المركز السعودي لاستطلاعات الرأي
SAUDI CENTER FOR OPINION POLLING

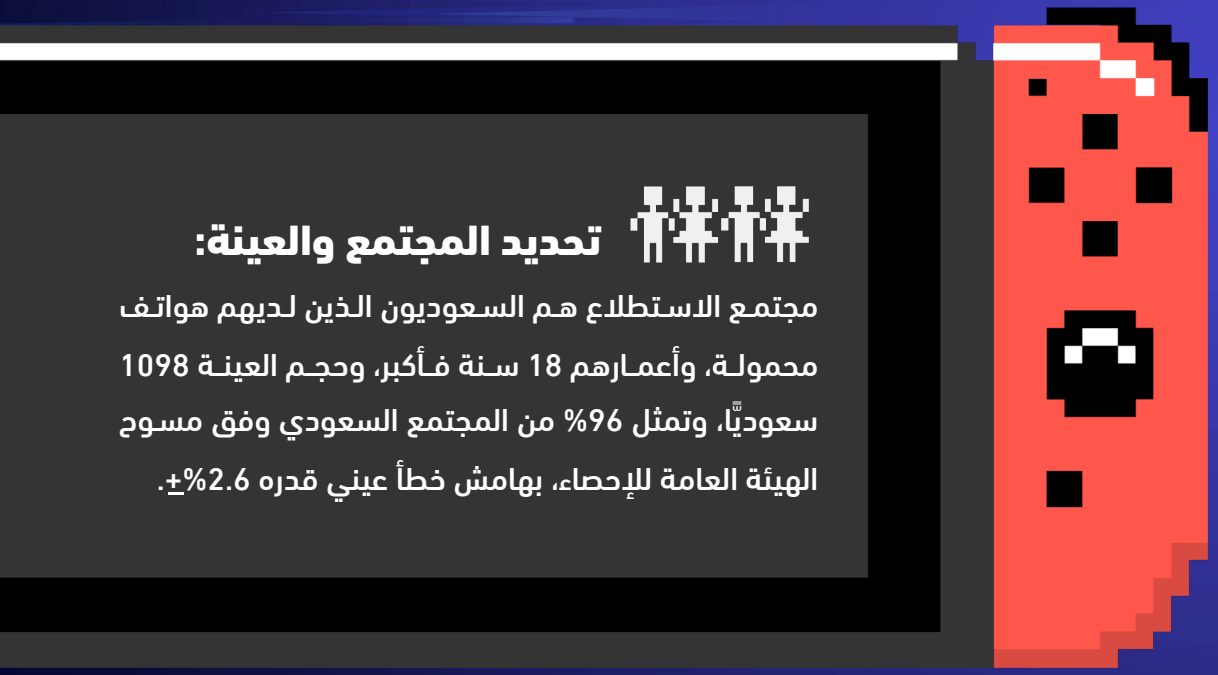
# الألعاب الإلكترونية

المركز السعودي لاستطلاعات الرأي • 2025

# الألعاب الإلكترونية

في ظل التحول الرقمي المتسارع، باتت الألعاب الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من المشهد الترفيهي في المملكة العربية السعودية، حيث ساهم انتشار الإنترنت والأجهزة الذكية في توسيع قاعدة اللاعبين وتنويع تجاربهم الرقمية.

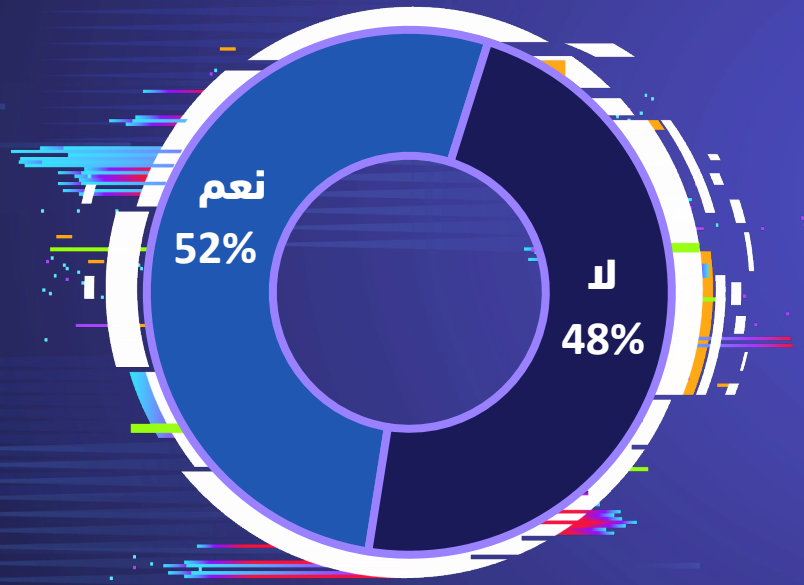
وفي إطار رؤية المملكة 2030 والاهتمام المتزايد بقطاع الألعاب الإلكترونية كأحد روافد الاقتصاد الرقمي والترفيه، واستضافتها لكأس العالم للرياضات الإلكترونية الذي يرُسخّ مكانتها الريادية عالمياً في هذا المجال، أجرى المركز السعودي لاستطلاعات الرأي العام (SCOP ) دراسة ميدانية شاملة لعام 2025 تهدف إلى فهم سلوكيات وتفضيلات اللاعبين السعوديين، ورصد أنماط استخدامهم للألعاب الإلكترونية، واستكشاف توجهاتهم نحو المحتوى المحلي الذي يعكس الثقافة والهوية السعودية.



