграм в России

3.4

Денежные затраты на видеоигры

Покупка игр и внутриигровые покупки среди всех геймеров

4 из 10 геймеров совершали за последний год покупки, связанные с видеоиграми.

Совокупные затраты россиян составили около 175 млрд. рублей (для сравнения в Москве — около 24 млрд. рублей). В среднем, каждый игрок, совершавший покупки, израсходовал около 5 100 рублей за год (в Москве — 6 450 рублей).

Наиболее популярной статьей расходов являются внутриигровые покупки, которые совершает каждый пятый геймер (20%). Менее распространенные денежные затраты — оформление подписок на видеоигры (10%), приобретение цифровых копий видеоигр (9%), покупка физических копий (7%) и игровых пропусков (6%).

Во всех категориях затрат доля мужчин превышает долю женщин (на 9 п.п. при покупке цифровых копий и на 3–4 п.п. в остальных категориях).

Среди молодежи (до 35 лет) доля тратящих деньги на видеоигры значимо выше по сравнению с более старшим поколением.

Также и игроки с высоким материальным положением, и имеющие работу демонстрируют более высокую долю совершающих покупки во всех категориях, что объясняется наличием финансовой возможности.

Среди жителей городов-миллионников значимо выше, чем среди проживающих в других населенных пунктах, совершавших какие-либо игровые покупки (42% против 33–37% в населенных пунктах с меньшим числом жителей), в том числе выше доля приобретавших цифровые копии игр (13% против 7–8%).

Среди активных геймеров, часто уделяющих этому досугу время и проводящих за играми 3–5 часов за сеанс, значимо выше доля тех, кто совершает игровые покупки.⁴⁸

*Совокупные
затраты россиян
составили около
175 млрд. рублей*



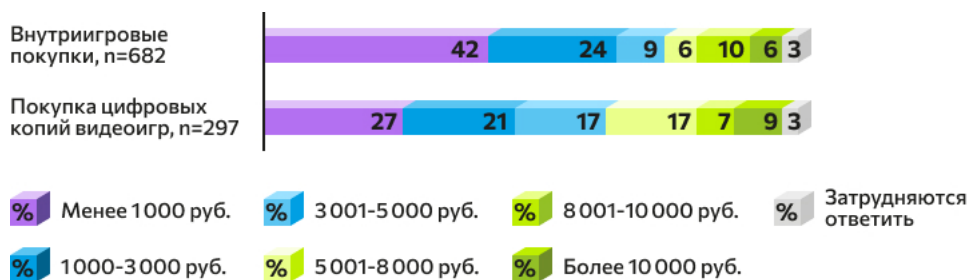
48. P1. Что из перечисленного Вы делали за последний год? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Объем денежных затрат на игры и внутриигровые покупки

Расходы на внутриигровые покупки большинства геймеров (67%) за последний год составили не более 3 000 рублей, а доля крупных расходов (свыше 10 000 рублей) не превышает 6%.

Женская аудитория демонстрирует более выраженную склонность к бюджетным расходам: среди женщин, совершающих внутриигровые покупки, значимо выше доля тех, кто тратит менее 1 000 рублей (47% против 40% на мужчин). Возрастной фактор также оказывает существенное влияние. Среди подростков преобладают минимальные траты (1 000 рублей и менее) на внутриигровые покупки. В то же время аудитория 35–44 лет, обладающая большей финансовой стабильностью, смещает потребление в средний ценовой сегмент (3 001–5 000 рублей). Во всех категориях покупок наибольшая доля тех, кто расходует менее 1 000 рублей, приходится на респондентов без высшего образования. Это позволяет предположить, что уровень образования выступает косвенным индикатором финансовых возможностей и готовностью инвестировать в хобби.

Наконец, игровая активность напрямую связана с объемом трат. Среди геймеров, проводящих за игрой более часа подряд, больше встречаются те, кто совершает внутриигровые покупки на сумму 5 001–8 000 рублей. Это подтверждает ожидаемую закономерность: чем больше времени пользователь погружен в игровую среду, тем выше его готовность инвестировать в улучшение своего игрового опыта.⁴⁹



Покупка игр и внутриигровые покупки среди игроков на ПК и консоли

6 из 10 игроков на ПК или консоли совершали за последний год покупки, связанные с видеоиграми.

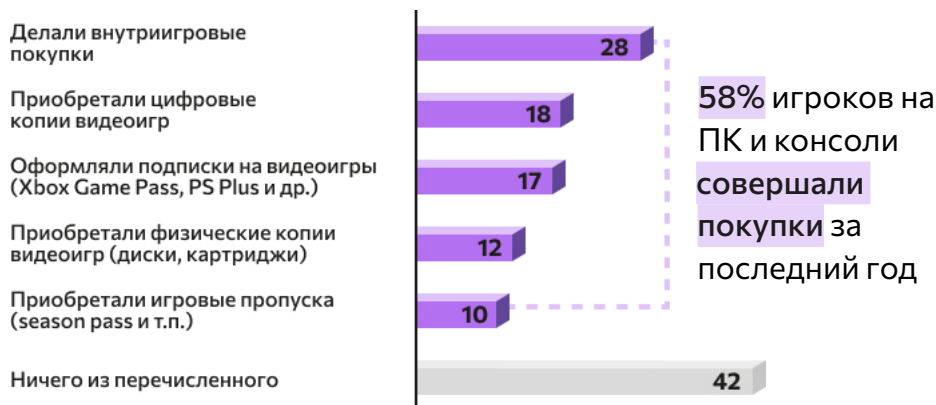
Наиболее популярной статьей расходов являются внутриигровые покупки, которые совершают более четверти геймеров (28%). Почти каждый пятый приобретал цифровые копии видеоигр (18%),

49. P2_1. Сколько денег за последний год Вы потратили на покупку цифровых копий видеоигр?

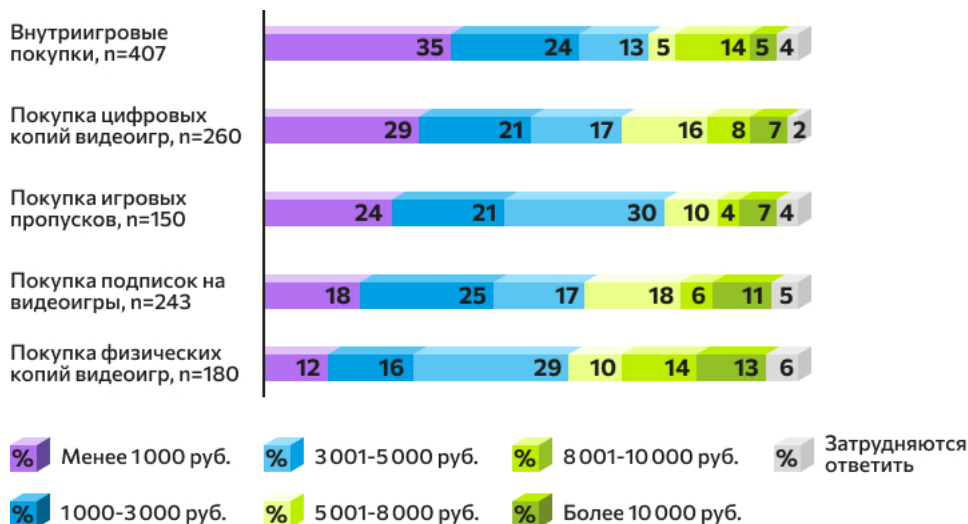
P2_5. Сколько денег за последний год Вы потратили на внутриигровые покупки?

База: опрошенные, совершавшие соответствующие покупки. Отсортировано по варианту «Менее 1 000 руб.».

оформлял подписки на видеоигры (17%). Наименее распространенные денежные затраты — покупка физических копий (12%) и игровых пропусков (10%).⁵⁰



Объем денежных затрат на игры среди игроков на ПК и консоли



Расходы на внутриигровые покупки большинства геймеров на ПК или консоли (59%) за последний год составили не более 3 000 рублей. Треть игроков тратили на атрибуты внутри игры менее 1 000 рублей, а доля крупных расходов (свыше 10 000 рублей) не превышает 6%.

В отличие от остальных категорий покупок, наблюдается иная структура затрат на физические копии игр и покупку игровых пропусков. Наибольшая доля пользователей (29–30%) израсходовала за год сумму от 3 000 до 5 000 рублей, что, возможно, является следствием текущей ценовой политики на данные версии продуктов. Доля более крупных расходов на физические копии игр (37%) выше, чем в других категориях.

50. P1. Что из перечисленного Вы делали за последний год? База: опрошенные, играющие в видеоигры на компьютере или консоли, n=1469. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Несмотря на разнообразие способов монетизации, основная часть аудитории придерживается сдержанной модели потребления, где доминируют недорогие покупки.⁵¹

Способы приобретения игр



Каждый второй россиянин, увлекающийся видеоиграми, за последний год получал к ним доступ, совершая покупку или скачивая с бесплатных ресурсов. Приоритетным способом получения видеоигры является скачивание с торрента — так делал каждый четвертый. Лицензионные игры приобретались реже — 13% онлайн и 12% оффлайн. Каждый десятый приобретал ключи у ресейлеров.

По всем способам приобретения видеоигр доля мужчин стабильно превышает аналогичный показатель среди женщин на 4–9 п.п., что подтверждает большую вовлеченность мужской аудитории в рынок игрового контента.

Возрастной фактор демонстрирует особенно заметные различия в выборе каналов приобретения. Среди молодежи 18–24 лет значительно выше доля тех, кто приобретает ключи на сторонних сайтах (23% против 4–14% в других возрастных группах). Более широкая возрастная категория 18–34 лет в целом активнее пользуется как легальными каналами (онлайн-магазины), так и нелегальными (торренты), что может объясняться не только большей игровой активностью молодежи, но и ее цифровой грамотностью, а также чувствительностью к цене.

В городах-миллионниках существенно выше доля покупателей, приобретающих игры через онлайн-магазины (21% против 9–15%)

51. P2_1. Сколько денег за последний год Вы потратили на покупку цифровых копий видеоигр?

P2_2. Сколько денег за последний год Вы потратили на покупку физических копий видеоигр?

P2_3. Сколько денег за последний год Вы потратили на покупку игровых пропусков?

P2_4. Сколько денег за последний год Вы потратили на подписки на видеоигры?

P2_5. Сколько денег за последний год Вы потратили на внутриигровые покупки?

База: опрошенные, играющие в видеоигры на компьютере или консоли и совершавшие соответствующие покупки. Отсортировано по варианту «Менее 1 000 руб.»

и на сторонних сайтах (13% против 6–8%). В небольших городах (до 100 тыс. человек) выше доля тех, кто приобретал лицензионные продукты в офлайн-магазинах (14% против 11%).

Среди активных игроков выше доля тех, кто приобретает лицензионные игры в онлайн-магазинах (16% против 7–13% для прочих геймеров).⁵²

Сторы для приобретения игр⁵³



В предпочтениях пользователей в выборе цифровых магазинов для приобретения видеоигр лидирует платформа Steam — 41% геймеров, приобретавших игры в онлайн-магазинах или у ресейлеров, обращался к ней. Причем на данной платформе покупали игры две трети геймеров, играющих преимущественно на персональном компьютере.

Вторую позицию занимает RuStore, что подтверждает востребованность локализованных решений на российском рынке. Более трети игроков с мобильного устройства скачивают игры именно с RuStore. Сопоставимые результаты группы магазинов Play Market, VK Play и AppStore указывают на разделение пользовательских потоков между мобильными экосистемами и отечественными платформами, где выбор часто обусловлен типом устройства и предустановленными сервисами. Значения таких крупных международных площадок, как Epic Games, Xbox Store и PS Store, находятся в пределах 10–16%.

52. P3. Каким образом Вы приобретали игры за последний год? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

53. P4. На каких сторах Вы приобретали игры? База: опрошенные, приобретавшие игры в онлайн-магазинах или у ресейлеров, n=667. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Мужчины больше женщин приобретают игры в Steam (54% мужчин против 20% женщин) и Epic Games (22% против 8%). А среди женщин выше доля выбирающих RuStore (35% против 22%) и AppStore (28% против 17%), что связано с предпочитаемыми игровыми устройствами (78% женщин играют на мобильных устройствах).

Поколение 18–34 лет предпочитает Steam (54–58% против 27–29% в старших группах или 37% у подростков), а опрошенные 55 лет и старше — RuStore (45% против 9–31% в остальных группах по возрасту).

Трудности при совершении покупок⁵⁴



36% игроков, совершавших покупки, сталкивались с трудностями при оплате. Доминирующей проблемой являются ограничения оплаты российскими картами в зарубежных сервисах. Немаловажную роль играют ограничения доступа к играм из-за региональных блокировок и ухода издателей. Сопоставимую значимость имеет ценовой фактор — высокие цены из-за курса валют и расходов на посредников. В число наиболее распространенных трудностей при оплате также входят технические сложности со сменой региона аккаунта и созданием новых учетных записей, а также случаи мошенничества.

Наиболее уязвимой группой оказалась молодежь (лица в возрасте до 35 лет). Высокая доля сталкивающихся с проблемами в этой

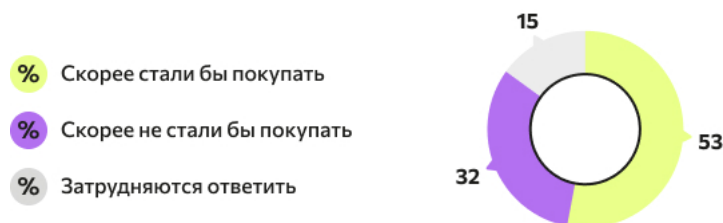
54. P5. Сталкивались ли Вы с какими-либо трудностями при покупке видеоигр или оплате внутриигрового контента за последний год? База: опрошенные, совершавшие покупки, n=1281

P6. С какими именно трудностями Вы сталкивались при покупке видеоигр или оплате внутриигрового контента за последний год? База: опрошенные, столкнувшиеся с трудностями при покупке, n=458. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

категории (43–51% против 21–32% старшего поколения) объясняется не только большей игровой активностью, но и более частым использованием зарубежных платформ, где ограничения проявляются особенно остро.

Доля тех, кто при оплате столкнулся с трудностями, выше среди жителей небольших — с населением до 100 тыс. человек — городах (44% против 25–41% в более крупных).

Готовность купить лицензионные версии игр



Каждый второй не покупавший видеоигры или скачивавший их с торрента скорее стал бы покупать лицензионные версии игр при условии наличия удобной и доступной платежной системы.

Одновременно с этим получена значительная доля скептически настроенных пользователей (32%) и не определившихся с ответом (16%), что указывает на необходимость комплексного подхода к развитию легального рынка. Для полной реализации потенциала требуется не только улучшение платежных механизмов, но и работа по повышению осведомленности о преимуществах лицензионного контента, а также формирование дополнительных стимулов для перехода к легальному потреблению.

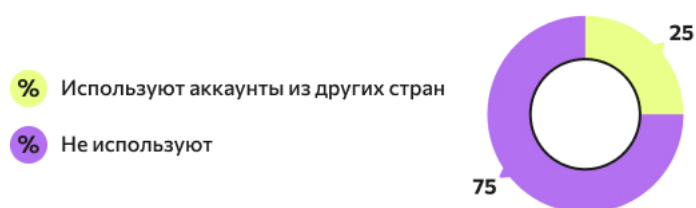
Доля готовых покупать лицензионные продукты выше среди мужчин (58% против 46% среди женщин) и среди молодежи до 25 лет (68–70% против 39–53% в группе 35 лет и старше).

Работающие граждане проявляют большую заинтересованность (56% против 42% неработающих). Наиболее значительный разрыв наблюдается в зависимости от материального положения: в группе с высоким уровнем доходов доля потенциальных покупателей составляет 67%, тогда как среди респондентов со средним и низким уровнем достатка — 49% и 46% соответственно.

Показательной является и взаимосвязь с игровыми привычками. Среди активных геймеров, практикующих игровые сессии длительностью более одного часа, доля готовых приобретать лицензионные версии составляет 59% против 48% среди остальных. Можно предположить, что степень вовлеченности в игровой процесс формирует более осознанное отношение к ценности официального контента.⁵⁵

55. Р7. Если бы оплата видеоигр была удобной и доступной, стали бы Вы покупать лицензионные версии игр? База: опрошенные, не совершавшие покупки или скачивавшие игры с торрента, n=872.

Использование иностранных аккаунтов среди игроков на ПК и консоли



Каждый четвертый игрок на персональном компьютере или консоли использует зарубежные аккаунты для доступа к видеоиграм и их оплаты.

Среди мужчин доля использующих аккаунты других стран составляет 29% против 17% среди женщин. Возрастной фактор демонстрирует еще более выраженную дифференциацию: использует зарубежные аккаунты преимущественно молодежь: 43% 14–17-летних, 35% 18–24-летних, 49% 25–34-летних, 24% 35–44-летних, 15% 45–54-летних, 6% опрошенных 55 лет и старше. Также выше доля покупающих видеоигры с иностранных аккаунтов среди более обеспеченной аудитории (33% против 22% опрошенных со средним материальным положением).

