

FAKULTETA ZA UPORABNE DRUŽBENE ŠTUDIJE V  
NOVI GORICI

**POROČILO**

**MEDIJSKE NAVADE STAREJŠIH  
(65 LET IN VEČ)**

Mateja Rek, Predrag Ljubotina, Anja Bratoš

**Ljubljana, september 2026**

## MEDIJSKE NAVADE STAREJŠIH (65 LET IN VEČ)

Mateja Rek, Predrag Ljubotina, Anja Bratoš

Leto izdaje: 2026

### PRILOŽENE DATOTEKE

- PRILOGA 1 Anketni vprašalnik
- PRILOGA 2 Sumarnik

Infrastrukturni program – zbiranje, vodenje in arhiviranje podatkov o medijski pismenosti financira Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije – ARIS kot infrastrukturni program. Sredstva je ARIS zagotovila po pogodbi št.1000-22-2916.

## KAZALO VSEBINE

|                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>POVZETEK .....</b>                                                       | <b>12</b> |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                       | <b>13</b> |
| <b>POVZETEK KLJUČNIH UGOTOVITEV .....</b>                                   | <b>14</b> |
| <b>1 UVOD.....</b>                                                          | <b>19</b> |
| <i>1.1 Opredelitev raziskovalnega problema.....</i>                         | <i>19</i> |
| <i>1.2 Širši okvir pridobivanja podatkov, financiranja in izvedbe .....</i> | <i>20</i> |
| <i>1.3 Cilji zbiranja podatkov .....</i>                                    | <i>21</i> |
| <b>2 METODOLOGIJA.....</b>                                                  | <b>23</b> |
| <i>2.1 Raziskovalna zasnova.....</i>                                        | <i>23</i> |
| <i>2.2 Zbiranje podatkov in etični vidik raziskave .....</i>                | <i>23</i> |
| <i>2.3 Merski instrument .....</i>                                          | <i>23</i> |
| <i>2.4 Vzorec.....</i>                                                      | <i>24</i> |
| <i>2.5 Obdelava podatkov .....</i>                                          | <i>25</i> |
| <i>2.6 Omejitve raziskave.....</i>                                          | <i>25</i> |
| <b>3 PREDSTAVITEV PODATKOV .....</b>                                        | <b>27</b> |
| <i>3.1 Sociodemografske značilnosti vzorca .....</i>                        | <i>27</i> |
| <i>3.1.1 Letnica rojstva.....</i>                                           | <i>27</i> |

|                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.1.2 Spol .....                                                           | 28        |
| 3.1.3 Regija bivanja.....                                                  | 29        |
| 3.1.4 Kraj bivanja.....                                                    | 30        |
| 3.1.5 Dosežena stopnja izobrazbe .....                                     | 31        |
| 3.1.6 Status zaposlitve oziroma upokojitve.....                            | 32        |
| 3.1.7 Bivalni status .....                                                 | 33        |
| 3.1.8 Število oseb v gospodinjstvu.....                                    | 34        |
| 3.1.9 Samostojnost pri hoji .....                                          | 34        |
| <b>3.2 Družbena vključenost in interesne dejavnosti .....</b>              | <b>35</b> |
| 3.2.1 Članstvo v društvih .....                                            | 35        |
| 3.2.2 Članstvo v društvu upokojencev .....                                 | 36        |
| 3.2.3 Interesne dejavnosti .....                                           | 37        |
| 3.2.4 Vrste interesnih dejavnosti .....                                    | 38        |
| <b>3.3. Samoocena vida, sluha in telesne aktivnosti.....</b>               | <b>41</b> |
| <b>3.4 Samoocena socialnih stikov in občutka osamljenosti.....</b>         | <b>42</b> |
| <b>3.5 Samoocena vpliva finančnega položaja na kakovost življenja.....</b> | <b>43</b> |
| <b>3.6 Medijske navade.....</b>                                            | <b>43</b> |
| 3.6.1 Izpostavljenost medijem .....                                        | 43        |