### تحديد المجتمع والعينة:

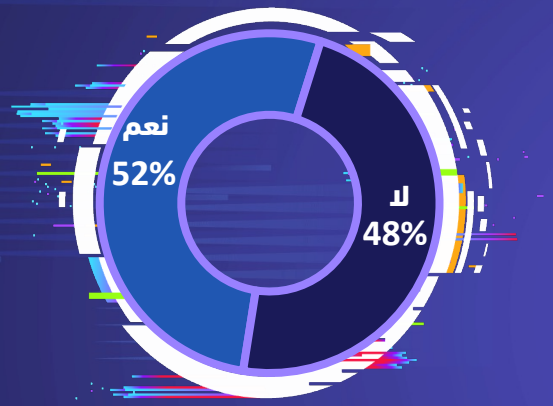
مجتمع الاستطلاع هم السعوديون الذين لديهم هواتف محمولة، وأعمارهم 18 سنة فأكبر، وحجم العينة 1098 سعوديًّا، وتمثل 96% من المجتمع السعودي وفق مسوح الهيئة العامة للإحصاء، بهامش خطأ عيني قدره 2.6%±.

هل سبق أن لعبت أحد الألعاب الإلكترونية خلال 12 شهرًا الماضية؟



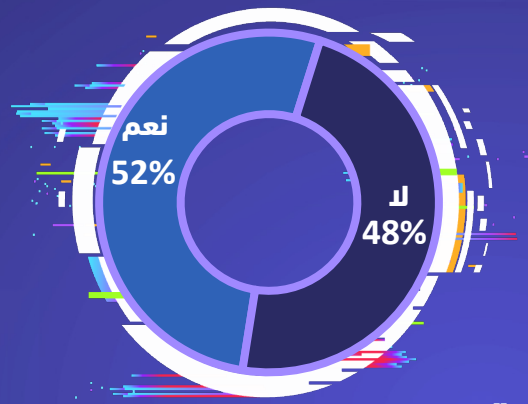

نصف السعوديين لعبوا ألعابا إلكترونية خلال 12 شهرًا الماضية.

هـــل ســـبق أن لعبـــت أحـــد الألعـــاب الإلكترونية خلال 12 شهرًا الماضية؟

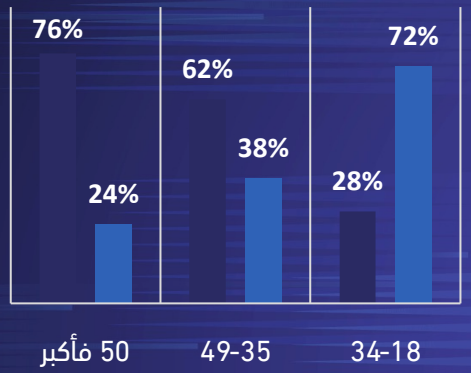


6 من كل 10 ذكور سعوديين
5 من كل 10 إناث سعوديات
لعبوا ألعابًا إلكترونية خلال
12شهرًا الماضية.

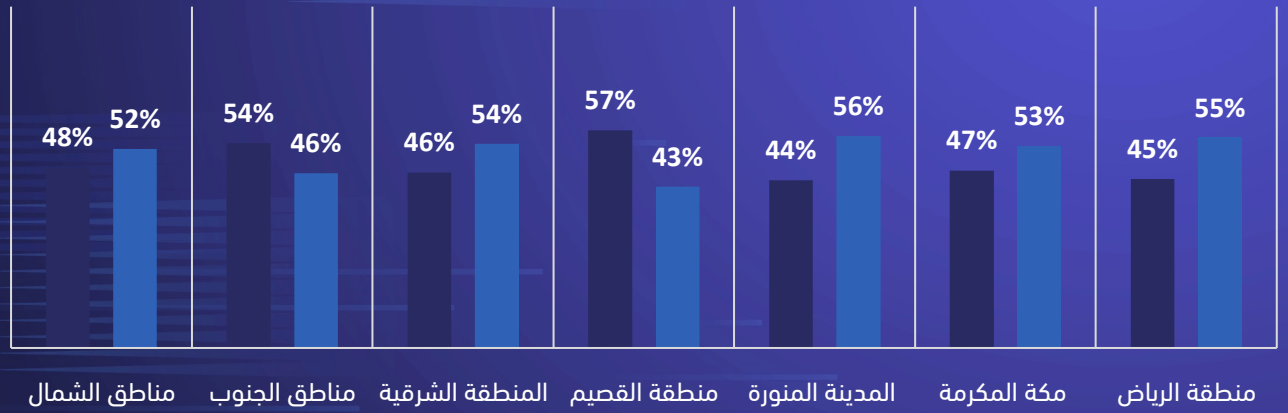
هل سبق أن لعبت أحد الألعاب الإلكترونية خلال 12 شهرًا الماضية؟