Наиболее показательной является зависимость от интенсивности игрового опыта: среди часто играющих пользователей доля использующих зарубежные аккаунты составляет 30% против 18–22% среди менее активных игроков. Аналогичная закономерность наблюдается при анализе продолжительности сессий: среди играющих более часа доля достигает 33% против 18% среди тех, чьи игровые сессии короче.⁵⁶

56. P8. Используете ли Вы аккаунты из других стран для доступа к видеоиграм и их оплаты? База: опрошенные, играющие в видеоигры на компьютере или консоли, n=1469.

Гейминг в России:

Отношение общества,
популярность игровых практик,
социальные и экономические эффекты

Крупнейшее
социологическое исследование
по видеоиграм в России

3.5

Мотивация, ценности
и стиль жизни геймеров

Мотивация к игре среди игроков

Каждый второй российский геймер играет ради расслабления после работы или учебы. Более трети отмечают, что игры для них — это способ преодолеть скуку. Каждый четвертый играет при появлении интересной игры, а каждый пятый — для развития навыков.

Хотя для женщин и мужчин ключевыми мотивами выступают стремление отдохнуть и заполнить время, когда нечем заняться, наблюдается гендерная специфика второстепенных драйверов.

Среди мужчин выше, чем среди женщин, доля отмечающих, что их побуждают играть скука (41% мужчин против 36% женщин), появление новой интересной игры (24% против 21%), возможность соревноваться (19% против 14%), стремление улучшить свои результаты в игре (17% против 14%), желание погрузиться в познание новых миров (16% против 12%), приглашение друзей поиграть вместе (14% против 9%).

Все перечисленные драйверы больше мотивируют молодую аудиторию в возрасте от 14 до 24 лет.

И регулярные, и эпизодические игроки мотивированы в первую очередь желанием расслабиться (49% играющих часто, 44% играющих иногда и 34% играющих редко) или занять время (39%, 43% и 33%). На самых вовлеченных геймеров все остальные мотивы, кроме создания контента, оказывают большее влияние, чем на менее активных.⁵⁷



57. М1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Демотивация к игре среди игроков

Самые распространенные барьеры к продолжению игрового сеанса среди геймеров — это нехватка времени и чувство усталости от игрового процесса — их отмечают более трети опрошенных. Каждый четвертый прекращает игру, если потерял интерес.

Мужчины больше, чем женщины, склонны останавливать игру, если потерпели неудачу в видеоигре (20% мужчин против 16% женщин), столкнулись с лагами (22% против 14%), с токсичностью других игроков (9% против 5%).

Женщины же более чувствительны, чем мужчины, к нехватке времени из-за других дел (44% женщин против 36% мужчин) и частым рекламным паузам (21% против 17%).

Молодежь до 34 лет отмечает большее количество разнообразных демотиваторов к игре, чем старшая аудитория геймеров.⁵⁸



Досуг геймеров

Геймеры активно вовлечены в разнообразные виды досуга.

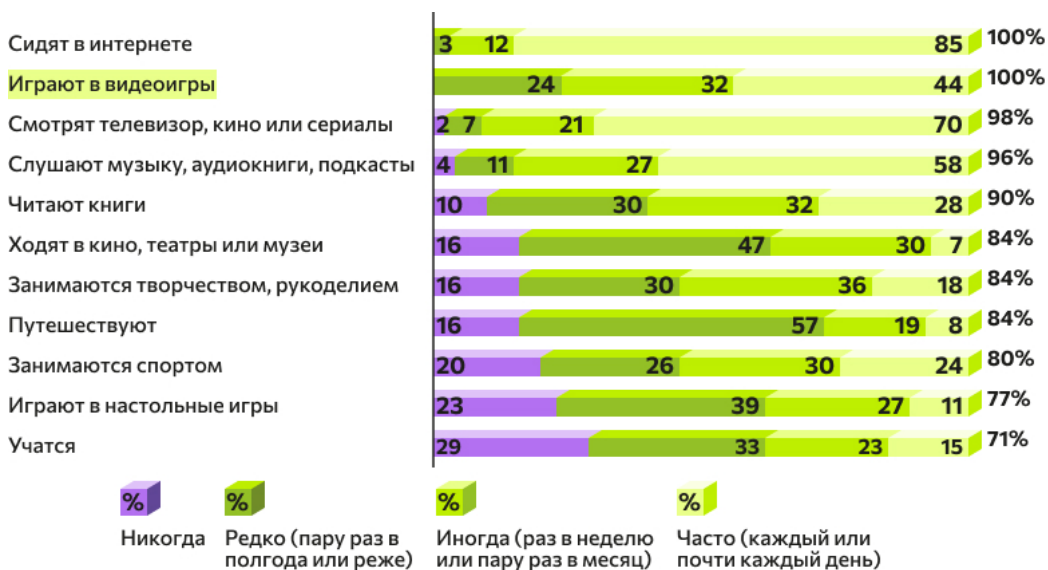
Каждый или почти каждый из них с разной периодичностью свободное время проводит на развлекательных платформах и в социальных сетях в интернете, за просмотром телевизора или кино и сериалов дома, за прослушиванием музыки и подкастов.

С той или иной частотой более двух третей геймеров путешествуют, занимаются творчеством, рукоделием, спортом и играют в настольные игры, а также проходят дополнительное обучение.

9 из 10 геймеров читают книги.

58. М2. Что чаще всего заставляет Вас прекратить игру? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Примечательно, что у играющих в видеоигры досуг разнообразнее, нежели у тех, кто никогда не играет в видеоигры.⁵⁹



Место видеоигр в цифровых хобби геймеров

Только половина геймеров воспринимают игру в видеоигры как свое хобби (занятие, которому они регулярно посвящают свободное время).

Помимо видеоигр, у геймеров есть и другие цифровые увлечения. Каждый четвертый регулярно занимается фото- и видеосъемкой, онлайн-обучением. А каждый одиннадцатый игрок ведет собственный блог или подкаст.

Среди геймеров выше доля отмечающих, что имеют хотя бы одно цифровое хобби, чем среди негеймеров: 76% геймеров против 44% негеймеров.⁶⁰



59. S4. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

60. S5. Какие из перечисленных хобби (занятия, которым Вы регулярно посвящаете свободное время) у Вас есть? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Каналы получения информации геймеров⁶¹



Половина геймеров и более регулярно получают информацию из телеграм-каналов, социальных сетей, телевидения и сервисов просмотра видео.

Более четверти игроков обращаются за новостями к новостным интернет-изданиям, каждый пятый — к радио, а каждый восьмой — к прессе.

Просмотр игровых видео геймерами⁶²



Около половины геймеров смотрят видео о видеоиграх.

Самый популярный жанр — записанные обзоры видеоигр — их выбирает каждый пятый игрок.

Каждый седьмой смотрит записи стримов с прохождением игр, видео о новостях в игровой индустрии, стримы игр в прямой трансляции.

Среди негеймеров интересуются таким контентом 13%.

Просмотр видео об играх более популярен среди мужчин и молодой аудитории до 34 лет.

61. МЗ. Какие источники информации Вы регулярно смотрите, слушаете или читаете? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

62. G10. Смотрите ли Вы видео о видеоиграх? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Гейминг в России:

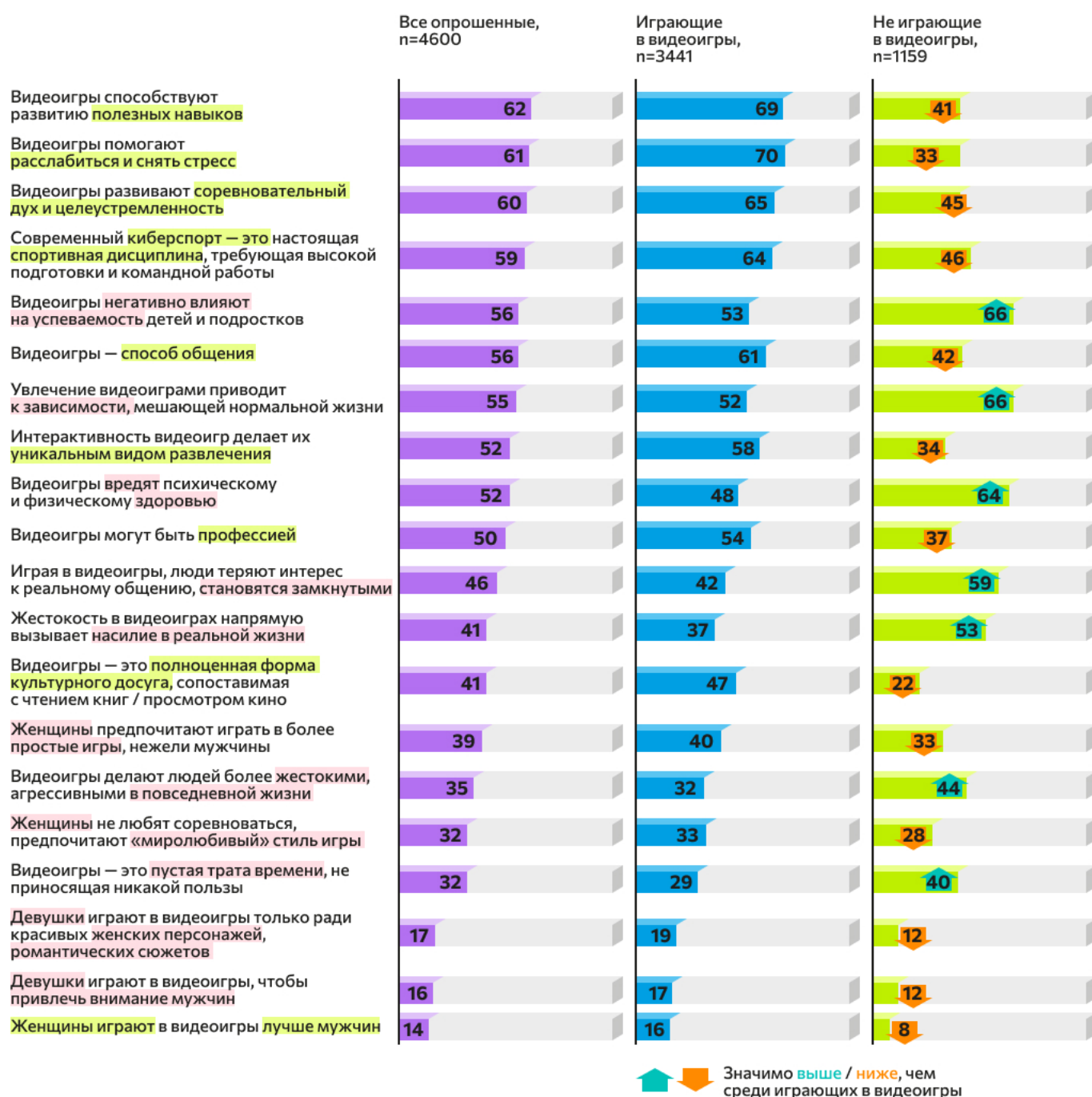
Отношение общества,
популярность игровых практик,
социальные и экономические эффекты

Крупнейшее
социологическое исследование
по видеоиграм в России

3.6

Видеоигры как феномен
культуры и спорта

Восприятие видеоигр как формы досуга, культуры, спорта⁶³



В сознании россиян более устойчивы позитивные установки относительно видеоигр: более половины россиян согласны с тем, что видеоигры способствуют развитию полезных навыков, помогают снять стресс, развивают целеустремленность, выступают способом общения и уникальным способом развлечения, при этом могут быть профессией и спортивной дисциплиной, требующей

63. Л. Вы согласны или не согласны со следующими высказываниями? Представлено распределение по варианту «Согласен(на)». Отсортировано по столбцу «Все опрошенные».

подготовки. При этом каждый второй россиянин отмечает, что видеоигры отрицательно влияют на успеваемость детей, приводят к зависимости, вредят здоровью.

Причем в положительном эффекте видеоигр сильнее убеждены играющие в них, по сравнению с неиграющими. Геймеры склонны к интеграции игр в жизнь, позитивной идентификации видеоигр с навыками, командной работой, стресс-менеджментом и культурным досугом. Негеймеры же акцентируют риски, опасности и угрозы, связанные с видеоиграми (зависимость, ухудшение здоровья, социальная изоляция).

4 россиянина из 10 считают видеоигры полноценной формой культурного досуга, сопоставимой с чтением книг или просмотром кино. Причем для геймеров характерна более высокая оценка культурной ценности видеоигр (47% геймеров против 22% негеймеров).

Стереотипов относительно женских стратегий и мотивов игры придерживаются менее половины россиян (39% россиян и меньше). Причем имеющим опыт игры в видеоигры следование им свойственно больше, чем неиграющим. Например, 40% геймеров полагают, что женщины предпочитают более простые игры, чем мужчины, в то время как среди негеймеров таких 33%. Также 33% геймеров отмечают, что женщины не любят соревноваться, а среди негеймеров согласных с этим 28%.

Навыки, развиваемые во время игры в видеоигры⁶⁴



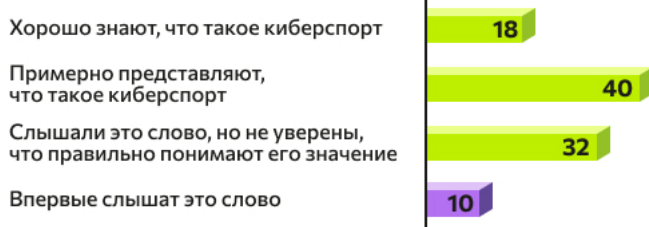
64. М4. На Ваш взгляд, какие навыки и умения может развить в себе человек, играя в видеоигры? Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа. Отсортировано по столбцу «Все опрошенные».

82% россиян полагают, что видеоигры способствуют развитию навыков. Доля считающих так выше среди самих геймеров. 9 из 10 геймеров (88%) уверены в том, что видеоигры помогают появлению и совершенствованию разных умений. Такой же позиции придерживаются 7 из 10 негеймеров (67%).

В первую очередь, по мнению опрошенных, видеоигры развивают логическое мышление. Также в топ-3 благоприятных последствий видеоигр входят тренировка координации движений, реакции, развитие навыков стратегического планирования и принятия решений. В целом, геймеры отмечают больше навыков, в формировании которых участвуют видеоигры.

Уровень осведомленности населения о киберспорте⁶⁵

Самооценка знаний о киберспорте



Определение киберспорта



9 из 10 россиян полагают, что знают, что такое киберспорт, верно выбирая его определение из списка предложенных вариантов. Причем 2 из 10 уверены, что хорошо понимают его значение.

9 из 10 имеющих представление о киберспорте дают верное определение: киберспорт — это соревнования по видеоиграм, в которых игроки или команды борются за победу и призовые фонды. Если смотреть в целом по выборке, 86% россиян правильно определяют киберспорт.

В своих знаниях больше уверена молодежь: отмечают, что хорошо знают, что такое киберспорт, 30–36% подростков и молодежи (до 35 лет) против 9–16% более старших россиян. Сомневающихся в

65. Е1. Знаете ли Вы, что такое киберспорт, или слышите это слово сейчас впервые? База: все опрошенные, n=4600

Е2. Какое из приведенных ниже определений наиболее точно описывает киберспорт? База: опрошенные, отметившие, что знают, что такое киберспорт, n=4149

понимании явления больше среди россиян 35 лет и старше (30% 35–44 лет, 35% 45–54 лет, 41% 55 лет и старше). Но при этом более верный ответ дает более старшее поколение: правильное определение указали 90% респондентов в возрасте 45 лет и старше, в то время как среди младших опрошенных распределение следующее: 75% 14–17-летних, 83% 18–24-летних, 81% 25–34-летних и 82% 35–44-летних.

Геймеры также больше уверены в том, что понимают суть киберспорта, чем негеймеры: 20% игроков и 10% неигроков оценивают свои знания как хорошие. При этом верное определение из трех выбрало больше негеймеров (99% против 85% геймеров).

Уровень осведомленности населения о профессиях в сфере геймдева⁶⁶



84% россиян осведомлены как минимум об одной специальности из игровой индустрии.

Самая известная профессия среди россиян — разработчик игр. Около половины опрошенных знают о профессиях тестировщика, стримера и киберспортсмена.

О всех специальностях в сфере геймдева больше осведомлены россияне с высшим образованием, жители городов-миллионников, геймеры, а также играющие не реже раза в неделю и с игровыми сессиями более одного часа.

Участие в игровых сообществах

Каждый четвертый российский геймер является участником игровых сообществ.