|                                                                                                                                                       |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.6.2 Časovna izpostavljenost medijem glede na spol in starostno skupino .....                                                                        | 46        |
| 3.6.3 Odstopanja povprečnega dnevnega časa posameznih medijskih in digitalnih aktivnosti po skupinah respondentov od povprečja celotnega vzorca ..... | 56        |
| 3.6.4 Dostop do interneta .....                                                                                                                       | 59        |
| 3.6.5 Vrsta uporabljenega telefona .....                                                                                                              | 60        |
| 3.6.6 Število poslanih tekstualnih sporočil .....                                                                                                     | 61        |
| 3.6.7 Samoocena splošne spretnosti uporabe interneta .....                                                                                            | 62        |
| 3.6.8 Uporaba družbenih omrežij .....                                                                                                                 | 63        |
| 3.6.9 Deljenje informacij na družbenih omrežjih.....                                                                                                  | 64        |
| 3.6.10 Zaupanje v medije in preverjanje informacij .....                                                                                              | 72        |
| 3.6.11 Kritično vrednotenje medijev in vpliva .....                                                                                                   | 73        |
| 3.6.12 Koristnost naprav in pripomočkov .....                                                                                                         | 79        |
| <b>4 SKLEP .....</b>                                                                                                                                  | <b>82</b> |
| <b>4.1 Priporočila in prihodnje raziskave .....</b>                                                                                                   | <b>83</b> |
| <b>VIRI IN LITERATURA .....</b>                                                                                                                       | <b>84</b> |

## KAZALO TABEL

|                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1 Letnica rojstva respondentov .....                                                                                                                                                                                                                                                  | 27 |
| Tabela 2 Vrste interesnih dejavnosti respondentov (n=701) .....                                                                                                                                                                                                                              | 39 |
| Tabela 3 Odstopanja povprečnega dnevnega časa posameznih medijskih in digitalnih aktivnosti po skupinah respondentov od povprečja celotnega vzorca v minutah (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.) ..... | 58 |
| Tabela 4 Odstopanja povprečnih ocen (1-5) izbranih trditev po skupinah respondentov od povprečja celotnega vzorca (število veljavnih odgovorov (n) se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.) .....                                        | 76 |

## KAZALO SLIK

|                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 1 Starost respondentov (n=579) .....                                                                                   | 28 |
| Slika 2 Spol respondentov (n=692).....                                                                                       | 29 |
| Slika 3 Regija bivanja respondentov (n=688).....                                                                             | 30 |
| Slika 4 Kraj bivanja respondentov (n=684).....                                                                               | 31 |
| Slika 5 Dosežena stopnja izobrazbe respondentov (n=686) .....                                                                | 32 |
| Slika 6 Status zaposlitve oziroma upokojitve respondentov (n=692).....                                                       | 33 |
| Slika 7 Bivanjski status respondentov (n=685).....                                                                           | 34 |
| Slika 8 Samostojnost respondentov pri hoji (n=691) .....                                                                     | 35 |
| Slika 9 Vključenost respondentov v vsaj eno društvo (n=659) .....                                                            | 36 |
| Slika 10 Vključenost respondentov v društvo upokojencev (n=530).....                                                         | 37 |
| Slika 11 Ukvarjanje respondentov z vsaj eno interesno dejavnostjo (n=659).....                                               | 38 |
| Slika 12 Vrste interesnih dejavnosti respondentov (n=659–459, možnih je bilo več odgovorov)<br>.....                         | 41 |
| Slika 13 Samoocena respondentov glede vida, sluha in telesne aktivnosti (n=641; 642; 639)                                    | 42 |
| Slika 14 Samoocena respondentov glede socialnih stikov in občutka osamljenosti (n=638; 642;<br>649).....                     | 43 |
| Slika 15 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo posameznim medijskim in<br>digitalnim aktivnostim (n=448–680)..... | 44 |

|                                                                                                                                                                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 16 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo posameznim medijskim in digitalnim aktivnostim (n=653–672).....                                                                                                                            | 45 |
| Slika 17 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo gledanju televizije, videov in filmov (v živo ali posnetih) (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre). .... | 46 |
| Slika 18 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo poslušanju radijskega programa (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre).....                               | 47 |
| Slika 19 Povprečni dnevni čas prisotnosti respondentov v prostoru s prižgano televizijo (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.) .....                              | 48 |
| Slika 20 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo pogovarjanju po telefonu (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.) .....                                   | 49 |
| Slika 21 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo uporabi mobilnega telefona (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.) .....                                 | 50 |
| Slika 22 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo branju tiskanih medijev (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.) .....                                    | 51 |
| Slika 23 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo igranju videoiger (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.) .....                                          | 52 |
| Slika 24 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo uporabi računalnika ali tablice za                                                                                                                                                         |    |