## العمـــر




## المنطقة

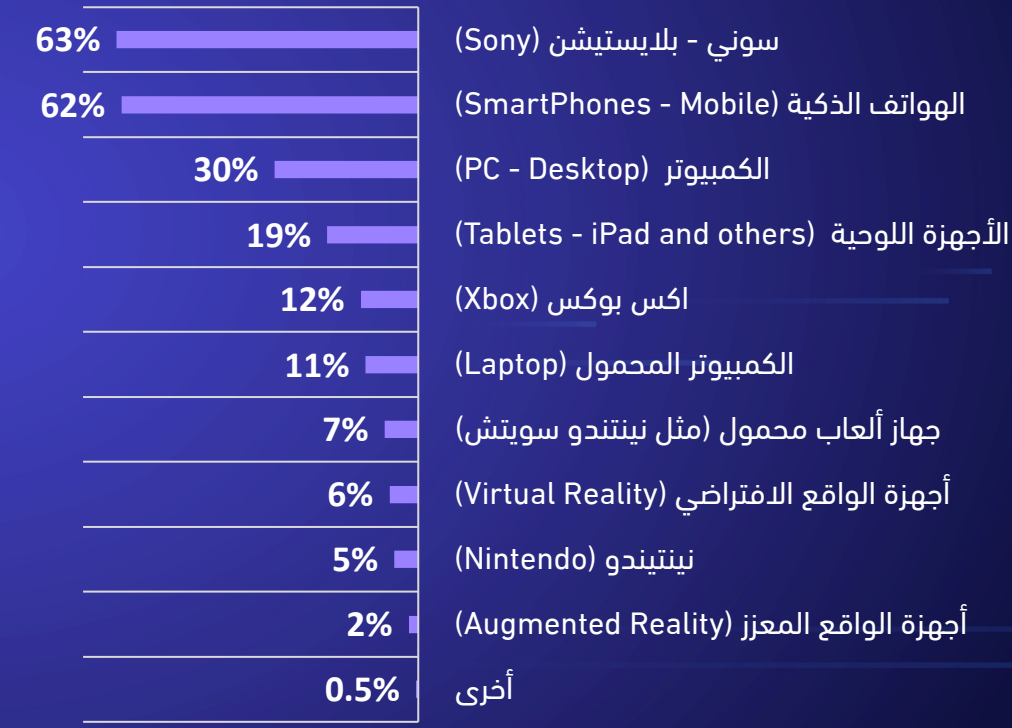



7 من كل 10 من الشباب يلعبون ألعابا الكترونية

و تتقارب نسب لعب الألعاب الإلكترونية عبر مناطق المملكة، حيث تتصدر المدينة المنورة ب 56% بينما تسجل منطقة القصيم أقل نسبة ب 43%.

# تصدّرت أجهزة البلايستيشن والهواتف الذكية قائمة الأجهزة الأكثر استخداماً و تفضيلاً للألعاب الإلكترونية لدى السعوديين.

## ما أجهزة الألعاب الإلكترونية التي تستخدمها؟




**الخيار من متعدد**

## ما الجهاز الذي تفضله أكثر عند لعبك بالألعاب الإلكترونية ؟

## ما أجهزة الألعاب الإلكترونـية التي تـستخدمها؟

### العمـر

**18-34 سنة**

| | |
|---|---|
| 28% | سوني - بلايستيشن |
| 25% | الهواتف الذكية |
| 16% | الكمبيوتر |
| 31% | أخرى |

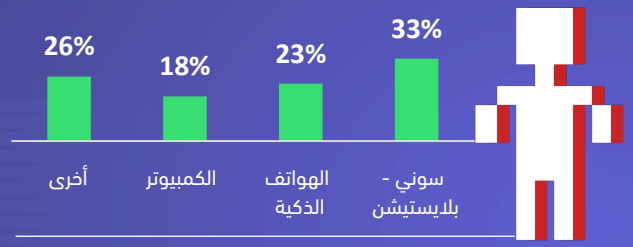
**35-49 سنة**

| | |
|---|---|
| 37% | الهواتف الذكية |
| 31% | سوني - بلايستيشن |
| 9% | الأجهزة اللوحية |
| 23% | أخرى |

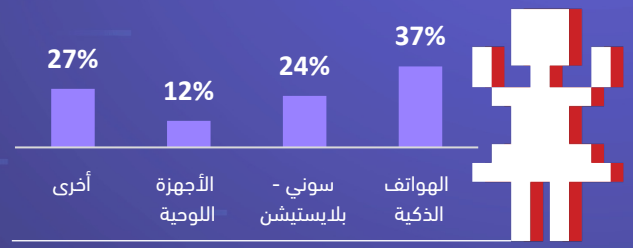
**50 سنة فأكبر**

| | |
|---|---|
| 41% | الهواتف الذكية |
| 32% | سوني - بلايستيشن |
| 8% | اكس بوكس |
| 19% | أخرى |

### الـــذكور

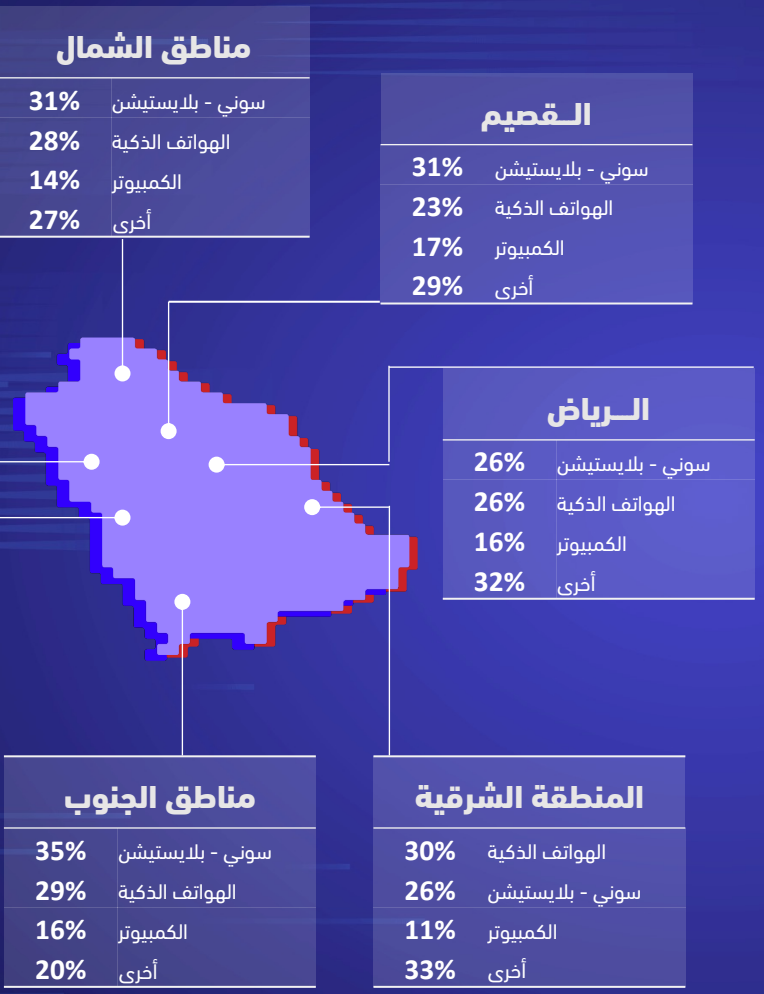



### الإنـــاث




أجهزة البلايستيشن الأكثر استخداما بين الذكور

الهواتف الذكية الأكثر استخداما بين الإناث




البلايستيشن هو الجهاز الأكثر استخداما في مناطق المملكة ما عدا المدينة المنورة والشرقية.