66. ЕЗ. О каких профессиях в игровой индустрии Вы слышали ранее? База: все опрошенные, n=4600. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

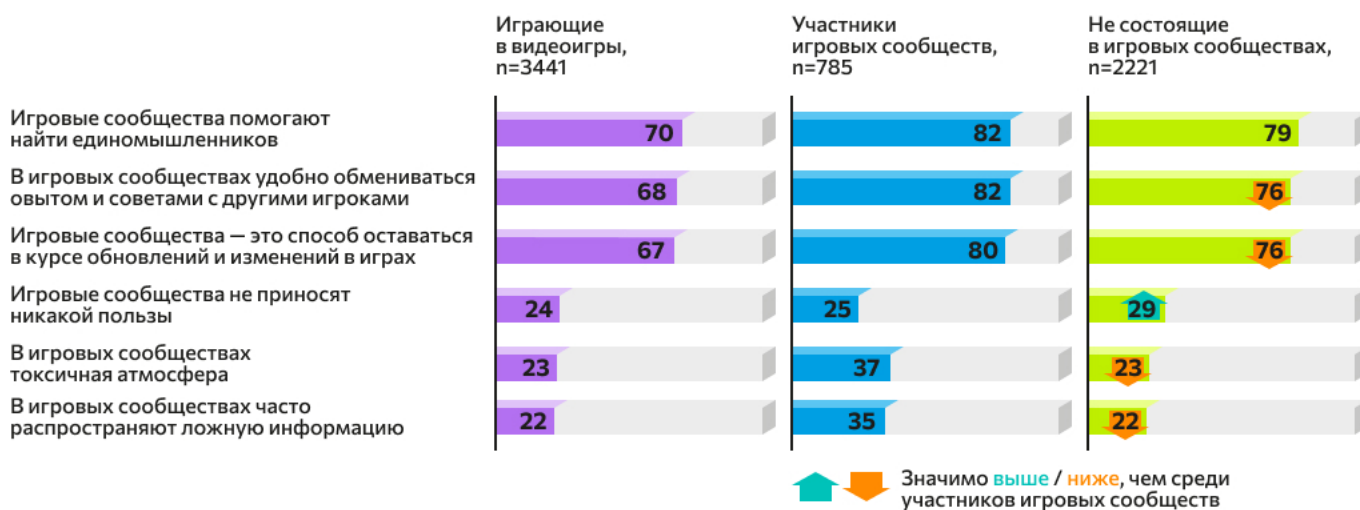
Доля участников выше среди мужчин, нежели среди женщин: состоит в игровых чатах, форумах, гильдиях, группах в социальных сетях каждый третий геймер-мужчина (30%) и каждая шестая женщина (18%).

Вовлеченность в игровые сообщества снижается с возрастом: в них включены 51% 14–17-летних игроков, 42% 18–24-летних, 36% 25–34-летних, 23% 35–44-летних, 17% 45–54-летних, 10% аудитории 55 лет и старше.

Также в сообщества склонны вступать те, кто играет чаще и больше: 34% играющих каждый или почти каждый день против 10–19% играющих реже, 40% играющих более часа против 16% играющих менее часа.⁶⁷



Роль игровых сообществ⁶⁸



Среди российских геймеров распространено позитивное представление о роли игровых сообществ: 7 из 10 игроков согласны с тем, что игровые сообщества помогают оставаться в курсе обновлений и изменений в играх, помогают найти единомышленников и дают возможность удобно обмениваться опытом и советами с другими игроками.

Причем среди самих участников более популярны, чем среди неучастников, мнения о положительных аспектах сообществ. В то же

67. К1. Являетесь ли Вы участником игровых сообществ (чатов, форумов, гильдий, групп в социальных сетях)? База: опрошенные, играющие в видеоигры, n=3441.

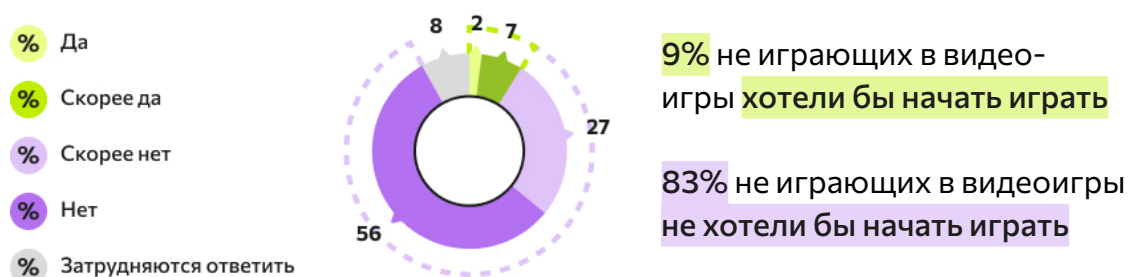
68. К2. Вы согласны или не согласны со следующими высказываниями? База: опрошенные, играющие в видеоигры. На графике представлено распределение по варианту «Скорее согласен(на)»

время геймеры, имеющие опыт вступления в сообщества, склонны больше отмечать токсичность атмосферы и распространение ложной информации в сообществах: треть участников указывают на эти негативные аспекты.

Оценка готовности неиграющих попробовать видеоигры

83% неиграющих респондентов не хотят начинать играть в видеоигры, причем 56% выразили категоричный отказ. При этом 9% респондентов, не вовлеченные в видеоигры на данный момент, выразили желание начать играть в будущем.

Выше доля желающих начать играть в будущем среди молодых людей 18–24 лет (43%), лиц с высоким уровнем благосостояния (16% против 3–10% менее обеспеченных сограждан).⁶⁹



Барьеры к игре среди неигроков

Основной причиной отказа от видеоигр как формы досуга является предпочтение альтернативных видов развлечений. Неиграющие в видеоигры посвящают свободное время иным занятиям: получению информации из интернета (96% с той или иной периодичностью сидят в социальных сетях, на развлекательных онлайн-платформах), просмотру телевизора и фильмов дома (94%), прослушиванию музыки, аудиокниг и подкастов (86%), чтению книг (79%), посещению кино, театров, музеев (70%), путешествиям (72%), рукоделию (70%), занятию спортом (58%), обучению (50%), настольным играм (40%).⁷⁰

Каждый третий респондент, не увлекающийся играми, называет их бесполезной тратой времени либо утверждает, что попросту не располагает свободным временем для подобного вида досуга.

Каждый пятый выражает неуверенность в том, что видеоигры подходят для его возраста.

Среди женщин выше доля отмечающих, что они предпочитают другие виды досуга (40% против 34% мужчин), считают видеоигры пустой тратой времени (34% против 28%), никогда не пробовали

69. R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: опрошенные, не играющие в видеоигры, n=1159.

70. По данным ответов негеймеров на вопрос S4 (стр. 24)

играть в игры (17% против 8%) или их не увлекают имеющиеся игры (7% против 4%). Среди мужчин в то же время больше тех, кто играл раньше, но потерял интерес (18% против 8% женщин).

Среди лиц с высшим образованием больше тех, кто предпочитает другие виды досуга (46% против 29% среди не имеющих вузовского образования), считает видеоигры пустой тратой времени (36% против 27%) или ссылается на отсутствие времени (35% против 26%).⁷¹



71. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: опрошенные, не играющие в видеоигры, n=1159. Сумма не равна 100 %, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Гейминг в России:

Отношение общества,
популярность игровых практик,
социальные и экономические эффекты

Крупнейшее
социологическое исследование
по видеоиграм в России

3.7

Масштаб и особенности
геймерской аудитории
по городам-миллионникам

Рейтинг городов-миллионников по доле геймеров

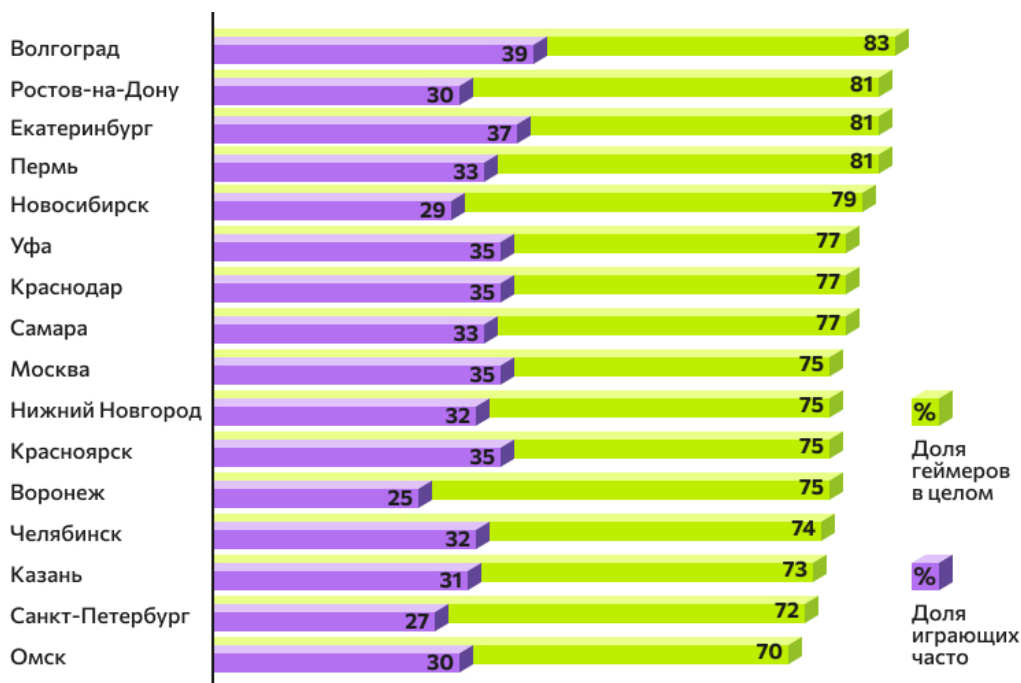
По доле играющих в видеоигры на разных устройствах с той или иной частотой среди городов-миллионников лидирует Волгоград.

Второе место делят между собой Ростов-на-Дону, Екатеринбург и Пермь.

В группу городов с высокой долей геймеров также входят Новосибирск, Уфа, Краснодар, Самара — 77% жителей этих городов и более играют в видеоигры часто, иногда или редко.

Ниже доля геймеров в Москве, Нижнем Новгороде, Красноярске, Воронеже, Челябинске, Казани, Санкт-Петербурге и Омске.

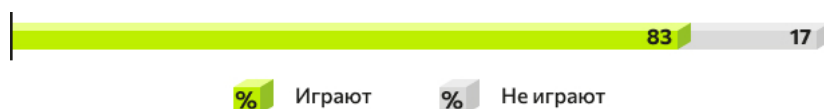
Волгоград удерживает первенство и по доле включенных в видеоигры на постоянной основе — 4 из 10 волгоградцев играют каждый или почти каждый день. Более трети горожан ежедневно уделяют время видеоиграм и в Екатеринбурге, Уфе, Краснодаре, Москве, Красноярске.⁷²



72. S4. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: опрошенные из Москвы, n=300, опрошенные из остальных городов, n=200. На следующих страницах порядок городов соответствует рейтингу городов по доле геймеров в целом.

1. Волгоград. Основные показатели

Доля геймеров в городе⁷³

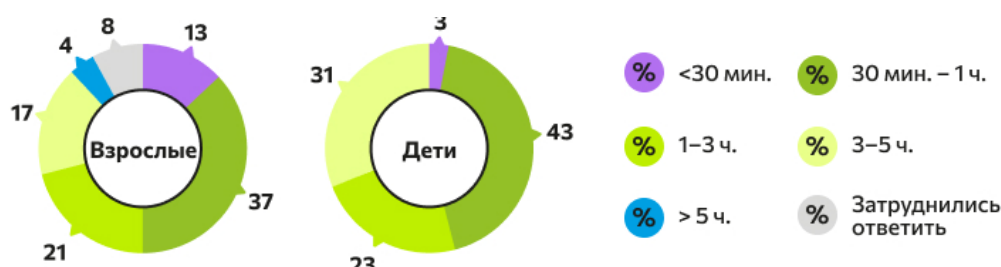


Место видеоигр в списке других увлечений⁷⁴



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время⁷⁵



73. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Волгоград, n=200.

74. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Волгоград, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

75. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Волгоград, n=166.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Волгоград, контролирующие время детей за играми, n=37.

Устройства⁷⁶



Топ-3 мотива для игры⁷⁷



76. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Волгоград, n=149.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Волгоград, чьи дети играют в видеоигры, n=42.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых).

77. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Волгоград, n=166. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

1. Волгоград. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

Волгоград демонстрирует самый высокий показатель вовлеченности в гейминг среди всех представленных городов — 83% опрошенных играют в видеоигры.⁷⁸

Совокупные расходы жителей Волгограда на видеоигры за год составили 1,9 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 5 748 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Несмотря на рекордную общую вовлеченность, видеоигры остаются на периферии интересов по частоте занятия. Это подтверждает общий тренд: игры — массовое, но не основное хобби. Видеоигры занимают 8-ю позицию из 11.⁷⁹

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. В месяц среди волгоградцев, играющих в видеоигры, половина (50%) играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Для взрослых игроков характерны сессии средней продолжительности, при этом заметна значительная доля игроков с длительными сеансами. Наиболее типичная продолжительность сеанса — 30 минут – 1 час (37%). Для 21% игроков сессия длится 1–3 часа. При этом 21% игроков играют более 3 часов за раз — это один из самых высоких показателей среди городов-миллионников.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 16% играют до 3 часов, 19% тратят от 3 до 6 часов, 26% тратят от 7 до 14 часов, 17% тратят более 15 часов. 43% игроков посвящают играм более 7 часов в неделю.⁸⁰

78. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Волгоград, n=200.

79. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Волгоград, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

80. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Волгоград, n=166.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Волгоград, n=166.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Волгоград, n=149.

Устройства. Мобильные устройства являются безоговорочным лидером, а компьютер — второй платформой. Консоли используются существенно реже. На мобильных устройствах играют 62% геймеров, на компьютере / ноутбуке — 41%. 22% взрослых игроков используют игровые консоли — это один из лучших показателей в стране. В сочетании с длительными игровыми сессиями это характеризует город как рынок премиальных игровых продуктов. Местные игроки готовы инвестировать в качественное оборудование.⁸¹

Жанры. Среди опрошенных в г. Волгоград, игравших в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются ролевые игры (36% указали их как предпочитаемый жанр), стратегии (32%) и головоломки (31%). По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (46%), симуляторы (24%), стратегии (24%).⁸²

Практики гейминга детей

Затрачиваемое время. Дети в Волгограде демонстрируют склонность к более длительным игровым сессиям по сравнению со взрослыми. 43% детей играют 30 минут – 1 час в день. 23% играют 1–3 часа. При этом почти треть (31%) детей играют более 3 часов в день — это самый высокий показатель среди всех городов.⁸³

Устройства. Дети являются преимущественно мобильными геймерами. Использование компьютеров и консолей среди детей значительно ниже, чем среди взрослых. 55% детей играют на мобильных устройствах.⁸⁴

81. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Волгоград, n=149. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

82. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Волгоград, n=61. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Волгоград, n=92. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

83. C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Волгоград, контролирующие время детей за играми, n=37.

84. C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Волгоград, чьи дети играют в видеоигры, n=42. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Как и в других городах, ключевыми мотивами являются релаксация (51%) и скука (35%). При этом мотив «Развитие навыков» также входит в топ-3 (22%), что указывает на осознанный подход части аудитории к игровому процессу.⁸⁵

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те опрошенные в г. Волгоград, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (32%), не имеют времени на игры (26%) или говорят, что видеоигры — пустая трата времени (37%). Еще каждый пятый (20%) из тех, кто не играет в видеоигры, играли раньше, но потеряли интерес. Среди тех, кто не играет в видеоигры, абсолютное большинство (97%) так и не хотят начинать.⁸⁶

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Волгоград: World of Tanks от студии Wargaming (36%), Мир Танков от студии Леста (22%), Мир Кораблей (20%). Около трети (30%) опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — 40% опрошенных не знают таких игр. Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знает каждый четвертый, 25%). На втором месте — War Robots (17%).⁸⁷

43% не играли ни в какие из перечисленных игр в случае компьютерных и 34% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (17%) и Мир Танков от студии Леста (11%). Самая популярная мобильная игра Standoff 2 — в нее играли 19%. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (22%) и Atomic Heart (17%). Каждый четвертый заявил (25%), что не хотел бы попробовать играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди

85. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Волгоград, n=166. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

86. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Волгоград, n=34. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Волгоград, n=34. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

87. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Волгоград, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Волгоград, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 23% называют Standoff 2, 17% — War Robots, а 20% не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.⁸⁸

88. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Волгоград, n=127. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

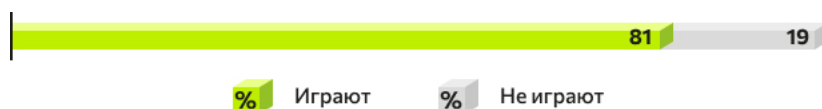
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Волгоград, n=108. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Волгоград, n=127. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Волгоград, n=108. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

2. Ростов-на-Дону. Основные показатели

Доля геймеров в городе⁸⁹

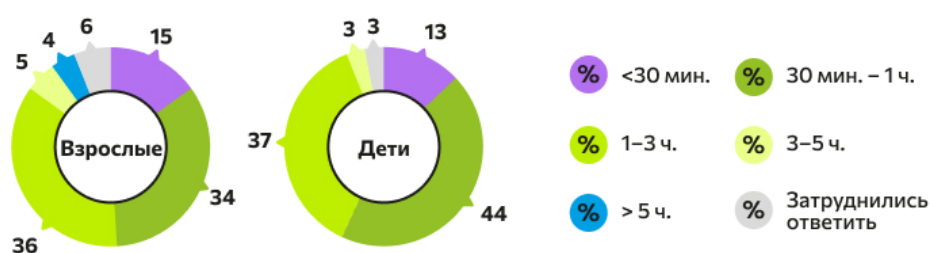


Место видеоигр в списке других увлечений⁹⁰



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время⁹¹



89. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Ростов-на-Дону, n=200.

90. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Ростов-на-Дону, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

91. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Ростов-на-Дону, n=163.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Ростов-на-Дону, контролирующие время детей за играми, n=30.

Устройства⁹²



Топ-3 мотива для игры⁹³



92. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Ростов-на-Дону, n=150.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Ростов-на-Дону, чьи дети играют в видеоигры, n=43.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых).

93. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Ростов-на-Дону, n=163. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

2. Ростов-на-Дону. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

Ростов-на-Дону выделяется на общем фоне — здесь зафиксирован один из самых высоких уровней проникновения гейминга среди населения. 81% респондентов указали, что играют в видеоигры.

Совокупные расходы жителей Ростова-на-Дону на видеоигры за год составили 2,6 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупки — 7 025 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуска, подписки и внутриигровые покупки.⁹⁴

Место видеоигр среди других увлечений

При массовой распространенности, видеоигры в Ростове-на-Дону не стали для большинства главным хобби, оставаясь на периферии интересов по интенсивности занятия. По распространенности видов досуга игры находятся на 8-м месте.⁹⁵

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди ростовчан, играющих в видеоигры, 38% играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Взрослые игроки распределяют свое игровое время разнообразно: хотя чаще всего встречаются сессии средней продолжительности, многие пользователи регулярно выбирают и кратковременные форматы игры. Наиболее распространенная длина сеанса — 1–3 часа (36%) и 30–60 минут (34%). Длительные игровые периоды (свыше 3 часов) характерны для 9%.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 16% играют до 3 часов, 20% тратят от 3 до 6 часов, 18% тратят от 7 до 14 часов, 25% тратят более 15 часов (что является одной из самых больших долей по этой категории временных затрат на видеоигры среди всех городов-миллионников). Это указывает на наличие в городе

94. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Ростов-на-Дону, n=200.

95. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Ростов-на-Дону, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

сплоченного и высокоактивного ядра игроков, которое является основным драйвером потребления контента, донатов и формирования локальных киберспортивных и стримерских комьюнити.⁹⁶

Устройства. Распределение игровых платформ в Ростове-на-Дону следует типичной схеме: мобильные устройства остаются основным выбором (68%), компьютер — второе по популярности устройство (56%), в то время как консоли занимают нишу менее популярных устройств (6–15%).⁹⁷

Жанры. Среди ростовчан, играющих в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами являются стратегии (38% указали их как предпочитаемый жанр), шутеры (37%) и гонки (36%). По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (50%), шутеры (23%), стратегии (21%).⁹⁸

Практики гейминга детей

Затрачиваемое время. Детская аудитория города не проявляет большую склонность к продолжительным игровым сессиям, распределение их времени на игру примерно идентично значениям у взрослых. Большинство детей (44%) играют 30–60 минут в день. Существенная доля (37%) играет 1–3 часа, и только 3% играют более 3 часов.⁹⁹

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Мотивационная структура ростовских геймеров схожа с другими городами-миллионниками: на первый план выходят релаксация (46%) и скука (38%), а завершает тройку лидеров игровая привычка (22%), что говорит о некоторой степени интеграции гейминга в повседневные ритуалы части пользователей.¹⁰⁰

96. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Ростов-на-Дону, n=163.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Ростов-на-Дону, n=163.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Ростов-на-Дону, n=150.

97. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Ростов-на-Дону, n=150. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

98. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Ростов-на-Дону, n=83. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Ростов-на-Дону, n=102. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

99. C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Ростов-на-Дону, контролирующие время детей за играми, n=30.

100. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Ростов-на-Дону, n=163. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших)

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров).

Те опрошенные в г. Ростов-на-Дону, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (36%), не имеют времени на игры (29%) или говорят, что видеоигры — пустая трата времени (34%). Каждый пятый (21%) среди тех, кто не играет в видеоигры играл раньше, но потерял интерес. Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (89%) так и не хотят начинать.¹⁰¹

Восприятие российских видеоигр.

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Ростов-на-Дону: World of Tanks от студии Wargaming (39%), Мир Танков от студии Леста (30%), и специфичная для топ-3 по знанию в этом городе War Thunder (15%). 40% опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — половина опрошенных не знает таких игр (49%). Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знает каждый четвертый опрошенный).¹⁰²

Среди опрошенных в г. Ростов-на-Дону выше доля тех, кто не играл за последний месяц ни в какие из перечисленных игр — 48% в случае компьютерных и 38% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (17%) и Мир Танков от студии Леста (15%). Самая популярная мобильная игра — Standoff 2 — в нее играли 25%. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (25%) и Мир Танков от студии Леста (19%). Четверть опрошенных заявили (25%), что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных

101. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Ростов-на-Дону. n=37. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Ростов-на-Дону. n=37. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

102. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Ростов-на-Дону, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Ростов-на-Дону, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

игр. Среди тех, кто готов в будущем попробовать мобильные игры, 24% хотят поиграть в Standoff 2, 17% в War Robots, а треть в целом не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.¹⁰³

103. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Ростов-на-Дону, n=117. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

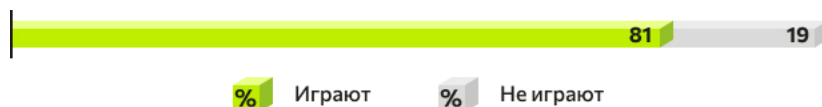
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Ростов-на-Дону, n=92. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Ростов-на-Дону, n=117. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

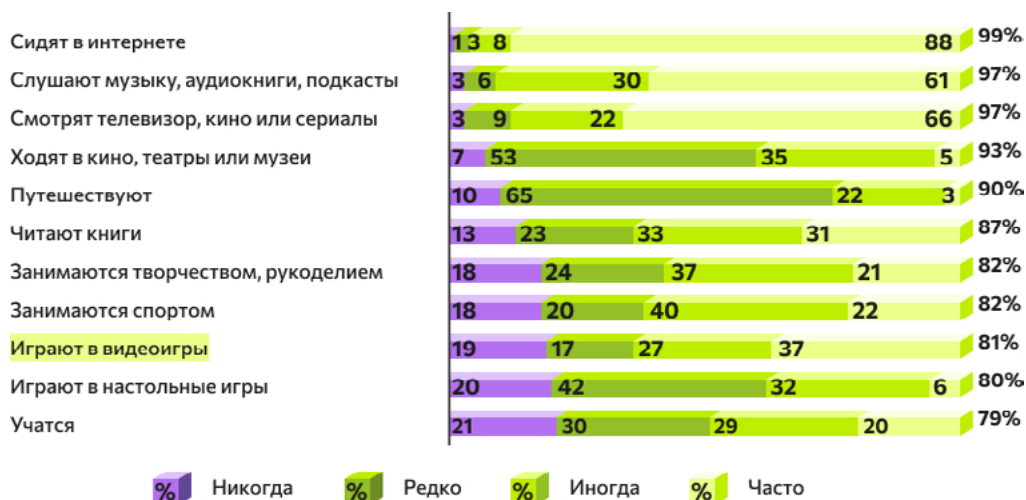
G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Ростов-на-Дону, n=92. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

3. Екатеринбург. Основные показатели

Доля геймеров в городе¹⁰⁴



Место видеоигр в списке других увлечений¹⁰⁵



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время¹⁰⁶



104. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Екатеринбург, n=200.

105. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Екатеринбург, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

106. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Екатеринбург, n=162.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Екатеринбург, контролирующие время детей за играми, n=13. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства¹⁰⁷



Топ-3 мотива для игры¹⁰⁸



107. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Екатеринбург, n=151.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Екатеринбург, чьи дети играют в видеоигры, n=29.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

108. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Екатеринбург, n=162. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших)

3. Екатеринбург. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

Екатеринбург показывает один из наиболее высоких показателей игровой активности среди всех изученных городов-миллионников. 81% опрошенных подтвердили, что играют в видеоигры.¹⁰⁹

Совокупные расходы жителей Екатеринбурга на видеоигры за год составили 2,4 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупки — 5 199 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

При массовой распространенности гейминга, его позиции в рейтинге предпочтений остаются достаточно скромными, что указывает на определенный разрыв между формальным участием и реальной значимостью этого досуга. По общей вовлеченности видеоигры находятся на 9-й позиции из 11.¹¹⁰

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц в Екатеринбурге 46% геймеров играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Взрослые игроки демонстрируют сфокусированный подход к геймингу, предпочитая сессии четкой продолжительности без крайностей. Преобладают сессии 1–3 часа (33%) и 30–60 минут (38%). Длительные игровые марафоны свыше 3 часов характерны для 9%.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 17% играют до 3 часов, 22% тратят от 3 до 6 часов, 19% тратят от 7 до 14 часов, 20% тратят более 15 часов.¹¹¹

Устройства. Екатеринбург сохраняет общероссийский тренд в выборе игровых платформ, однако с некоторыми региональными

109. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Екатеринбург, n=200.

110. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Екатеринбург, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто

111. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Екатеринбург, n=162.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Екатеринбург, n=162.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Екатеринбург, n=151.

особенностями в распределении предпочтений. Мобильные устройства используют 70% игроков, компьютеры — 52%. Консоли разных типов привлекают 2–13% геймеров.¹¹²

Жанры. Среди геймеров в Екатеринбурге наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются головоломки (39% указали их как предпочитаемый жанр), симуляторы (37%) и шутеры (30%). По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (56%), симуляторы (30%), стратегии (23%).¹¹³

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Мотивационная структура екатеринбургских геймеров характеризуется больше эмоциональными потребностями. Основные мотивы игры — релаксация (52%) и борьба со скукой (45%), появление новых интересных игр (27%).¹¹⁴

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Основные причины — отсутствие времени на игры (45%), предпочтение других видов досуга (41%), склонность считать видеоигры пустой тратой времени (37%). Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (91%) так и не хотят начинать.¹¹⁵

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Екатеринбург: World of Tanks от студии Wargaming (45%), Atomic Heart (28%). Екатеринбург показывает наилучшие показатели по осведомленности об этих российских играх. Город может рассматриваться как ключевой хаб для запуска подобных российских проектов. На третьем месте по осведомленности — Мир Танков от студии Леста (26%). Каждый четвертый из опрошенных не знает никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — 37% опрошенных не знают

112. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Екатеринбург, n=151. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%

113. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Екатеринбург, n=78. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Екатеринбург, n=106. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

114. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Екатеринбург, n=162. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

115. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Екатеринбург, n=38. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Екатеринбург, n=38. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

таких игр. Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 32%). На втором месте по узнаваемости — Gardenscapes, Homescapes, о ней знают 24%.¹¹⁶

Более половины опрошенных в г. Екатеринбург не играли за последний месяц ни в какие из перечисленных игр — 63% в случае компьютерных и 51% в случае мобильных. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (13%) и Atomic Heart (22%). 39% опрошенных заявили, что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто готов в будущем попробовать мобильные игры, 16% хотят поиграть в Gardenscapes, Homescapes, а 35% в целом не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.¹¹⁷

116. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Екатеринбург, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Екатеринбург, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

117. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Екатеринбург, n=132. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

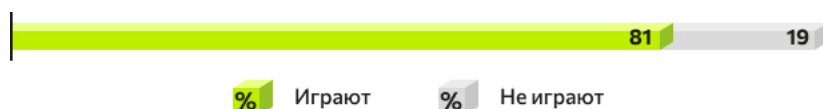
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Екатеринбург. n=115. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Екатеринбург, n=132. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Екатеринбург. n=115. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

4. Пермь. Основные показатели

Доля геймеров в городе¹¹⁸



Место видеоигр в списке других увлечений¹¹⁹



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время¹²⁰



118. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Пермь, n=200

119. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Пермь, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

120. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Пермь, n=162.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Пермь, контролирующие время детей за играми, n=11. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства¹²¹



Топ-3 мотива для игры¹²²



121. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Пермь, n=142.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Пермь, чьи дети играют в видеоигры, n=19.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

122. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Пермь, n=162. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

4. Пермь. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

Пермь демонстрирует один из самых высоких показателей вовлеченности в видеоигры среди всех изученных городов. 81% опрошенных сообщили о том, что играют в видеоигры.¹²³

Совокупные расходы жителей Перми на видеоигры за год составили 1,4 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 5 446 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Несмотря на широкую распространенность, видеоигры занимают достаточно скромное место в рейтинге предпочтений пермяков по частоте занятия. По общей вовлеченности видеоигры находятся на 8-й позиции из 11.¹²⁴

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. 43% пермяков, играющих в видеоигры, за последний месяц уделяли им время каждый день или почти каждый день. Взрослые игроки Перми отличаются четкими предпочтениями в продолжительности сеансов с выраженным смещением в сторону кратковременных форматов. Почти половина игроков (47%) предпочитают сессии 30–60 минут. Сессии 1–3 часа характерны для 20%, а длительные форматы — для 8%.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 20% играют до 3 часов, 16% тратят от 3 до 6 часов, 19% тратят от 7 до 14 часов, 16% тратят более 15 часов.

Хотя большинство игроков в Перми играют короткими сессиями, 35% все же проводят за играми более 7 часов в неделю. Это означает,

123. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Пермь, n=200.

124. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Пермь, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

что они играют часто, но недолго. Такая модель поведения идеально подходит для игр, которые регулярно обновляются и предлагают ежедневный контент.¹²⁵

Устройства. Распределение игровых платформ в Перми показывает классическую структуру для городов-миллионников с некоторыми локальными особенностями. Мобильные устройства используют 76% игроков, компьютеры — 41%. Консоли разных типов привлекают 1–12% пользователей.¹²⁶

Жанры. Среди пермяков, игравших в видеоигры на компьютере, предпочитаемыми жанрами компьютерных игр являются шутеры (33% указали их как предпочитаемый жанр), головоломки (25%) и приключения (24%). По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (55%), стратегии (25%), шутеры (18%).¹²⁷

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Мотивационный профиль пермских геймеров отличается повышенным вниманием к развивающему аспекту игр. Наряду с распространенными, основными, стимулами — релаксацией (51%) и скукой (42%) пермяков мотивирует возможность развития навыков (21%).¹²⁸

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те опрошенные в г. Пермь, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (41%), не имеют времени на игры (29%) или считают видеоигры пустой тратой времени (33%). Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (90%) так и не хотят начинать.¹²⁹

125. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Пермь, n=162.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Пермь, n=162.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Пермь, n=142.

126. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Пермь, n=142. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

127. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Пермь, n=58. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Пермь, n=109. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

128. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Пермь, n=162. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

129. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Пермь. n=38. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Пермь. n=38. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Пермь: World of Tanks от студии Wargaming (34%), Мир Танков от студии Леста (24%) и уникальная для этого города игра War Thunder (16%). 41% опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — половина опрошенных не знает таких игр (55%). Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 24%). На втором месте — Shadow Fight (15%). Далее по узнаваемости — Gardenscapes, Homescapes, о ней знают 12%.¹³⁰

57% не играли ни в какие из перечисленных игр в случае компьютерных и 46% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярный вариант: Мир Танков от студии Леста (13%). Самая популярная мобильная игра — Gardenscapes, Homescapes — в нее играли 15%. Среди готовых попробовать в будущем компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (17%) и Atomic Heart (14%). Почти треть опрошенных заявили (31%), что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 24% хотят поиграть в Standoff 2, а 29% не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.¹³¹

130. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Пермь, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G12_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Пермь, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

131. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Пермь, n=109. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

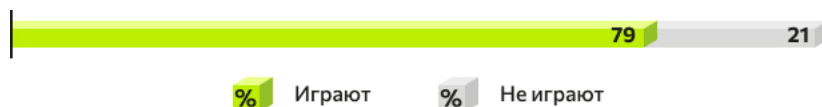
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Пермь, n=87. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Пермь, n=109. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

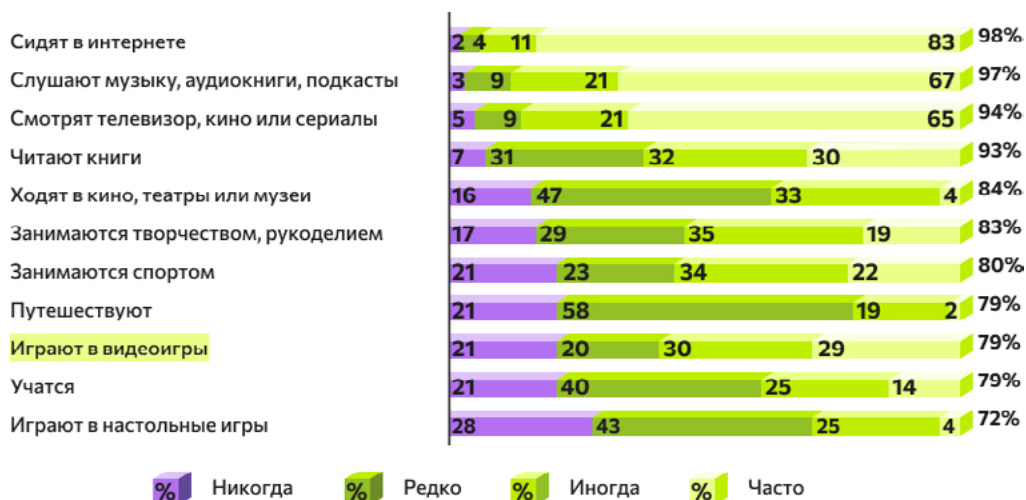
G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Пермь, n=87. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

5. Новосибирск. Основные показатели

Доля геймеров в городе¹³²

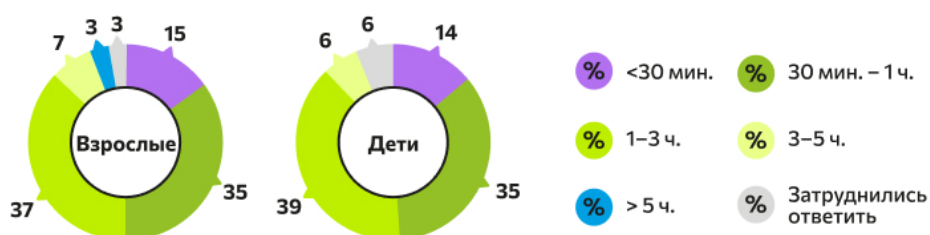


Место видеоигр в списке других увлечений¹³³



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время¹³⁴



132. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Новосибирск, n=200.

133. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Новосибирск, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

134. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Новосибирск, n=158.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Новосибирск, контролирующие время детей за играми, n=14. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства¹³⁵



Топ-3 мотива для игры¹³⁶



135. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Новосибирск, n=145.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Новосибирск, чьи дети играют в видеоигры, n=23.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

136. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Новосибирск, n=158. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

5. Новосибирск. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

Новосибирск характеризуется значительной распространенностью видеоигр среди жителей — 79% сообщили, что играют в видеоигры.¹³⁷

Совокупные расходы жителей Новосибирска на видеоигры за год составили 2,1 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 5 509 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Видеоигры занимают устойчивое положение в структуре досуга новосибирцев, однако не входят в число наиболее популярных занятий. Они находятся на 9-й позиции из 11.¹³⁸

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди опрошенных в Новосибирске, играющих в видеоигры, 40% играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Взрослые игроки Новосибирска демонстрируют сбалансированный подход к продолжительности игровых сессий. Преобладают сессии 1–3 часа (37%) и 30–60 минут (35%). Длительные игровые сеансы свыше 3 часов составляют 11%.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 12% играют до 3 часов, 24% тратят от 3 до 6 часов, 21% тратят от 7 до 14 часов, 21% тратят более 15 часов. 42% игроков посвящают играм более 7 часов в неделю.¹³⁹

137. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Новосибирск, n=200.

138. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Новосибирск, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

139. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Новосибирск, n=158.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Новосибирск, n=158.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Новосибирск, n=145

Устройства. Предпочтения в выборе игровых устройств в Новосибирске соответствуют общероссийской картине. Мобильные устройства используют 66% игроков, компьютеры — 50%. Консоли, подключенные к телевизору, привлекают 12% пользователей.¹⁴⁰

Жанры. Среди геймеров Новосибирска, играющих в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются шутеры (48% указали их как предпочитаемый жанр), симуляторы (37%) и гонки (35%). Высокая популярность шутеров (48%) свидетельствует о развитой киберспортивной культуре, поскольку именно этот жанр составляет основу большинства соревновательных дисциплин. Такая концентрация игроков со схожими интересами создает критическую массу, необходимую для развития инфраструктуры: регулярных турниров, тренировочных баз и поддержки местных команд. По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (57%), стратегии (20%), симуляторы (20%).¹⁴¹

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Структура мотивации новосибирских геймеров имеет схожие черты с другими городами при сохранении региональной специфики. Основные стимулы — релаксация (47%) и скука (41%). Фактор появления новой игры является третьим по распространенности (30%).¹⁴²

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те опрошенные в г. Новосибирск, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (43%), не имеют времени на игры (30%) или говорят, что видеоигры — пустая трата времени (27%). Еще четверть тех, кто не играет в видеоигры не уверены, что видеоигры подходят для их возраста. Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (97%) так и не хотят начинать.¹⁴³

140. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Новосибирск, n=145. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

141. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Новосибирск, n=73. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Новосибирск, n=95. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

142. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Новосибирск, n=158. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

143. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Новосибирск. n=42. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Новосибирск. n=42. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Новосибирск: World of Tanks от студии Wargaming (31%), Мир Танков от студии Леста (26%), Atomic Heart (19%). Около трети (35%) опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — большинство опрошенных не знают таких игр (53%). Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 24%). На втором месте — Shadow Fight (13%). Далее по узнаваемости — Gardenscapes, Homescapes, о ней знают 12%.¹⁴⁴

Среди тех, кто в Новосибирске играет в видеоигры и знает какие-нибудь российские игры, 54% не играли ни в какие из перечисленных игр в случае компьютерных и 49% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярный вариант: Мир Танков от студии Леста (15%). Самая популярная мобильная игра — Gardenscapes, Homescapes — в нее играли 15%. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (16%), Мир Танков от студии Леста (16%) и Atomic Heart (16%). Четверть опрошенных заявили (24%), что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, по 17% хотят попробовать Standoff 2 и King of Thieves, а треть не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.¹⁴⁵

144. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Новосибирск, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Новосибирск, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

145. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Новосибирск, n=120. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

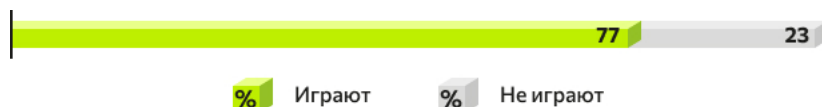
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Новосибирск. n=89. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Новосибирск, n=120. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Новосибирск. n=89. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

6. Уфа. Основные показатели

Доля геймеров в городе¹⁴⁶

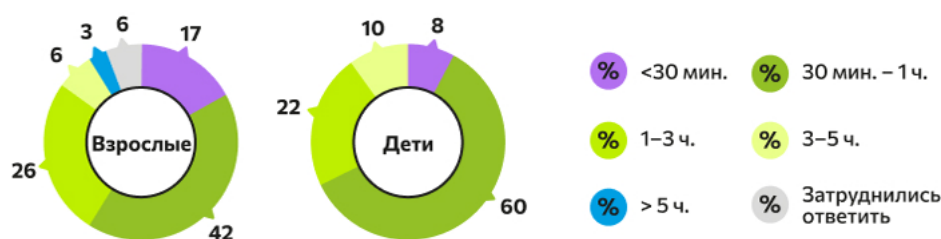


Место видеоигр в списке других увлечений¹⁴⁷



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время¹⁴⁸



146. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Уфа, n=200

147. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Уфа, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто

148. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Уфа, n=155.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Уфа, контролирующие время детей за играми, n=11. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства¹⁴⁹



Топ-3 мотива для игры¹⁵⁰



149. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Уфа, n=146.

С8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Уфа, чьи дети играют в видеоигры, n=22.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

150. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Уфа, n=155. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

6. Уфа. Основные показатели.

Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

В Уфе зафиксирована высокая доля геймеров (77%).¹⁵¹

Совокупные расходы жителей Уфы на видеоигры за год составили 2,4 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 7 086 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Видеоигры являются массовым, но не приоритетным увлечением. Видеоигры занимают 8-ю позицию из 11.¹⁵²

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди уфимцев, играющих в видеоигры, половина (50%) играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Для взрослых игроков Уфы характерны непродолжительные игровые сессии. Типичный сеанс длится до часа (59%), что указывает на сформировавшуюся привычку к умеренному геймингу. Для 26% сессия длится 1–3 часа. Длительные сессии (более 3 часов) характерны для 9% игроков.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 17% играют до 3 часов, 22% тратят от 3 до 6 часов, 23% тратят от 7 до 14 часов, 16% тратят более 15 часов. Около половины игроков (48%) посвящает играм более 7 часов в неделю.¹⁵³

Устройства. Мобильные устройства (72%) и ПК (53%) являются основными платформами для гейминга в Уфе. При этом консоли, особенно портативные, пользуются значительно меньшей популярностью.¹⁵⁴

151. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Уфа, n=200.

152. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Уфа, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

153. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Уфа, n=155.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Уфа, n=155.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Уфа, n=146.

154. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Уфа, n=146. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Жанры. Среди уфимцев, игравших в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются головоломки (38% указали их как предпочитаемый жанр), еще 28% указали шутеры, 27% предпочитают гонки. По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (55%), шутеры (27%), гонки (27%).¹⁵⁵

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Как и в других городах, ключевым мотивом является релаксация (50%). При этом для аудитории Уфы также значим мотив развития навыков (29%), что говорит о восприятии игр не только как развлечения, но и как инструмента для саморазвития. Уфа демонстрирует один из самых высоких показателей по мотиву «развитие навыков» среди всех городов. Это указывает на уникальный потенциал местной аудитории для восприятия более сложных и глубоких игровых продуктов, направленных на развитие. Скука — также существенная причина для игр, которую указали почти треть опрошенных, играющих в видеоигры в г. Уфа (34%).¹⁵⁶

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те опрошенные в г. Уфа, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (29%), не имеют времени на игры (26%). Значительная доля тех, кто «не умеет играть и не знает, с чего начать» (25%), в отличие от других городов, где доминирует ценностное отторжение, указывает на возможность для роста через программы онбординга, упрощенные игровые продукты и локальные комьюнити-инициативы. Еще четверть тех, кто не играет в видеоигры (25%) никогда не пробовали играть. Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (81%) так и не хотят начинать.¹⁵⁷

Восприятие российских видеоигр.

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Уфа: World of Tanks от студии Wargaming (36%), Мир Танков от студии Леста (27%), Atomic Heart (23%). Около трети (32%) опрошенных не знают никакие из

155. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Уфа, n=78. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Уфа, n=105. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

156. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Уфа, n=155. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

157. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Уфа. n=45. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Не играющие в видеоигры

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Уфа. n=45. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%

перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — половина опрошенных не знают таких игр (48%). Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 31%). На втором месте — Shadow Fight (19%).¹⁵⁸

41% не играли ни в какие из перечисленных игр в случае компьютерных и 35% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (18%) и Мир Танков от студии Леста (17%). Самая популярная мобильная игра — Standoff 2 — в нее играли 21%. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (19%) и Atomic Heart (17%). Четверть опрошенных заявили (24%), что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 26% хотят поиграть в Standoff 2, 21% в War Robots, а 21% в целом не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.¹⁵⁹

158. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Уфа, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Уфа, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

159. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Уфа, n=118. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

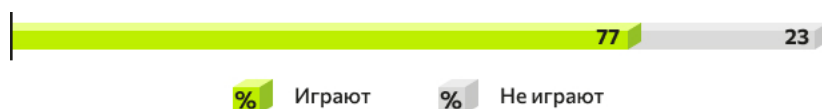
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Уфа, n=90. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Уфа, n=118. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Уфа, n=90. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

7. Краснодар. Основные показатели

Доля геймеров в городе¹⁶⁰

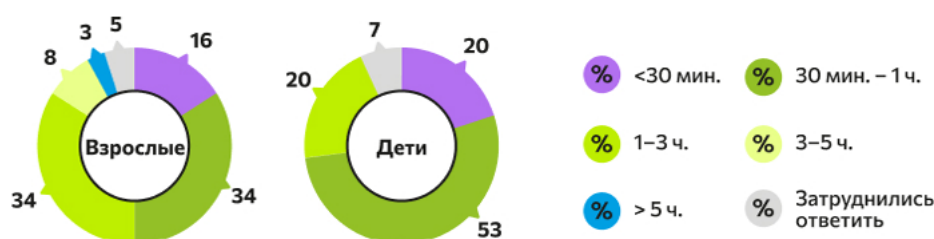


Место видеоигр в списке других увлечений¹⁶¹



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время¹⁶²



160. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Краснодар, n=200.

161. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Краснодар, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

162. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Краснодар, n=154.

S7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Краснодар, контролирующие время детей за играми, n=14. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства¹⁶³



Топ-3 мотива для игры¹⁶⁴



163. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Краснодар, n=140.

С8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Краснодар, чьи дети играют в видеоигры, n=25.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

164. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Краснодар, n=154. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

7. Краснодар. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

В Краснодаре зафиксирована высокая доля геймеров — 77% опрошенных играют в видеоигры.¹⁶⁵

Совокупные расходы жителей Краснодара на видеоигры за год составили 2 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 5 592 рубля. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Несмотря на высокую общую вовлеченность, видеоигры являются периферийным увлечением. Они находятся в нижней трети рейтинга по частоте занятия, что подтверждает их роль как распространённого, но не основного хобби. Видеоигры занимают 9-ю позицию из 11.¹⁶⁶

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди опрошенных в г. Краснодар, играющих в видеоигры, 44% посвящали видеоиграм каждый день или почти каждый день. Для взрослых игроков Краснодара характерны короткие и средние игровые сессии. Доля игроков с длительными сеансами (более 3 часов) — 11%. Распределение продолжительности сеансов: 1–3 часа (34%) и 30–60 минут (34%). Сессии менее 30 минут характерны для 16% игроков.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 16% играют до 3 часов, 23% тратят от 3 до 6 часов, 21% тратят от 7 до 14 часов, 16% тратят более 15 часов. Более трети игроков (37%) посвящает играм более 7 часов в неделю.¹⁶⁷

Устройства. Мобильный гейминг является доминирующим, а компьютер — вторым по популярности устройством для видеоигр.

165. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Краснодар, n=200.

166. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Краснодар, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

167. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Краснодар, n=154.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Краснодар, n=154.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Краснодар, n=140.

Консоли используются значительно реже. На мобильных устройствах играют 70% взрослых геймеров, на компьютере / ноутбуке — 55%. Использование игровых консолей (14%) и портативных консолей (3%) невелико.¹⁶⁸

Жанры. Среди опрошенных в Краснодаре, игравших в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются головоломки (32% указали их как предпочитаемый жанр), шутеры (34%) и стратегии (29%). По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (59%), шутеры (26%), гонки (20%).¹⁶⁹

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Как и в других городах, ключевыми мотивами являются релаксация (47%) и борьба со скукой (38%). При этом для Краснодара в топ-3 мотивов входит «возможность соревноваться и побеждать» (22%), что отличает его от других городов, где третье место занимали «Привычка» или «Развитие навыков». Акцент на соревновательной составляющей выделяет Краснодар на общероссийском фоне и указывает на высокий потенциал для развития киберспортивной инфраструктуры и проведения локальных турниров. Аудитория города может быть более восприимчива к киберспортивным дисциплинам и связанному с ними медиаконтенту.¹⁷⁰

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те опрошенные в г. Краснодар, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (41%), не имеют времени на игры (34%). Еще 28% тех, кто не играет в видеоигры, никогда не пробовали играть. Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (88%) так и не хотят начинать.¹⁷¹

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Краснодар: World of Tanks от студии Wargaming (34%), Мир Танков от студии Леста (24%), Мир

168. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Краснодар, n=140. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

169. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Краснодар, n=77. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Краснодар, n=97. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

170. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Краснодар, n=154. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

171. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Краснодар, n=46. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Краснодар, n=46. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Кораблей (23%). Более трети (38%) опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — половина опрошенных не знает таких игр (51%). Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 27%). Далее по узнаваемости — Gardenscapes, Homescapes, о ней знают 15%.¹⁷²

53% не играли ни в какие из перечисленных игр в случае компьютерных и 35% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (13%) и Мир Танков от студии Леста (13%). Самая популярная мобильная игра — Standoff 2 — в нее играли 26%. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (19%) и Atomic Heart (16%). Почти треть опрошенных заявили (30%), что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, по 21% хотят поиграть в Standoff 2 и Gardenscapes, Homescapes, а 27% в целом не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.¹⁷³

172. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Краснодар, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Краснодар, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

173. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Краснодар, n=112. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

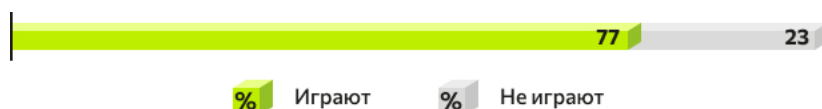
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Краснодар, n=94. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Краснодар, n=112. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Краснодар, n=94. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

8. Самара. Основные показатели

Доля геймеров в городе¹⁷⁴



Место видеоигр в списке других увлечений¹⁷⁵



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время¹⁷⁶



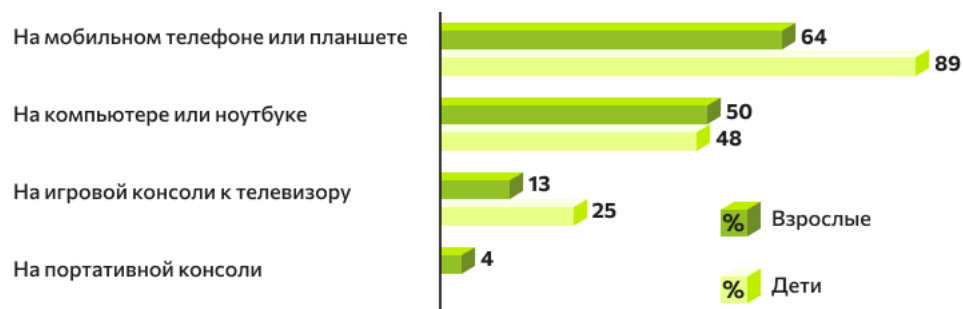
174. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Самара, n=200.

175. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Самара, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

176. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Самара, n=154.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Самара, контролирующие время детей за играми, n=9. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства¹⁷⁷



Топ-3 мотива для игры¹⁷⁸



177. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Самара, n=133.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Самара, чьи дети играют в видеоигры, n=18.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

178. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Самара, n=154. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

8. Самара. Основные показатели.

Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

Самара демонстрирует высокий уровень вовлеченности в гейминг — 77% респондентов сообщили, что играют в видеоигры.¹⁷⁹

Совокупные расходы жителей Самары на видеоигры за год составили 1,7 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 5 481 рубль. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Несмотря на широкую распространенность, видеоигры занимают скромное положение в рейтинге предпочтений самарцев, находясь в нижней трети списка по частоте занятия. По распространенности видов досуга игры находятся на 8-й позиции, при этом треть опрошенных играют часто.¹⁸⁰

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди опрошенных в Самаре, играющих в видеоигры, 43% играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Взрослые игроки Самары отдают предпочтение сессиям средней продолжительности, при этом можно наблюдать заметную долю любителей кратковременных форматов: преобладают сессии 1–3 часа (30%) и 30–60 минут (39%). У 5% играющих самарцев сессии превышают 3 часа.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 13% играют до 3 часов, 25% тратят от 3 до 6 часов, 19% тратят от 7 до 14 часов, 18% тратят более 15 часов. Чуть более трети игроков (37%) посвящает играм более 7 часов в неделю.¹⁸¹

179. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Самара, n=200.

180. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Самара, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

181. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Самара, n=154.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Самара, n=154.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Самара, n=133.

Устройства. Предпочтения в выборе игровых платформ в Самаре соответствуют общероссийскому тренду с абсолютным доминированием мобильных решений и значительным отставанием консольного гейминга. Мобильные устройства используют 64% игроков, компьютеры — 50%. Консоли разных типов привлекают не более 4–13% пользователей.¹⁸²

Жанры. Среди уфимцев, игравших в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются головоломки (35% указали их как предпочитаемый жанр), песочницы (уникальный для этого города жанр в топ-3 по предпочтению — 24%) и симуляторы (24%). Необычно высокий интерес к играм-«песочницам» в Самаре показывает, что многие игроки в городе ищут в играх возможности для творчества, свободы выбора и разнообразного прохождения. Такой сегмент аудитории представляет особый интерес для разработчиков, которые создают игры, рассчитанные на многочасовое прохождение и позволяющие игрокам создавать собственный контент. По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (66%), стратегии (24%), симуляторы (23%).¹⁸³

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Мотивационная картина самарских геймеров характеризуется также выраженным стремлением к релаксации (53%), уходу от скуки (25%) и чувствительностью к новым игровым продуктам (24%).¹⁸⁴

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те опрошенные в г. Самара, которые не играют в видеоигры, преимущественно считают видеоигры пустой тратой времени (43%), предпочитают другие виды досуга (41%) или не имеют времени на игры (33%). Еще почти каждый пятый (18%) играл раньше и потерял интерес. Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (94%) так и не хотят начинать.¹⁸⁵

182. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Самара, n=133. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

183. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Самара, n=67. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Самара, n=85. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

184. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Самара, n=154. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

185. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Самара, n=46. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Самара, n=46. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Самара: World of Tanks от студии Wargaming (37%), Мир Танков от студии Леста (21%), Atomic Heart (20%). 40% опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — более половины опрошенных не знают таких игр (56%). Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 22%). Далее по узнаваемости — Gardenscapes, Homescapes, о ней знают 15%.¹⁸⁶

49% не играли ни в какие из перечисленных игр в случае компьютерных и 41% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (19%) и Atomic Heart (11%). Самая популярная мобильная игра — как и в других городах — Standoff 2 — в нее играл почти каждый пятый из геймеров, которые знают какие-нибудь российские компьютерные игры (19%). Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (17%) и Atomic Heart (18%). 35% опрошенных заявили, что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 16% хотят поиграть в Standoff 2, 14% в Hustle Castle (которая не входит в топ-3 по другим городам-миллионникам), а 37% в целом не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр. Уникальный успех Hustle Castle в Самаре, где игра значительно опережает другие российские мобильные проекты по узнаваемости, демонстрирует эффективность нишевых стратегий. Этот пример доказывает, что даже в условиях слабого общего интереса к отечественным мобильным играм, качественный продукт способен сформировать устойчивое сообщество поклонников в отдельном регионе.¹⁸⁷

186. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Самара, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Самара, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

187. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Самара, n=102. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

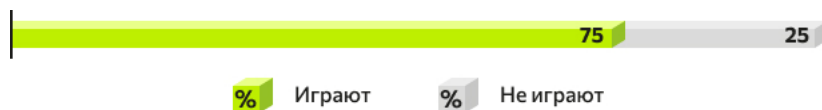
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Самара, n=78. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Самара, n=102. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Самара, n=78. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

9. Москва. Основные показатели

Доля геймеров в городе¹⁸⁸



Место видеоигр в списке других увлечений¹⁸⁹



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время¹⁹⁰



188. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Москва, n=300.

189. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Москва, n=300. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

190. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Москва, n=225.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Москва, контролирующие время детей за играми, n=21. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства¹⁹¹



Топ-3 мотива для игры¹⁹²



191. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Москва, n=206.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Москва, чьи дети играют в видеоигры, n=40.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых).

192. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Москва, n=225. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

9. Москва. Основные показатели.

Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

В Москве зафиксирована высокая доля населения, вовлеченного в видеоигры. 75% опрошенных москвичей играют в видеоигры.¹⁹³

Совокупные расходы жителей Москвы на видеоигры за год составили 23,8 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 6 455 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Видеоигры являются распространенным, но не доминирующим увлечением на фоне других активностей. Они находятся на одном уровне популярности с занятиями спортом, и значительно уступают по распространенности активностям из списка топ-3: интернет-серфингу, просмотру фильмов и прослушиванию музыки. Видеоигры занимают в общем списке увлечений москвичей 8-ю позицию.¹⁹⁴

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди москвичей 42% играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Наиболее типичная продолжительность игрового сеанса для взрослых москвичей составляет от 30 минут до 3 часов (62%). При этом 17% играют менее 30 минут, а 13% играют сеансами более 3 часов. При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми 30% опрошенных затруднились ответить, 14% играют до 3 часов, 20% тратят от 3 до 6 часов, 17% тратят от 7 до 14 часов, 18% тратят более 15 часов. Тот факт, что более трети опрошенных (35%) посвящают играм более 7 часов в неделю (что сопоставимо с частью полноценного рабочего дня), указывает на то, что для этой аудитории видеоигры — это не просто кратковременное развлечение, а серьезное увлечение, конкурирующее за время с другими видами досуга.¹⁹⁵

193. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Москва, n=300.

194. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Москва, n=300. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

195. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Москва, n=225.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Москва, n=225.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Москва, n=206.

Устройства. Абсолютно доминирующим устройством для игр среди взрослых москвичей является мобильный телефон / планшет. Компьютер занимает второе место, в то время как игровые консоли используются значительно реже. На мобильных устройствах играют 70% геймеров. На компьютере / ноутбуке — 49%. Игровые консоли (стационарные и портативные) используют 14% и 3% игроков соответственно.¹⁹⁶

Жанры. Среди москвичей наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются головоломки (40% указали их как предпочитаемый жанр), еще 29% указали шутеры, 26% предпочитают стратегии. По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений москвичей не изменен: головоломки (50%), стратегии (19%), шутеры (18%).¹⁹⁷

Практики гейминга детей

Факт игры детей: 76% детей в возрасте от 7 до 14 лет, по словам опрошенных, играют в видеоигры¹⁹⁸

Устройства. Дети в Москве также как и взрослые, сконцентрированы на мобильных устройствах как на основной платформе для игр. 64% детей играют на мобильном телефоне / планшете. Компьютер используется 46% детей. Консоли используются реже (7%).¹⁹⁹

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Структура мотивации москвичей указывает на сформировавшуюся модель использования видеоигр как инструмента для быстрой психологической разгрузки и компенсации рутины, что типично для мегаполиса с высоким темпом жизни. Основными драйверами для начала игровой сессии являются желание расслабиться (47%) и борьба со скукой (39%). Игра часто выступает как способ снятия стресса и заполнения свободного времени, в топ-3 причин также входит устоявшаяся привычка (19%).²⁰⁰

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те москвичи, которые не играют в видеоигры, преимущественно

196. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Москва, n=206. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

197. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Москва, n=102. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Москва, n=145. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

198. C1. Играют ли Ваши дети в возрасте от 7 до 14 лет в видеоигры? База: имеющие детей от 7 до 14 лет, n=53.

199. C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Москва, чьи дети играют в видеоигры, n=40. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

200. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Москва, n=225. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

предпочитают другие виды досуга (49%) и считают видеоигры пустой тратой времени (38%). Среди тех, кто не играет в видеоигры, почти никто не хочет начать играть (96%).²⁰¹

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. На вопрос про известные компьютерные и мобильные видеоигры, разработанные в России, 39% и 58% (соответственно) опрошенных москвичей ответили, что не знают никаких из перечисленных игр. Топ-3 среди известных компьютерных игр: World of Tanks от студии Wargaming (34%), Мир Танков от студии Леста (24%), Мир Кораблей (22%). Самая известная мобильная игра — Standoff 2 (о ней знают 22%).²⁰²

Большинство не играло ни в какие из перечисленных игр (48% в случае компьютерных и 45% в случае мобильных). Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: Atomic Heart (18%), Мир Кораблей (18%), World of Tanks от студии Wargaming (18%). Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 19% хотят поиграть в Standoff 2, по 16% в War Robots и Gardenscapes, Homescapes.²⁰³

201. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Москва, n=75. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Москва, n=75. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

202. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Москва, n=300. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Москва, n=300. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

203. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Москва, n=156. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

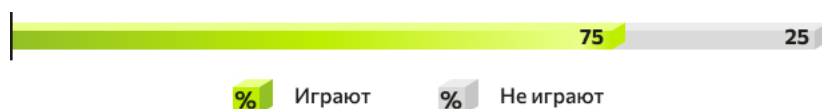
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Москва, n=113. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Москва, n=156. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Москва, n=113. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

10. Нижний Новгород. Основные показатели

Доля геймеров в городе²⁰⁴

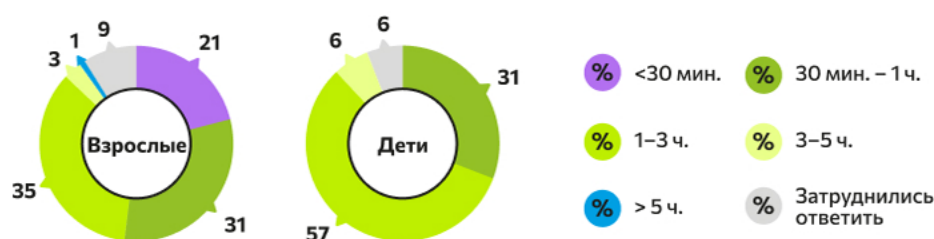


Место видеоигр в списке других увлечений²⁰⁵



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время²⁰⁶



204.S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Нижний Новгород, n=200.

205.S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Нижний Новгород, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

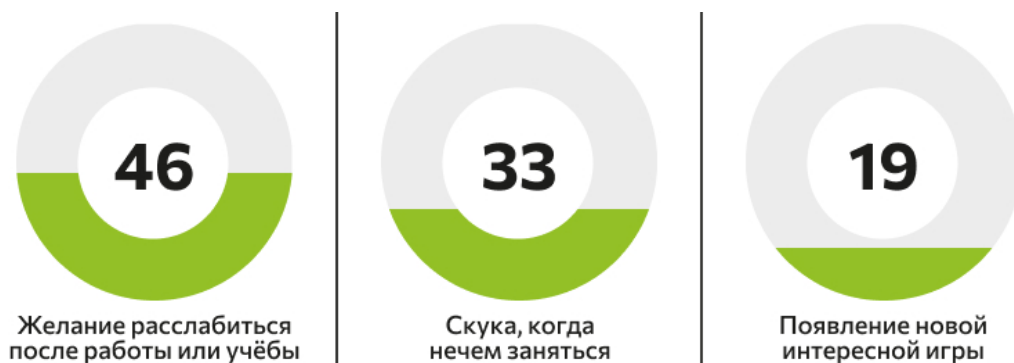
206.G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Нижний Новгород, n=150.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Нижний Новгород, контролирующие время детей за играми, n=15. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства²⁰⁷



Топ-3 мотива для игры²⁰⁸



207. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Нижний Новгород, n=133.

С8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Нижний Новгород, чьи дети играют в видеоигры, n=24.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

208. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Нижний Новгород, n=150. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

10. Нижний Новгород. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

Нижний Новгород демонстрирует высокую вовлеченность в видеоигры среди населения — 75% респондентов сообщили, что играют в видеоигры.²⁰⁹

Совокупные расходы жителей Нижнего Новгорода на видеоигры за год составили 1,8 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 6 697 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуска, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Видеоигры занимают прочные, но далеко не лидирующие позиции в рейтинге досуговых практик нижегородцев. Они находятся на 8-й позиции из 11.²¹⁰

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди геймеров Нижнего Новгорода 44% играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Распределение игрового времени взрослых геймеров Нижнего Новгорода характеризуется преобладанием сессий средней продолжительности при сохранении разнообразия форматов. Наиболее распространены сессии 1–3 часа (35%) и 30–60 минут (31%). Длительные игровые периоды свыше 3 часов составляют 4%.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 13% играют до 3 часов, 26% тратят от 3 до 6 часов, 16% тратят от 7 до 14 часов, 13% тратят более 15 часов.²¹¹

Устройства. Платформенные предпочтения нижегородцев полностью соответствуют общероссийскому тренду с минимальными региональными отклонениями. Мобильные устройства используют 70% игроков, компьютеры — 45%. В Нижнем Новгороде зафиксирован

209.S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Нижний Новгород, n=200.

210. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Нижний Новгород, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

211. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Нижний Новгород, n=150.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Нижний Новгород, n=150.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Нижний Новгород, n=133.