|                                                                                                                                                                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| delo (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.).....                                                                                      | 53 |
| Slika 25 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo uporabi računalnika ali tablice (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)..... | 54 |
| Slika 26 Povprečni dnevni čas prisotnosti respondentov na internetu (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.).....                       | 55 |
| Slika 27 Povprečni dnevni čas prisotnosti respondentov na družbenih omrežjih (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.).....              | 56 |
| Slika 28 Dostop respondentov do interneta (n=676).....                                                                                                                                                                   | 60 |
| Slika 29 Uporaba in vrsta telefona respondentov (n=673) .....                                                                                                                                                            | 61 |
| Slika 30 Število tekstovnih sporočil, ki jih respondenti dnevno pošljejo prek telefona, računalnika ali tablice (n=678).....                                                                                             | 62 |
| Slika 31 Samoocena respondentov glede lastne kompetentnosti uporabe interneta (n=641)...                                                                                                                                 | 63 |
| Slika 32 Uporaba družbenih omrežij s strani respondentov (n=674).....                                                                                                                                                    | 64 |
| Slika 33 Objava imena in priimka na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=349) .....                                                                                                                               | 65 |
| Slika 34 Objava informacij o lastnem počutju na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=342) .....                                                                                                                   | 66 |
| Slika 35 Objava informacij o lastnem počutju na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=345) .....                                                                                                                   | 67 |

|                                                                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 36 Objava fotografij s potovanj, doživetij na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=348) .....                                | 68 |
| Slika 37 Objava fotografij v provokativni pozi na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=348) .....                                  | 69 |
| Slika 38 Objava osebnih podatkov zaradi ugodnosti pri nakupu ali dostopu na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=349) .....        | 70 |
| Slika 39 Objava fotografij/videov drugih, ko počno nekaj nenavadnega, zabavnega na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=350) ..... | 71 |
| Slika 40 Objava selfija na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=348) .....                                                         | 72 |
| Slika 41 Zaupanje v slovenske medije glede informacij s strani respondentov (n=642) .....                                                 | 73 |
| Slika 42 Kritično vrednotenje medijev in vpliva s strani respondentov (n=573–652) .....                                                   | 74 |
| Slika 43 Ocena respondentov glede vpliva interneta na kakovost življenja (n=623) .....                                                    | 79 |
| Slika 44 Ocena respondentov glede vpliva telefona na kakovost življenja (n=640) .....                                                     | 80 |
| Slika 45 Ocena respondentov glede koristnosti novih tehnoloških pripomočkov (n=673) .....                                                 | 81 |

## **POVZETEK**

V poročilu *Medijske navade starejših (65 let in več)* so predstavljeni rezultati raziskave, izvedene leta 2026, v kateri so bili zbrani primarni podatki o medijskih navadah ter z mediji in digitalnimi tehnologijami povezanih stališčih, izkušnjah in praksah prebivalcev Slovenije, starih 65 let ali več. Ugotovitve omogočajo vpogled v medijsko in digitalno pismenost vzorca starejših. Vprašalnik, ki temelji na samoocenah respondentov, zajema več vsebinskih sklopov: sociodemografske značilnosti, uporabo tradicionalnih in digitalnih medijev, rabo interneta in mobilnih tehnologij, uporabo družbenih omrežij, zaupanje v medije in preverjanje verodostojnosti informacij, odnos do digitalnih tehnologij, digitalne kompetence ter družbeno vključenost in interesne dejavnosti. Podatkovna baza vsebuje 701 veljavnih vprašalnikov in 61 spremenljivk, na podlagi katerih je moč izvesti deskriptivne in primerjalne analize. Raziskovalno delo je potekalo v okviru *Infrastrukturnega programa Medijska pismenost – zbiranje, vodenje in arhiviranje podatkov o medijski pismenosti*, starejši pa so bili kot ciljna populacija vključeni že drugič, kar zaradi uporabe skupnih kazalnikov omogoča primerjavo z ugotovitvami iz leta 2018 in spremljanje sprememb na tem področju. Zbrano gradivo je lahko izhodišče za nadaljnje raziskovanje medijske in digitalne pismenosti starejših ter prispeva k boljšemu razumevanju njihovih potreb na področju medijskega in digitalnega opismenjevanja.

**Ključne besede:** medijska pismenost; digitalna pismenost; starejši; medijske navade; digitalne kompetence; zaupanje v medije; Slovenija.

## ABSTRACT

The report *Media Habits of Older Adults (Aged 65 and Over)* presents the results of a study conducted in 2026, in which primary data were collected on the media habits of people aged 65 and over living in Slovenia, as well as their attitudes, experiences, and practices related to media and digital technologies. The findings provide insight into the media and digital literacy of the sample of older adults. The questionnaire, which is based on respondents' self-reports, covers several thematic areas: sociodemographic characteristics, the use of traditional and digital media, internet and mobile technology use, social media use, trust in the media and verification of information credibility, attitudes towards digital technologies, digital competences, social inclusion, and leisure activities. The dataset contains 701 valid questionnaires and 61 variables, providing a basis for descriptive and comparative analyses. The research was conducted within the framework of the Infrastructure Programme *Media Literacy – Collection, Management and Archiving of Data on Media Literacy*. Older adults were included as a target population for the second time, and the use of common indicators enables comparison with the findings from 2018 and the monitoring of changes in this area. The collected material can serve as a basis for further research on media and digital literacy among older adults and contribute to a better understanding of their media and digital literacy needs.