**5 من كل 10 لاعبين يلعبون مع آخرين، و8 من كل 10 يفضلون الألعاب المتصلة بالإنترنت (الأونلاين).**

**في الغالب، هل تلعب:**

50% منفرداً

50% مع آخرين

**في الغالب، هل تلعب بألعاب...**

Online 78%

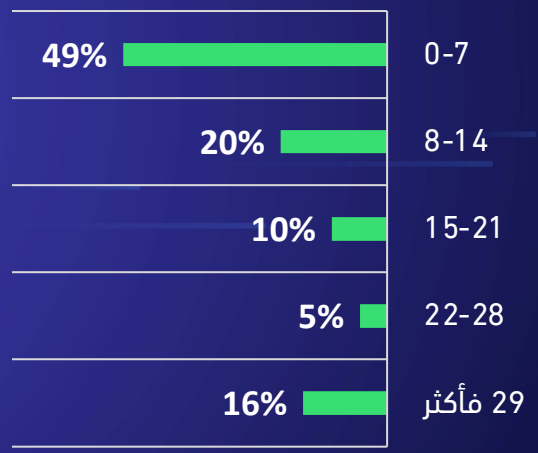
Offline 22%

**في الغالب، هل تلعب...**

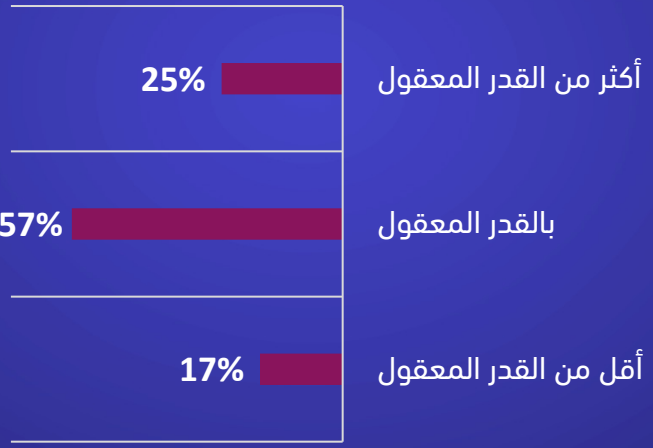
| | |
|---|---|
| الألعاب المدفوعة | 37% |
| الألعاب المجانية بالكامل | 35% |
| الألعاب المجانية مع خاصية الدفع داخل اللعبة | 25% |
| أخرى | 03% |

5 من كل 10 لاعبين يلعبون بمعدل ساعة يوميًا،
6 من كل 10 يرون أن الوقت الذي يقضونه في اللعب هو بالقدر المعقول.
تقريبا 7 من كل 10 لاعبين يدفعون شهريا مقابل الألعاب الإلكترونية.

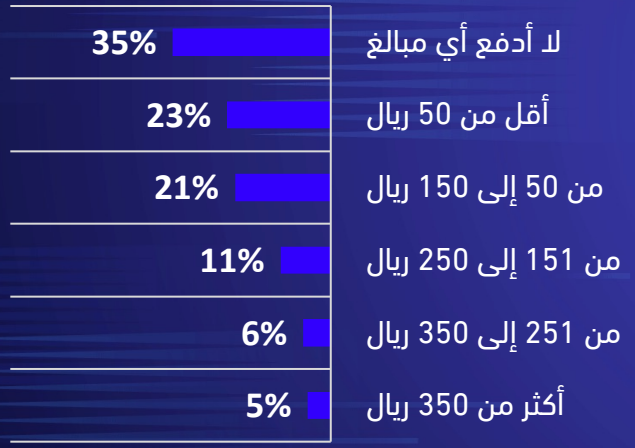
## بشكل عام، كم عدد الساعات التي تقضيها في اللعب الإلكترونية إسبوعيًا؟




## بشكل عام، هل ترى أن مقدار الوقت الذي تقضيه في اللعب:




## كم تدفع في الألعاب الإلكترونية بشكل شهري؟

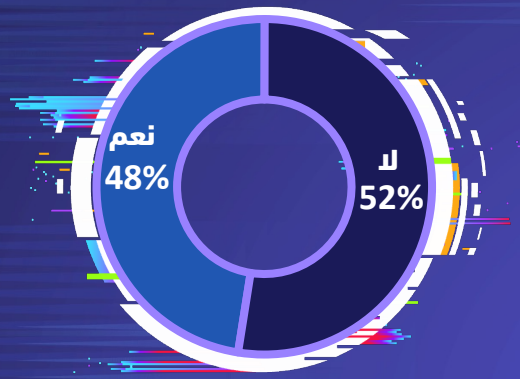


## ماهي افضل لعبة لعبتها خلال 12 شهراً الماضية؟

جاءت لعبتا
EA Sports FC
(FIFAفيفا سابقا)
و
(كول اوف ديوتي)
في صدارة الألعاب الأكثر تفضيلا بين السعوديين.