один из самых высоких показателей использования игровых консолей к телевизору среди всех изученных городов — 22% опрошенных играют на стационарных консолях. Это свидетельствует о более развитом премиум-сегменте игроков по сравнению со средними показателями по России и о наличии аудитории с достаточным уровнем дохода, готовой инвестировать в специализированное игровое оборудование. Данный факт делает город перспективной площадкой для маркетинговых активностей, направленных на продвижение видеоигр именно для формата консолей к телевизору.²¹²

Жанры. Среди геймеров, играющих в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами игр являются головоломки (39% указали их как предпочитаемый жанр), шутеры (32%) и гонки (22%). По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (57%), шутеры (19%), стратегии (18%).²¹³

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Мотивационный профиль геймеров также как и в других городах-миллионниках характеризуется следующими доминирующими стимулами — релаксация (46%) и скука (33%), фактор новой интересной игры (19%).²¹⁴

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Причины, по которым в Нижнем Новгороде опрошенные не играют в видеоигры вновь сходны по структуре с другими городами — отсутствие времени на игры (34%), предпочтение других видов досуга (43%), склонность считать видеоигры пустой тратой времени (34%). Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (96%), как и абсолютно во всех других городах, так и не хотят начинать.²¹⁵

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр: World of Tanks от студии Wargaming (33%),

212. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Нижний Новгород, n=133. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

213. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Нижний Новгород, n=61. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Нижний Новгород, n=93. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

214. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Нижний Новгород, n=150. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

215. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Нижний Новгород, n=50. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Нижний Новгород, n=50. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Мир Танков от студии Леста (18%), Мир кораблей (18%). 44% опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — больше половины (65%) опрошенных не знают таких игр. Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 16%).²¹⁶

54% не играли ни в какие из перечисленных игр в случае компьютерных и 39% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярный вариант — World of Tanks от студии Wargaming (16%). Самая популярная мобильная игра — Standoff 2, в нее играли 18%. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярный вариант — World of Tanks от студии Wargaming (22%) и Atomic Heart (22%). 28% опрошенных заявили, что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто хотел бы попробовать мобильные игры, 21% готовы поиграть в Standoff 2, а 31% не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.²¹⁷

216. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Нижний Новгород, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Нижний Новгород, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

217. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Нижний Новгород, n=94. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

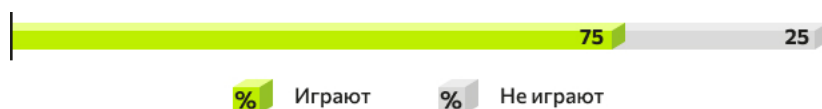
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Нижний Новгород, n=60. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Нижний Новгород, n=94. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Нижний Новгород, n=60. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

11. Красноярск. Основные показатели

Доля геймеров в городе²¹⁸



Место видеоигр в списке других увлечений²¹⁹



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время²²⁰



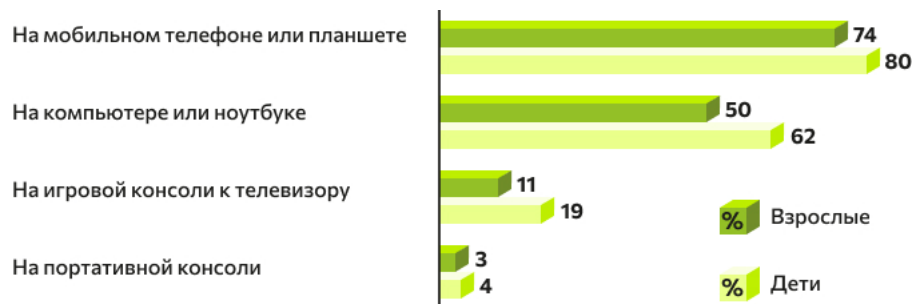
218. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Красноярск, n=200.

219. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Красноярск, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

220. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Красноярск, n=149.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Красноярск, контролирующие время детей за играми, n=13. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства²²¹



Топ-3 мотива для игры²²²



221. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Красноярск, n=134.

С8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Красноярск, чьи дети играют в видеоигры, n=25.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

222. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Красноярск, n=149. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

11. Красноярск. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

В Красноярске также зафиксирована высокая доля геймеров (75%).²²³

Совокупные расходы жителей Красноярска на видеоигры за год составили 1,8 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 7 244 рубля. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Видеоигры являются массовым, но не приоритетным увлечением, находясь в конце списка хобби. Это подтверждает общую по городам тенденцию, где игры — это распространенный, но не основной досуг. Видеоигры занимают 9-ю позицию из 11.²²⁴

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди опрошенных в Красноярске, играющих в видеоигры, половина (48%) играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Для взрослых игроков Красноярска характерны непродолжительные и средние по длительности игровые сессии. Большинство играет умеренно. Наиболее типичная продолжительность сеанса — 30 минут – 1 час (41%). Для 24% игроков сессия длится от 1 до 3 часов. Длительные сессии (более 3 часов) характерны для 9% игроков.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 12% играют до 3 часов, 25% тратят от 3 до 6 часов, 15% тратят от 7 до 14 часов, 20% тратят более 15 часов. Около трети игроков (35%) посвящает играм более 7 часов в неделю.²²⁵

Устройства. Мобильные устройства являются основной платформой, а компьютер — второй по популярности. Консоли, особенно

223. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Красноярск, n=200.

224. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Красноярск, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

225. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Красноярск, n=149.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Красноярск, n=149.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Красноярск, n=134.

портативные, используются существенно реже. На мобильных устройствах играют 74% геймеров, на компьютере / ноутбуке — 50%. Использование игровых консолей (11%) и портативных консолей (3%) не слишком популярно среди геймеров в Красноярске, игравших в видеоигры за последний месяц.²²⁶

Жанры. Среди опрошенных в Красноярске, игравших в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются шутеры (35% указали их как предпочитаемый жанр), еще 31% указали ролевые игры, 30% предпочитают приключения. По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (59%), приключения (20%), стратегии (19%).²²⁷

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Ключевые мотивы — релаксация (46%) и борьба со скукой (45%) — совпадают с общероссийским трендом. При этом для Красноярска в топ-3 мотивов входит «Появление новой интересной игры» (26%), что говорит о важности новизны и, возможно, эффективности рекламных кампаний для привлечения местной аудитории.²²⁸

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те опрошенные в г. Красноярск, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (40%), считают видеоигры пустой тратой времени (33%) или говорят, что у них нет времени на игры (30%). Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (96%) так и не хотят начинать.²²⁹

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Красноярск: World of Tanks от студии Wargaming (39%), Мир Танков от студии Леста (20%), Мир Кораблей (24%). Около трети (30%) опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России.

226. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Красноярск, n=134. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

227. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Красноярск, n=67. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Красноярск, n=99. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

228. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Красноярск, n=149. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

229. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Красноярск. n=51. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Красноярск. n=51. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — более половины опрошенных не знают таких игр (56%). Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 22%). На втором месте — Shadow Fight (13%). Далее по узнаваемости — Gardenscapes, Homescapes, о ней знают 12%.²³⁰

60% не играли ни в какие из перечисленных игр в случае компьютерных и 55% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (10%) и Atomic Heart (10%). Самая популярная мобильная игра — Standoff 2 — в нее играли 14%. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (14%) и Atomic Heart (15%). Более трети опрошенных заявили (37%), что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 14% хотят поиграть в Standoff 2, 15% в Gardenscapes, Homescapes, а 33% в целом не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.²³¹

230. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Красноярск, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Красноярск, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

231. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Красноярск, n=101. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

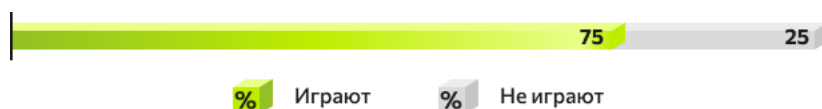
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Красноярск. n=77. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Красноярск, n=101. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Красноярск. n=77. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

12. Воронеж. Основные показатели

Доля геймеров в городе²³²



Место видеоигр в списке других увлечений²³³



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время²³⁴



232.S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Воронеж, n=200.

233.S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Воронеж, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

234.G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Воронеж, n=149.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Воронеж, контролирующие время детей за играми, n=23. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства²³⁵



Топ-3 мотива для игры²³⁶



235. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Воронеж, n=133.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Воронеж, чьи дети играют в видеоигры, n=49.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых).

236. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Воронеж, n=149. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

12. Воронеж. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

Воронеж сохраняет общую тенденцию других городов-миллионников — здесь видеоигры пользуются популярностью у значительного сегмента населения. Три четверти опрошенных (75%) являются игроками.²³⁷

Совокупные расходы жителей Воронежа на видеоигры за год составили 1,4 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 4 835 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Несмотря на популярность, видеоигры не входят в число приоритетных хобби, занимая позицию в конце списка (10 место из 11). Это позволяет говорить о их роли дополнительного, а не основного вида досуга для большинства жителей.²³⁸

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди опрошенных в Воронеже, играющих в видеоигры, треть (34%) играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Картина игровых сессий взрослых жителей Воронежа складывается из коротких и средних по продолжительности периодов. Сессии длятся 1–3 часа (30%) и 30–60 минут (33%). При этом 14% игроков склонны к длительным сеансам свыше 3 часов.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 23% играют до 3 часов, 22% тратят от 3 до 6 часов, 20% тратят от 7 до 14 часов, 16% тратят более 15 часов. Около половины игроков (36%) посвящает играм более 7 часов в неделю.²³⁹

237.S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Воронеж, n=200.

238.S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Воронеж, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

239.G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Воронеж, n=149.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Воронеж, n=149.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Воронеж, n=133.

Устройства. Платформенные предпочтения воронежских геймеров типичны: безоговорочное лидерство за мобильными устройствами, с большим отрывом за ними следует компьютер, тогда как консоли остаются нишевым выбором. Доля использования мобильных устройств достигает 74%, компьютеров — 50%. Консоли разных типов привлекают не более 17% игроков.²⁴⁰

Жанры. Среди опрошенных в г. Воронеж, игравших в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются шутеры (36% указали их как предпочитаемый жанр), головоломки (35%) и стратегии (34%). По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (74%), стратегии (26%), приключения (19%).²⁴¹

Практики гейминга детей

Устройства. Игровые привычки подрастающего поколения Воронежа полностью завязаны на мобильных платформах, в то время как компьютеры и, особенно, консоли используются ими значительно реже, чем взрослыми. Опрошенные дети играют преимущественно на смартфонах / планшетах. Компьютером для видеоигр пользуются 54% детей. Использование игровых консолей (19%) и портативных консолей (2%) менее востребовано, но заметно в случае игровых консолей к телевизору.²⁴²

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Структура мотивации в Воронеже имеет свою особенность: наряду с классическими причинами вроде отдыха (55%) и скуки (41%), важным стимулом становится появление новых игр (27%).²⁴³

240. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Воронеж, n=133. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

241. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Воронеж, n=66. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Воронеж, n=98. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

242. C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Воронеж, чьи дети играют в видеоигры, n=49. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

243. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Воронеж, n=149. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те опрошенные в г. Воронеж, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (39%), не имеют времени на игры (37%) или говорят, что видеоигры — пустая трата времени (37%). Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (94%) так и не хотят начинать.²⁴⁴

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Воронеж лидер по популярности — World of Tanks от студии Wargaming — почти половина опрошенных в Воронеже знают эту игру (48%). 32% знают Мир Кораблей и 25% — Мир Танков от студии Леста. Около трети опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — половина опрошенных не знают таких игр (47%). Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 29%). Далее по узнаваемости — Gardenscapes, Homescapes, о ней знают 16%.²⁴⁵

Более половины опрошенных не играли за последний месяц ни в одну из перечисленных игр — 55% в случае компьютерных и 54% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярный вариант — World of Tanks от студии Wargaming (14%). Самая популярная мобильная игра — Standoff 2 — в нее играли 13%. Воронеж — один из немногих городов, где интерес к Atomic Heart (24%) сопоставим или даже превышает интерес к лидирующему российскому бренду — World of Tanks (22%). Это говорит о том, что аудитория города открыта к новым высокобюджетным российским проектам и не заиклена на старых проверенных франшизах. Город можно рассматривать как перспективную площадку для запуска новых игр. 30% опрошенных заявили, что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди

244. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Воронеж. n=51. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Воронеж. n=51. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

245. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Воронеж, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Воронеж, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 21% хотят поиграть в Standoff 2, а почти каждый третий (31%) в целом не хотел бы играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.²⁴⁶

246. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Воронеж, n=107. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

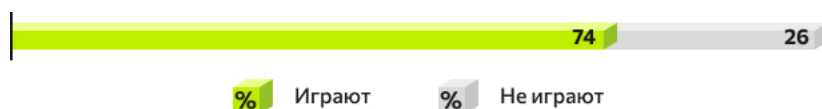
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Воронеж, n=91. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Воронеж, n=107. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Воронеж, n=91. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

13. Челябинск. Основные показатели

Доля геймеров в городе²⁴⁷



Место видеоигр в списке других увлечений²⁴⁸



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время²⁴⁹



247. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Челябинск, n=200.

248. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Челябинск, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

249. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Челябинск, n=149.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Челябинск, контролирующие время детей за играми, n=24. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства²⁵⁰



Топ-3 мотива для игры²⁵¹



250.G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Челябинск, n=128.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Челябинск, чьи дети играют в видеоигры, n=42.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых).

251. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Челябинск, n=149. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

13. Челябинск. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

Челябинск демонстрирует сходные с другими городами-миллионниками показатели по доле геймеров — 74% респондентов подтвердили свою игровую активность.²⁵²

Совокупные расходы жителей Челябинска на видеоигры за год составили 1,9 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 6 224 рубля. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Позиции видеоигр в структуре досуга челябинцев, несмотря на их широкое распространение среди населения, невысоки: они занимают 10-ю позицию из 11.²⁵³

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди геймеров Челябинска 47% играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Игровые привычки взрослых Челябинска демонстрируют баланс между короткими и продолжительными сессиями с заметной долей более времязатратных форматов. Равномерное распределение между сессиями 1–3 часа (32%) и 30–60 минут (32%). 15% игровых сессий превышает 3 часа.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 16% играют до 3 часов, 14% тратят от 3 до 6 часов, 22% тратят от 7 до 14 часов, 26% тратят более 15 часов (что является одной из самых больших долей по этой категории временных затрат на видеоигры среди городов-миллионников). В Челябинске, как и в Ростове-на-Дону, заметная часть игроков проводит за играми очень много времени. Но если в Ростове больше тех, кто играет чрезвычайно долго, то в Челябинске выше доля игроков с сеансами средней продолжительности (1–3

252. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Челябинск, n=200.

253. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Челябинск, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

часа). Такой профиль игроков представляет особый интерес для проектов, рассчитанных на долгосрочное взаимодействие (игры-сервисы) и подписочных моделей.²⁵⁴

Устройства. Челябинск повторяет общероссийскую модель предпочтений по устройствам для видеоигр с выраженным доминированием мобильных решений. Мобильные устройства используют 69% игроков, компьютеры — 59%. Консоли разных типов привлекают 5–15% пользователей.²⁵⁵

Жанры. Среди геймеров Челябинска, игравших в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются шутеры (39% указали их как предпочитаемый жанр), головоломки (31%) и ролевые игры (31%). По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (52%), шутеры (25%), стратегии (30%).²⁵⁶

Практики гейминга детей

Устройства. Игровые предпочтения подрастающего поколения Челябинска также преимущественно сосредоточены на мобильных платформах при ограниченном использовании альтернативных устройств. 82% детей используют для игр смартфоны / планшеты. Компьютеры для видеоигр популярны у 55%, консоли практически используются значительно меньшей долей детей (7–11%).²⁵⁷

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Мотивационный профиль челябинских геймеров также как и в других городах-миллионниках характеризуется выраженной ориентацией на релаксацию (53%), скукой (44%) и высоким интересом к новым игровым продуктам (31%).²⁵⁸

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Причины, по которым в г. Челябинск опрошенные не играют

254. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Челябинск, n=149.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Челябинск, n=149.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Челябинск, n=128.

255. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Челябинск, n=128. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

256. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Челябинск, n=76. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Челябинск, n=88. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

257. C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Челябинск, чьи дети играют в видеоигры, n=42.

258. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Челябинск, n=149. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

в видеоигры сходны по структуре с другими городами — отсутствие времени на игры (25%), предпочтение других видов досуга (38%), склонность считать видеоигры пустой тратой времени (48%). Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (93%), как и в абсолютно всех других городах, так и не хотят начинать.²⁵⁹

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Челябинск: World of Tanks от студии Wargaming (43%), Мир Танков от студии Леста (30%), Мир кораблей (24%). Около трети (36%) опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — половина опрошенных не знает таких игр (53%). Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 23%). Далее по узнаваемости — Gardenscapes, Homescapes, о ней знают 16%.²⁶⁰

Более половины опрошенных в г. Челябинск, как и во многих других городах, не играли за последний месяц ни в какие из перечисленных игр — 59% в случае компьютерных и 55% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярный вариант — Мир Танков от студии Леста (20%). Самая популярная мобильная игра — Gardenscapes, Homescapes — в нее играли 15%. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярный вариант — World of Tanks от студии Wargaming (23%). 32% опрошенных заявили, что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 18% хотят поиграть в Standoff 2, а 37% в целом не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.²⁶¹

259. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Челябинск. n=51. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Челябинск. n=51. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

260. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Челябинск, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Челябинск, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

261. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Челябинск, n=104. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

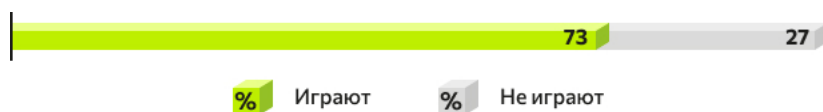
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Челябинск. n=85. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Челябинск, n=104. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Челябинск. n=85. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

14. Казань. Основные показатели

Доля геймеров в городе²⁶²



Место видеоигр в списке других увлечений²⁶³



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время²⁶⁴



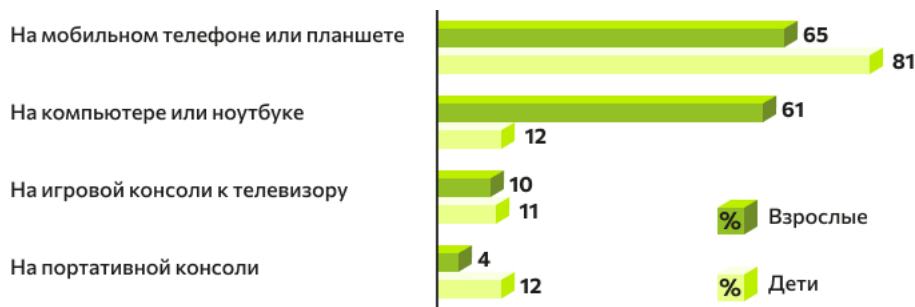
262.S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Казань, n=200.