**Keywords:** media literacy; digital literacy; older adults; media habits; digital competences; trust in the media; Slovenia.

## **POVZETEK KLJUČNIH UGOTOVITEV**

Raziskava Medijske navade starejših (65 let in več) ponuja vpogled v medijske in digitalne prakse vzorca starejših, njihov odnos do tehnologij ter način vrednotenja medijskih vsebin, ob tem pa osvetljuje tudi njihovo družbeno vključenost. Rezultati kažejo, da tradicionalni mediji tudi v letu 2026 ostajajo pomemben del vsakdana respondentov, vse bolj pa jih dopolnjujejo digitalni mediji in tehnologije. Najizrazitejše razlike med respondenti so povezane s starostjo, medtem ko so glede na spol in druge obravnavane značilnosti manjše.

Pri interpretaciji je treba upoštevati, da odgovori temeljijo na samoocenah respondentov in so zato lahko podvrženi subjektivni presoji ter napakam pri ocenjevanju. Predstavljeni podatki se nanašajo izključno na vzorec in jih ne posplošujemo na splošno populacijo starejših v Sloveniji.

### **Družbena vključenost in interesne dejavnosti**

Respondenti v raziskavi izkazujejo visoko stopnjo družbene in interesne vključenosti. V vsaj eno društvo je vključenih 81,94 % vprašanih, 68,11 % jih je članov društva upokojencev, z najmanj eno interesno dejavnostjo pa se ukvarja 82,09 % respondentov. Med dejavnostmi so najpogostejše zastopane fizične in športne, sledijo izobraževalne in razvojne, družabne in socialne ter kreativne in kulturne dejavnosti.

Tudi odgovori o socialnih stikih kažejo, da so sodelujoči razmeroma dobro povezani z drugimi. Respondenti so v povprečju pogosto v stiku tako s starejšimi ( $M = 3,52$ ) kot z mlajšimi, na primer otroki in vnuki ( $M = 3,48$ ). Trditev, da so večkrat osamljeni, je dosegla precej nižjo povprečno oceno ( $M = 1,91$ ).

### **Izpostavljenost tradicionalnim in digitalnim medijem**

Televizija ima med spremljanimi mediji še vedno osrednje mesto. Respondenti gledanju televizije, videov in filmov namenijo povprečno 161,16 minute dnevno, v prostoru s prižgano

televizijo pa preživijo 171,75 minute. Pomembno mesto ohranja tudi radio, ki ga poslušajo povprečno 148,50 minute dnevno. Tiskanim medijem namenijo 57,02 minute, mobilni telefon za vse namene skupaj pa uporabljajo povprečno 88,20 minute dnevno.

Digitalne aktivnosti so hkrati postale pomemben del vsakdanjega medijskega repertoarja. Respondenti so na internetu v povprečju prisotni 72,52 minute, računalnik ali tablico za vse namene uporabljajo 76,99 minute, družbenim omrežjem pa namenijo 38,56 minute dnevno. Igranje videoiger ostaja manj priljubljena dejavnost, ki ji v povprečju namenijo 17,08 minute dnevno.

Pri uporabi posameznih medijev se kažejo razlike med starostnima skupinama. Respondenti, stari 75 let in več, več časa kot mlajši starejši namenijo gledanju televizije ter branju tiskanih medijev, medtem ko skupina od 65 do 74 let dlje posluša radio in uporablja mobilni telefon. Razhajanja so še izrazitejša pri nekaterih digitalnih praksah: mlajši starejši računalnik ali tablico za vse namene uporabljajo povprečno 82,91 minute, starejši od 75 let pa 62,37 minute dnevno; na internetu so prvi prisotni 80,90 minute, drugi pa 57,16 minute dnevno. Pri času, preživetem na družbenih omrežjih, pa smo pri obeh starostnih skupinah dobili podobne rezultate.

### **Internet, mobilni telefon in digitalne kompetence**

Dostop do digitalnih tehnologij je med sodelujočimi velik. Neomejen dostop do interneta ima 86,83 % respondentov, omejenega 3,11 %, brez dostopa pa je manj kot odstotek vprašanih. Interneta ne želi uporabljati 5,62 %, 3,99 % pa jih navaja, da ga ne morejo uporabljati.