## نصف اللاعبين السعوديين يعتبرون أنفسهم قيمرز .

### هل تعتبر نفسك قيمر (Gamer)؟

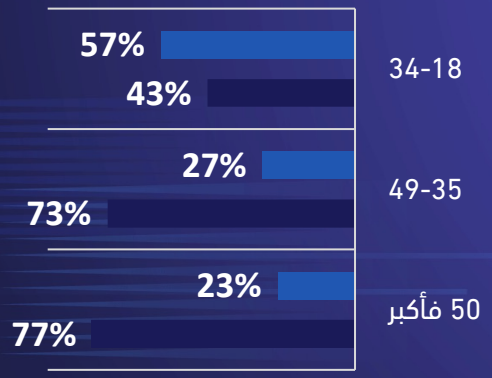



### الذكور

### الإناث

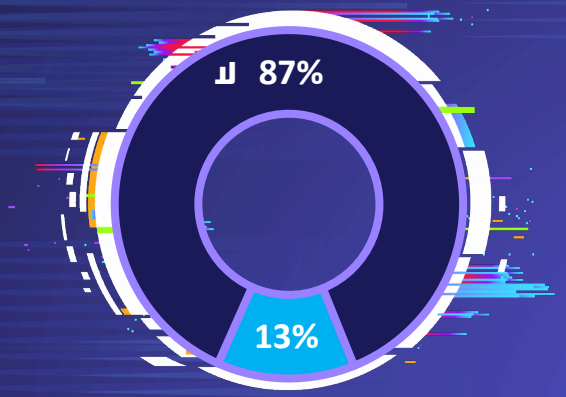
6 من كل 10 لاعبين ذكور يعتبرون أنفسهم قيمرز.

### العمـــر




تقريبا ربع من أعمارهم 35 فأكبر يعتبرون أنفسهم قيمرز.

## هل في الغالب تبث الألعاب التي تلعبها؟




نعم

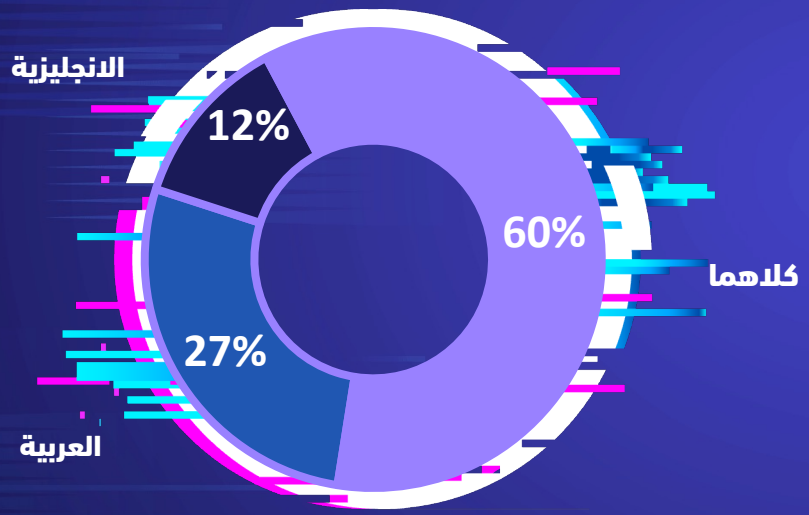
## في الغالب هل منصة البث التي تبث فيها هي:

## 13% من القيمرز يبثون ألعابهم على الانترنت

# ألعاب الحركة والقتال (Actions) هي الأكثر تفضيلا لدى اللاعبين السعوديين.

## ما نوع اللعبة الإلكترونية المفضلة لديك أكثر ؟

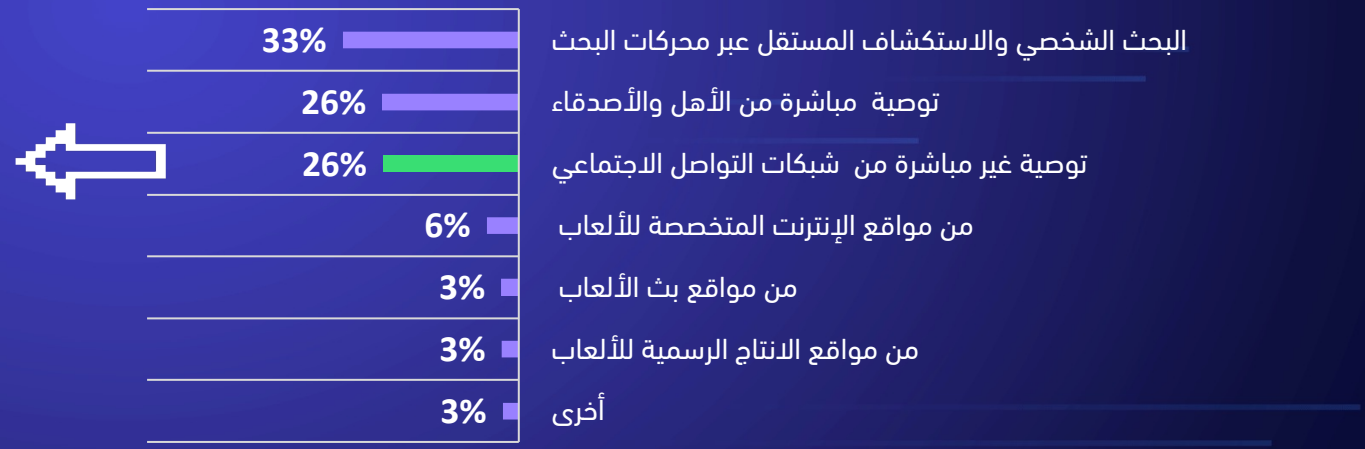
## هل تفضل اللعب باللغة:



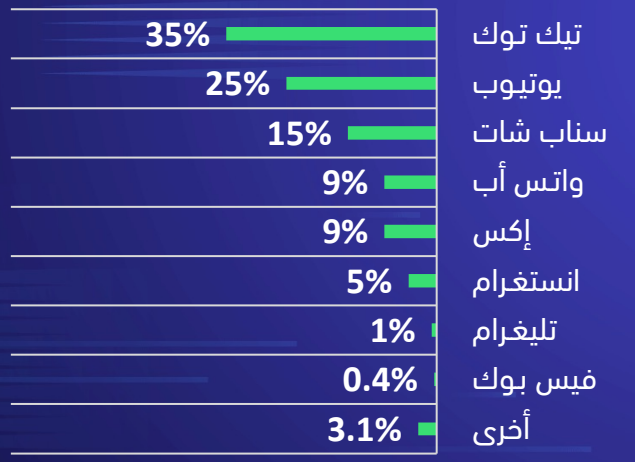
أكثر من نصف اللاعبين السعوديين يعتمدون على التوصية في اختيار الألعاب الإلكترونية.