263.S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Казань, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

264.G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Казань, n=145.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Казань, контролирующие время детей за играми, n=12. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства²⁶⁵



Топ-3 мотива для игры²⁶⁶



265. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Казань, n=127.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Казань, чьи дети играют в видеоигры, n=16.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

266. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Казань, n=145. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

14. Казань. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

В Казани зафиксирована высокая доля геймеров, сопоставимая с показателями других городов-миллионников России (73%).²⁶⁷

Совокупные расходы жителей Казани на видеоигры за год составили 1,5 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 4 935 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Видеоигры являются распространенным, но не доминирующим видом досуга. Они находятся в нижней части рейтинга по частоте занятия, что указывает на их роль факультативного, а не основного хобби для большинства жителей Казани. Видеоигры занимают 10-ю позицию из 11 в списке увлечений.²⁶⁸

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди казанцев, играющих в видеоигры, 40% играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Для взрослых игроков характерны относительно короткие и средние по продолжительности игровые сессии. Большинство играет умеренно, длительные сеансы им не свойственны. Наиболее типичная продолжительность сеанса — 30 минут – 1 час (40%). Для 30% игроков сессия длится 1–3 часа. Длительные сессии (более 3 часов) характерны лишь для 4% игроков. Это портрет аудитории, которая интегрирует игры в повседневность как короткий регулярный отдых, но не склонна к глубокому погружению.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 16% играют

267.S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Казань, n=200.

268.S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Казань, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

до 3 часов, 26% тратят от 3 до 6 часов, 15% тратят от 7 до 14 часов, 16% тратят более 15 часов. Около трети игроков (31%) посвящает играм более 7 часов в неделю.²⁶⁹

Устройства. Мобильный гейминг является абсолютным лидером, а компьютер — стабильно второй платформой. Консоли занимают нишевое положение, их использование значительно ниже. На мобильных устройствах играют 65% взрослых геймеров, на компьютере / ноутбуке — 61%. Использование игровых консолей (10%) и портативных консолей (4%) невелико.²⁷⁰

Жанры. Среди казанцев, играющих в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются симуляторы (25% указали их как предпочитаемый жанр), еще 24% указали шутеры, 23% выбирают головоломки. По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (52%), шутеры (23%), стратегии (22%).²⁷¹

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Как и в других городах, ключевыми драйверами являются релаксация (51%) и борьба со скукой (28%). Привычка (23%) также входит в топ-3 мотивов, что указывает на устоявшуюся интеграцию игр в повседневный ритуал части аудитории.²⁷²

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те опрошенные в г. Казань, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (43%), считают видеоигры пустой тратой времени (33%) или не уверены в том, что видеоигры подходят им по возрасту (29%). Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (83%) так и не хотят начинать.²⁷³

269. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Казань, n=145.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Казань, n=145.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Казань, n=127.

270. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Казань, n=127. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

271. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Казань, n=78. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Казань, n=82. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

272. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Казань, n=145. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

273. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Казань, n=55. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Казань, n=55. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Казань: World of Tanks от студии Wargaming (35%), Мир Танков от студии Леста (25%), Мир Кораблей (23%). 40% опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — половина опрошенных не знают таких игр (55%). Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 23%). Далее по узнаваемости — Gardenscapes, Homescapes, о ней знают 16%.²⁷⁴

53% не играли ни в какие из перечисленных игр в случае компьютерных и 43% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (12%) и Мир Танков от студии Леста (12%). Самая популярная мобильная игра — Gardenscapes, Homescapes — в нее играли 18%. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (20%) и Atomic Heart (20%). Четверть опрошенных заявили (25%), что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 16% хотят поиграть в Gardenscapes, Homescapes, 16% в Standoff 2, а треть (31%) в целом не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.²⁷⁵

274. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Казань, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Казань, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

275. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Казань, n=98. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

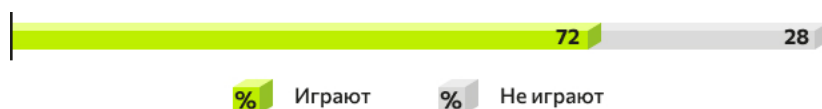
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Казань, n=78. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Казань, n=98. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Казань, n=78. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

15. Санкт-Петербург. Основные показатели

Доля геймеров в городе²⁷⁶



Место видеоигр в списке других увлечений²⁷⁷



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время²⁷⁸



276. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Санкт-Петербург, n=200.

277. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Санкт-Петербург, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

278. G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Санкт-Петербург, n=144.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Санкт-Петербург, контролирующие время детей за играми, n=15. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства²⁷⁹



Топ-3 мотива для игры²⁸⁰



279. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Санкт-Петербург, n=129.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Санкт-Петербург, чьи дети играют в видеоигры, n=18.

Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

280. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Санкт-Петербург, n=144. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (на странице первые 3 мотива по доле указавших).

15. Санкт-Петербург. Основные показатели. Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

В Санкт-Петербурге зафиксирована высокая доля геймеров (72%).²⁸¹

Совокупные расходы жителей Санкт-Петербурга на видеоигры за год составили 5,2 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 4 858 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Видеоигры являются массовым, но периферийным увлечением. Они находятся в конце списка популярных хобби, уступая не только цифровым развлечениям, но и многим оффлайн-активностям. Видеоигры занимают 10-ю позицию из 11 в списке увлечений петербуржцев.²⁸²

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди петербуржцев, играющих в видеоигры, 41% играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Для взрослых игроков характерны непродолжительные игровые сессии. Сессии менее 30 минут характерны для 24% игроков, еще 34% играют от получаса до часа — доля игроков, чья сессия длится менее часа — наибольшая и составляет 58%.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 22% играют до 3 часов, 19% тратят от 3 до 6 часов, 16% тратят от 7 до 14 часов, 16% тратят более 15 часов, что снова говорит о наличии существенной доли игроков (32%), которая посвящает играм более 7 часов в неделю.²⁸³

281. S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Санкт-Петербург, n=200.

282. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Санкт-Петербург, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

283. G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Санкт-Петербург, n=144.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Санкт-Петербург, n=144.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Санкт-Петербург, n=129.

Устройства. Абсолютно доминирующей платформой является мобильный телефон. На мобильных устройствах играют 70% геймеров, на компьютере — 54%. Использование игровых консолей (7%) и портативных консолей (5%) невелико.²⁸⁴

Жанры. Среди петербуржцев, игравших в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются головоломки (41% указали их как предпочитаемый жанр), еще 29% указали шутеры, 25% предпочитают стратегии. По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (63%), стратегии (17%), приключения (16%).²⁸⁵

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Ключевые мотивы игры носят релаксационный и компенсаторный характер (51% — «желание расслабиться» и 39% — «скука».) При этом для Петербурга характерна более выраженная, чем в среднем по выборке, ориентация на саморазвитие через игровой процесс: для значительной части аудитории важен не только отдых, но и полезный аспект игр — развитие навыков (23%). Это формирует перспективную нишу для образовательных игр, игр-тренажеров и продуктов, позиционирующих себя как инструмент для когнитивного развития.²⁸⁶

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те петербуржцы, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (34%) и считают видеоигры пустой тратой времени (33%). Среди тех, кто не играет в видеоигры, 87% так и не хотят начинать.²⁸⁷

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. На вопрос про известные компьютерные и мобильные видеоигры, разработанные в России, 46% и 68% (соответственно) опрошенных петербуржцев ответили, что не знают никаких из перечисленных игр. Топ-3 среди

284. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Санкт-Петербург, n=129. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

285. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Санкт-Петербург, n=70. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Санкт-Петербург, n=90. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

286. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Санкт-Петербург, n=144. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших).

287. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Санкт-Петербург. n=56. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Санкт-Петербург. n=56. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

известных компьютерных игр: World of Tanks от студии Wargaming (28%), Мир Танков от студии Леста (25%), Мир Кораблей (18%). Самая известная мобильная игра — Standoff 2 (о ней знают 12%).²⁸⁸

Большинство не играло ни в какие из перечисленных игр (62% в случае компьютерных и 54% в случае мобильных). Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: Мир танков от студии Леста (20%), Мир Кораблей (15%), World of Tanks от студии Wargaming (15%). Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 19% хотят поиграть в Standoff 2, по 17% в King of Thieves, War Robots и Gardenscapes, Homescapes.²⁸⁹

288. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Санкт-Петербург, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Санкт-Петербург, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

289. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Санкт-Петербург, n=89. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

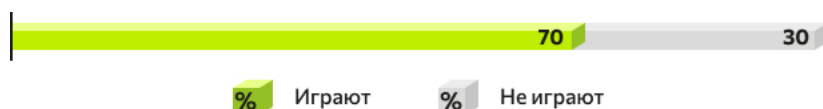
G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Санкт-Петербург, n=58. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Санкт-Петербург, n=89. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Санкт-Петербург, n=58. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

16. Омск. Основные показатели

Доля геймеров в городе²⁹⁰



Место видеоигр в списке других увлечений²⁹¹



Практики гейминга взрослых и детей

Затрачиваемое время²⁹²



290.S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Омск, n=200.

291. S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Омск, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

292.G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Омск, n=141.

C7. Сколько времени Ваш ребенок / Ваши дети обычно (чаще всего) проводят за играми за один день? База: опрошенные в г. Омск, контролирующие время детей за играми, n=10. Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

Устройства²⁹³



Топ-3 мотива для игры²⁹⁴



293. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Омск, n=122.

C8. На каких устройствах Ваш ребенок / Ваши дети играли в видеоигры за последний месяц? База: опрошенные в г. Омск, чьи дети играют в видеоигры, n=19. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Отсортировано по убыванию доли ответов игравших в видеоигры за последний месяц (взрослых). Выборка недостаточна для статистического анализа (менее 30). Данные приведены для справки, показывают общую тенденцию.

294. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Омск, n=141. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших)

16. Омск. Основные показатели.

Выводы

Доля геймеров и оценка объема рынка

Среди городов-миллионников Омск показывает наиболее низкий показатель вовлеченности в видеоигры. 70% респондентов подтвердили, что играют в видеоигры.²⁹⁵

Совокупные расходы жителей Омска на видеоигры за год составили 1,3 млрд рублей. Средние годовые затраты на одного игрока, совершавшего покупку — 5 280 рублей. В расчет включены расходы на покупку цифровых и физических копий видеоигр, игровые пропуски, подписки и внутриигровые покупки.

Место видеоигр среди других увлечений

Видеоигры занимают скромное положение в рейтинге досуговых активностей омичей, находясь в нижней части списка. Они находятся на 9-й позиции из 11.²⁹⁶

Игровые практики взрослых

Затрачиваемое время. За последний месяц среди омичей, играющих в видеоигры, 44% играют в видеоигры каждый день или почти каждый день. Для взрослых игроков Омска характерны преимущественно сессии средней продолжительности. Преобладают сессии 1–3 часа (27%) и 30–60 минут (39%). Длительные игровые сеансы свыше 3 часов составляют 13%.

При оценке количества часов в неделю, проведенных за видеоиграми, можно наблюдать следующее распределение: 11% играют до 3 часов, 21% тратят от 3 до 6 часов, 20% тратят от 7 до 14 часов, 20% тратят более 15 часов. 40% посвящает играм более 7 часов в неделю.²⁹⁷

Устройства. Платформенные предпочтения в Омске отличаются крайне низким интересом к консольному геймингу при сохранении общих тенденций. Мобильные устройства используют 68% игроков, компьютеры — 53%. Консоли разных типов привлекают лишь 6–9%

295.S4_DOP. Факт игры в видеоигры. База: все опрошенные в г. Омск, n=200.

296.S4_1. Насколько часто Вы уделяете свободное время перечисленным занятиям? База: все опрошенные в г. Омск, n=200. Отсортировано по доле увлекающихся занятием с частотой Редко, Иногда, Часто.

297.G1. Как часто Вы играли в видеоигры (на компьютере, консоли, планшете или телефоне) за последний месяц? База: играющие в видеоигры в г. Омск, n=141.

G3. Сколько обычно (чаще всего) длится Ваш игровой сеанс (без перерыва)? База: играющие в видеоигры в г. Омск, n=141.

G4. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Омск, n=122.

пользователей. Омск показывает один из самых низких в России уровней проникновения консолей, что в сочетании с самой низкой общей долей геймеров (70%) рисует портрет наиболее сфокусированного на мобильном и РС-гейминге рынка. Это делает его типичным представителем такой модели, где рост индустрии возможен прежде всего за счет массовых мобильных проектов.²⁹⁸

Жанры. Среди омичей, играющих в видеоигры на компьютере, наиболее популярными жанрами компьютерных игр являются шутеры (40% указали их как предпочитаемый жанр), стратегии (32%) и симуляторы (31%). По мобильным видеоиграм топ-3 предпочтений следующий: головоломки (61%), стратегии (22%), шутеры (14%). Омск демонстрирует наивысшую в России концентрацию мобильных видеоигр на жанре головоломок (61%). Это указывает на максимально «казуализированную» и, возможно, более возрастную аудиторию, для которой игра — в первую очередь инструмент когнитивной разминки и релаксации, а не источник сильных эмоций или соревновательного азарта.²⁹⁹

Мотивы игры и причины отсутствия интереса к видеоиграм

Мотивы игры. Мотивационная структура омских геймеров: основные стимулы — релаксация (47%) и скука (41%). Фактор новой игры на третьем месте среди мотиваторов — 19%.³⁰⁰

Причины отсутствия интереса к видеоиграм (среди не-геймеров). Те опрошенные в г. Омск, которые не играют в видеоигры, преимущественно предпочитают другие виды досуга (40%), не имеют времени на игры (28%) или, также как и во многих других крупнейших городах, считают видеоигры пустой тратой времени (28%). Среди тех, кто не играет в видеоигры, большинство (91%) так и не хотят начинать.³⁰¹

Восприятие российских видеоигр

Осведомленность, опыт игры и желание сыграть. Среди известных компьютерных игр для опрошенных в г. Омск: World of Tanks от студии Wargaming (36%), Мир Танков от студии Леста (21%), Мир

298. G5. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц? База: игравшие в видеоигры за последний месяц в г. Омск, n=122. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

299. G6_1. Какие жанры компьютерных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на компьютере в г. Омск, n=64. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G6_3. Какие жанры мобильных игр лично Вы предпочитаете? База: игравшие в видеоигры на телефоне в г. Омск, n=84. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

300. M1. Что чаще всего побуждает Вас начать играть в видеоигры? База: играющие в видеоигры в г. Омск, n=155. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Отсортировано по убыванию доли указавших мотив (первые 3 мотива по доле указавших)

301. R1. Почему Вы не играете в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Омск. n=59. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%. Не играющие в видеоигры

R2. Хотели бы Вы начать играть в видеоигры? База: не играющие в видеоигры в г. Омск. n=59. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Кораблей (19%). 44% опрошенных не знают никакие из перечисленных компьютерных игр, разработанных в России. Что касается мобильных игр с командой разработчиков из России — большинство опрошенных (60%) не знают таких игр. Самая известная среди упомянутых мобильных игр — Standoff 2 (о ней знают 18%).³⁰²

Среди геймеров в Омске, которые знают какие-нибудь российские игры, 54% не играли ни в какие из перечисленных игр в случае компьютерных и 43% в случае мобильных. Среди игравших в указанные компьютерные игры наиболее популярный вариант: Мир Танков от студии Леста (14%). Самая популярная мобильная игра — Standoff 2 — в нее играли 18%. Среди желающих поиграть в будущем в компьютерные игры наиболее популярные варианты: World of Tanks от студии Wargaming (20%) и Atomic Heart (22%). Четверть опрошенных заявили, что не хотят играть ни в какие из перечисленных компьютерных игр. Среди тех, кто желает в будущем поиграть в мобильные игры, 20% готовы попробовать Standoff 2, 17% — War Robots. 30% не хотят играть ни в какие из перечисленных мобильных игр.³⁰³

302. G11_1. Какие из перечисленных компьютерных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Омск, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G11_2. Какие из перечисленных мобильных видеоигр, разработанных с большим количеством разработчиков из России, Вы знаете? База: все опрошенные в г. Омск, n=200. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

303. G12_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Омск, n=91. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G12_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы играли за последний месяц? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Омск, n=71. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_1. В какие из перечисленных компьютерных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские компьютерные игры в г. Омск, n=91. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

G13_2. В какие из перечисленных мобильных видеоигр Вы хотели бы поиграть в будущем? База: играющие в видеоигры и знающие какие-нибудь российские мобильные игры в г. Омск, n=71. Многовариантный вопрос, сумма ответов не равна 100%.

Подготовлено аналитиком
Валентиной Ситько
sitko@nafi.ru
+7 (495) 152-08-87