منصة تيك توك تُعد الأكثر استخدامًا في شبكات التواصل الإجتماعي لإختيار الألعاب الإلكترونية .

## في الغالب، كيف تختار الألعاب الإلكترونية التي تلعبها؟



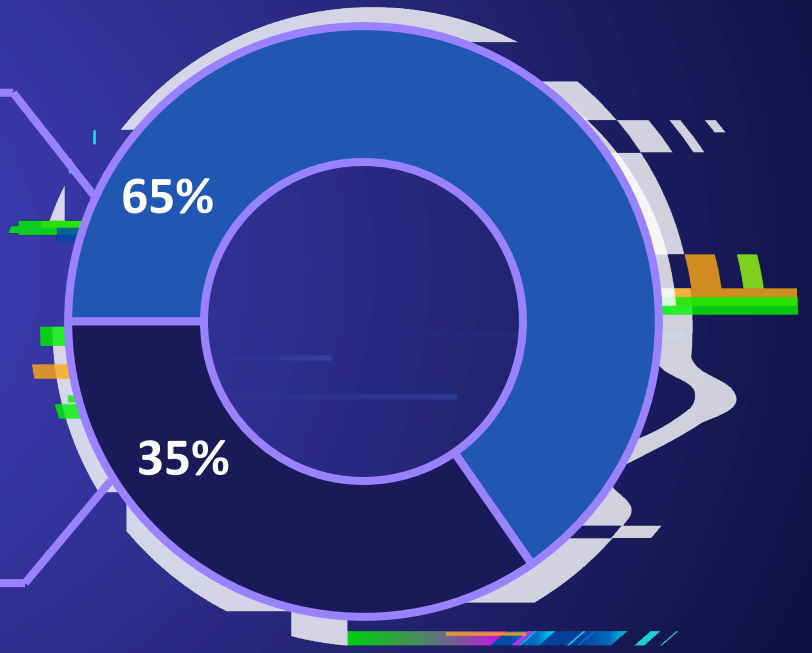

## أي وسيلة من وسائل التواصل الإجتماعي تستخدمها أكثر لإختيار الألعاب الإلكترونية التي تلعبها؟




النسبة تجاوزت 100% بسبب التقريب.

## يرى غالبية السعوديين أن تأثير الألعاب الإلكترونية إيجابي على المجتمع لعدة أسباب يتصدرها تنمية المهارات الذهنية والترفيه.

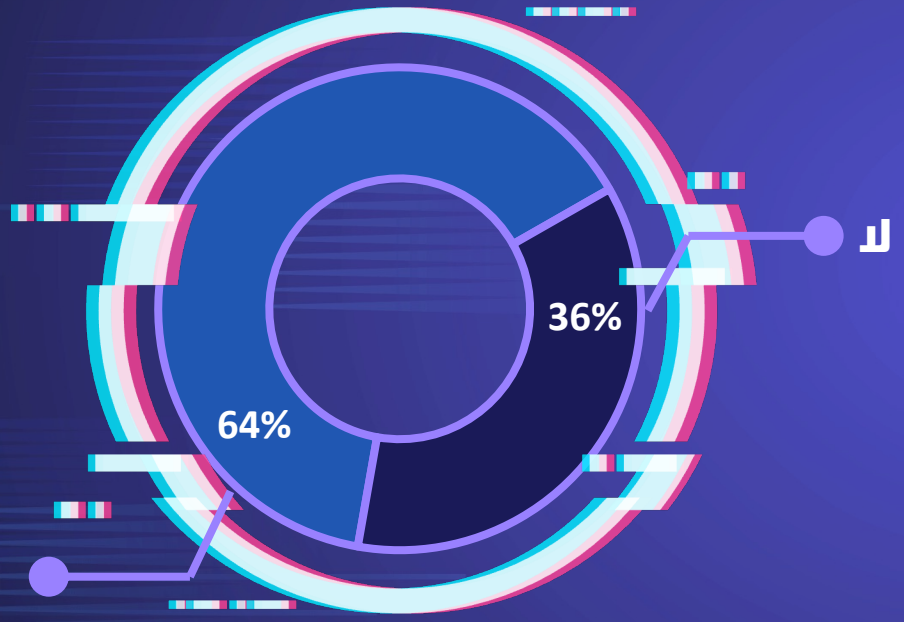
برأيك، ما تأثير الألعاب الإلكترونية على أفراد المجتمع بشكل عام؟




| | |
|---|---|
| تنمية المهارات الذهنية | 37% |
| الترفيه وقضاء وقت الفراغ | 30% |
| التخلص من ضغوط الحياة اليومية | 15% |
| تنمية التواصل الاجتماعي وبناء العلاقات | 5% |
| تنمية مهارات الإبداع | 4% |
| تحسين اللغة الإنجليزية | 4% |
| تنمية الدافعية والمثابرة | 3% |
| أخرى | 1% |

| | |
|---|---|
| العزلة وفقدان التواصل الاجتماعي | 29% |
| ضياع الوقت | 22% |
| الإدمان | 19% |
| المحتوى العنيف | 14% |
| قلة الحركة | 6% |
| تجاهل الطبيعة والأنشطة الخارجية | 2% |
| أخرى | 9% |

هل سبق أن سمعت بمبادرة المملكة في تنظيم بطولة كأس العالم للرياضات الإلكترونية؟

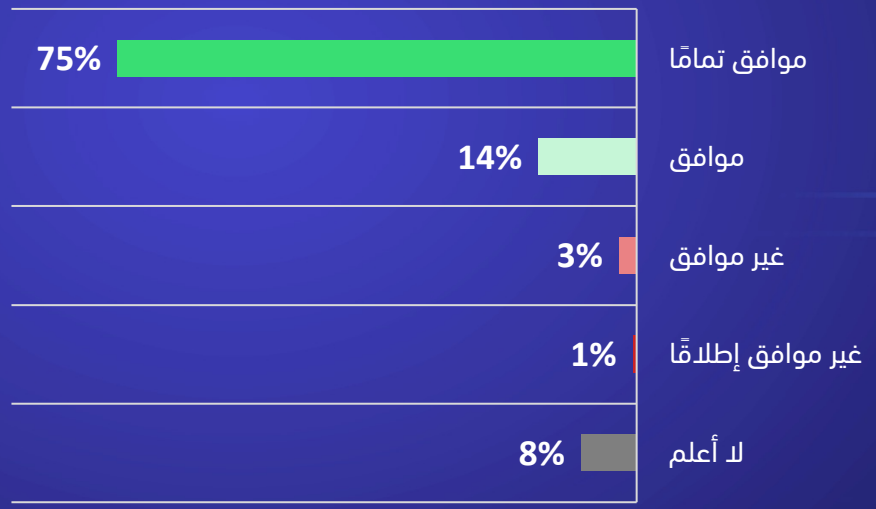



6 من كل 10 سبق أن سمعوا بمبادرة المملكة لتنظيم بطولة كأس العالم للرياضات الإلكترونية.

# 9 من كل 10 لاعبين يرون أن المملكة العربية السعودية ستكون المركز العالمي الأول للألعاب والرياضات الإلكترونية.

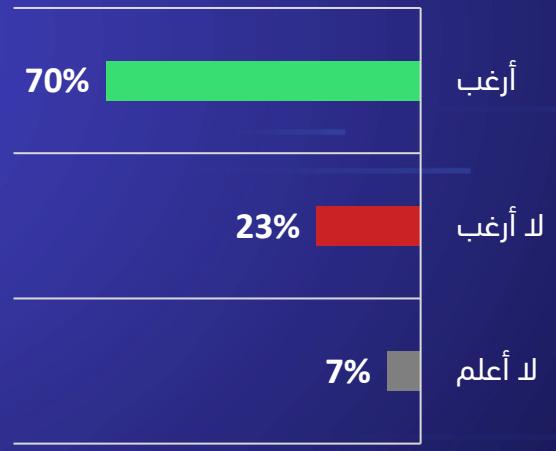
**ما مدى موافقتك للعبارة التالية:**

**المملكة العربية السعودية ستكون المركز العالمي الأول للألعاب والرياضات الإلكترونية**

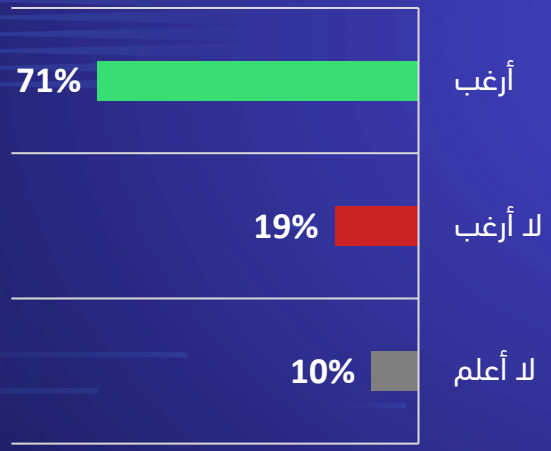


**7 من كل 10 لاعبين يرغبون في حضور الفعاليات التي تجمع اللاعبين العالمين والمشجعين ومنتجي وناشري الألعاب في مكان واحد، وكذلك المشاركة في تصميم وتطوير الألعاب الإلكترونية عند توفر منصات تدريبية لذلك.**

هل ترغب في حضور الفعاليات التي تجمع اللاعبين العالميين والمشجعين ومنتجي وناشري الألعاب في مكان واحد؟

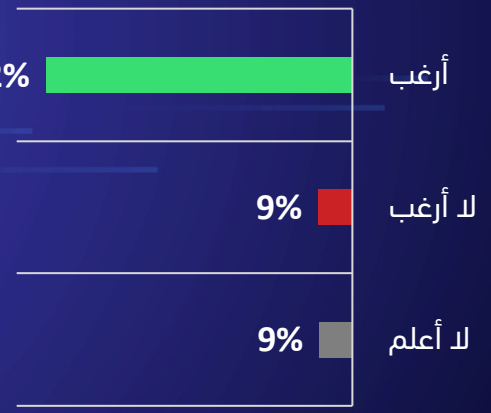



هل ترغب المشاركة في تصميم وتطوير الألعاب الإلكترونية عند توفر منصات تدريبية لذلك؟

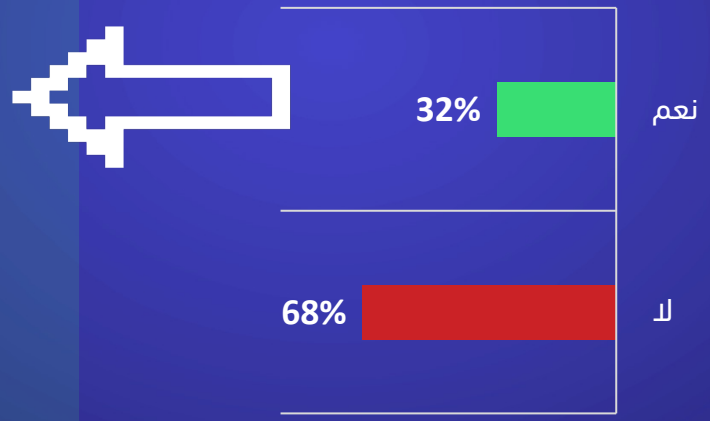


## يرغب 8 من كل 10 لاعبين في المساهمة باقتراح ألعاب تناسب الثقافة والتقاليد السعودية.

### هل ترغب المساهمة في اعطاء المقترحات لتوفير ألعاب ذات طابع محلي يناسب الثقافة والتقاليد السعودية




### هل لديك حاليا مقترح ألعاب يناسب الثقافة والتقاليد السعودية؟




### محتوى الألعاب الأكثر اقتراحا

### نوع الألعاب الأكثر اقتراحا

# الإجراءات المنهجية:

## مراحل بناء أسئلة الاستطلاع:

- بناء أسئلة الاستطلاع من قبل فريق مكون من ثلاثة خبراء يحملون شهادة الدكتوراه، وذلك وفق منهجية المركز السعودي القائمة على: الأهداف، والمحاور، والأوزان المقدرة المتضمنة: بناء مرجعية نظرية، وتحديد المحاور، وأوزانها، وأهدافها، ونطاقها، وتحديد مؤشراتها، وأوزانها، ومستويات قياسها.
- تحكيم أسئلة الاستطلاع من خبيرين مختلفين عن الثلاثة الذين بنوه.
- مراجعة أسئلة الاستطلاع إحصائيًّا.
- مراجعة أسئلة الاستطلاع لغويا.

## تحديد المجتمع والعينة:

يتكون مجتمع الاستطلاع من السعوديين البالغ عددهم 1,098مشاركاً. أُجري الاستطلاع إلكترونياً وفقاً لمنهجية CAWI (المقابلة المحوسبة بمساعدة الويب) عبر المشاركين المسجلين في قاعدة بيانات المركز السعودي لاستطلاع الرأي العام. تأسست قاعدة البيانات من خلال استقطاب المستجيبين عبر دراسات تعتمد على العينات الاحتمالية العشوائية. خضعت النتائج لمعالجة إحصائية مرجحة لضمان تحقيق التمثيل الديموغرافي المتوازن طبقاً لخصائص المجتمع السعودي للفئة العمرية من 18 عاماً فأكثر وبهامش خطأ عيني قدره 2.6%±.

**طريقة اختيار العينة:**
اختيرت العينة عشوائيًّا بأسلوب العينة الاحتمالية ( Probability Sampling)، بحيث تكون لكل فرد في المجتمع فرصة غير صفرية ومستقلة للمشاركة في الاستطلاع.
اعتمد اختيار الأفراد على أسلوبين متكاملين:
توليد أرقام اتصال هاتفي عشوائية ( Random Digit Dialing - RDD): لتغطية جميع مناطق المملكة، حيث تصل نسبة انتشار الهواتف المحمولة إلى 98%.
الاختيار من قائمة احتمالية ( Probability-Based Panel): وهي قاعدة بيانات تُبنى وتُحدّث دوريًّا في المركز، وتضم عينة عشوائية كبيرة الحجم ممثلة للمجتمع.

**منهج اختيار العينة:**
روعي في تصميم العينة التوازن بين الجنسين، بحيث يشكل الذكور والإناث نسبًا متساوية لضمان تمثيل أفضل ورفع معدلات الاستجابة لدى الإناث.

**التواصل مع العينة:**
يُجرى التواصل مع الأفراد المختارين عبر الرسائل النصية ( SMS) التي تتضمن رابط الاستطلاع الإلكتروني.

**محاولات التواصل:**
تُرسل الرسالة النصية الأولى متبوعة بتذكير واحد فقط في حال عدم استجابة المشارك.

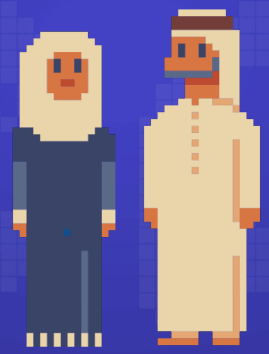
**منصة الاستطلاع:**
يُنفَّذ الاستطلاع عبر منصة VOXCO المخصصة لجمع البيانات عبر الإنترنت، وهي منصة تتيح إدارة العينات، وتطبيق منطق الأسئلة ( Logics and Conditions)، ومتابعة مؤشرات الاستجابة في الوقت الفعلي.

# البيانات الديموغرافية لـعينـة الاستطلاع:

## حجم العينة: 1098

| | | |
|---|---|---|
| الجنس | ذكر | 50% |
| | أنثى | 50% |
| العمر | 34-18 | 51% |
| | 49-35 | 29% |
| | 50 فأكبر | 20% |
| المنطقة الجغرافية | منطقة الرياض | 24% |
| | منطقة مكة المكرمة | 23% |
| | منطقة المدينة المنورة | 7% |
| | منطقة القصيم | 5% |
| | المنطقة الشرقية | 16% |
| | مناطق الجنوب | 16% |
| | مناطق الشمال | 9% |

| | | |
|---|---|---|
| الحالة الاجتماعية | متزوج/ـة | 53% |
| | غير متزوج/ـه | 47% |
| التعليم | دون الجامعة | 48% |
| | الشهادة الجامعية | 42% |
| | أعلى من الجامعة | 10% |
| الدخل | ليس له دخل | 20% |
| | 5000 فأقل | 33% |
| | 5001-10000 | 20% |
| | 10001-15000 | 15% |
| | أكثر من 15000 | 12% |



#نستطلع_لنمكن

SCOP_SA