Podobno izrazita je prisotnost pametnih telefonov. Pametni telefon z internetno povezavo uporablja 85,88 % respondentov, 4,01 % pametni telefon brez internetne povezave, 8,92 % pa preprost oziroma prilagojen telefon. Le zelo majhen delež telefona ne želi ali ne more uporabljati.

Čeprav sta dostop do digitalnih tehnologij in njihova uporaba razmeroma razširjena, so respondenti pri ocenjevanju lastnih digitalnih spretnosti nekoliko bolj zadržani. S trditvijo

*Internet znam dobro uporabljati* se strinja oziroma popolnoma strinja 47,73 % respondentov, 32,92 % jih izbere sredinsko oceno, 19,34 % pa izrazi nestrinjanje. Rezultati tako kažejo, da večji dostop do interneta in digitalnih naprav ne pomeni nujno tudi enako visoke samozavesti pri njihovi uporabi.

### **Družbena omrežja in deljenje informacij**

Družbena omrežja uporablja nekoliko več kot polovica respondentov (53,41 %). Pri deljenju osebnih informacij in vsebin so uporabniki večinoma previdni. Med uporabniki družbenih omrežij jih 56,73 % ne objavlja svojega imena in priimka, 80,70 % ne objavlja informacij o tem, kaj počnejo, 86,96 % pa ne objavlja informacij o svojem počutju. Fotografije s potovanj in drugih doživetij so nekoliko pogostejše, čeprav jih približno polovica vprašanih prav tako ne deli.

Previdnost je še izrazitejša pri občutljivejših vsebinah. Osebnih podatkov v zameno za ugodnosti ali dostop do storitev ne objavlja 74,79 % respondentov, fotografij ali videoposnetkov drugih oseb pri nenavadnih ali zabavnih dejavnostih 91,71 %, svojih selfijev pa 86,21 % vprašanih.

### **Zaupanje v medije in kritično vrednotenje informacij**

Rezultati kažejo na previden odnos do medijskih informacij. Pri trditvi *Slovenskim medijem zaupam glede informacij* je največ respondentov izbralo sredinsko oceno (42,99 %). Z njo se strinja ali popolnoma strinja skupaj 22,59 % vprašanih, medtem ko jih preostalih 34,42 % izraža nestrinjanje.

Razlike so opazne tudi med posameznimi vrstami medijev. Med obravnavanimi trditvami je najnižjo povprečno oceno doseglo zaupanje v vsebine na družbenih omrežjih ( $M = 1,91$ ), medtem ko je zaupanje v časopisne novice višje ( $M = 2,84$ ). Trditev, da na spletu ali družbenih omrežjih vedno preverijo namen in verodostojnost avtorjev spletne strani, je dosegla povprečno oceno 2,89.

Pri kritičnem vrednotenju se kažejo predvsem starostne razlike. Respondenti, stari 75 let in več, nekoliko bolj zaupajo televizijskim novicam, tiskanim in slovenskim medijem ter pogosteje menijo, da lastništvo in financiranje medija nista pomembna. Mlajši starejši pa pogosteje preverjajo namen in verodostojnost spletnih virov. Med družbeno vključenostjo in preverjanjem informacij smo prav tako zaznali razlike: respondenti, ki niso vključeni v društva, namen in verodostojnost avtorjev spletnih vsebin preverjajo redkeje od povprečja.

### **Odnos do digitalnih tehnologij in njihov vpliv na življenje**

Odnos respondentov do digitalnih tehnologij je pretežno pozitiven, čeprav se ocene razlikujejo glede na posamezno tehnologijo. Da jim je internet izboljšal življenje, se strinja oziroma popolnoma strinja 39,32 % respondentov, nasprotno stališče pa izraža 29,05 %. Še večja je naklonjenost mobilnemu telefonu, saj 54,69 % vprašanih ocenjuje, da jim je ta izboljšal življenje, tej trditvi pa nasprotuje 18,75 %.

Najugodnejši je pogled na nove tehnološke pripomočke na splošno. Za zelo koristne jih ima 59,34 % respondentov, drugače pa jih presoja 13,03 %.

### **Primerjava z raziskavo iz leta 2018 po Rek, Kovačič in Brumat (2018)**

Presečna raziskava iz leta 2018 (Rek, Kovačič in Brumat) in pričujoča raziskava vključujeta skupne kazalnike, kar omogoča primerjavo rezultatov med obema časovnima točkama. Ker sta bili izvedeni na različnih vzorcih oseb, starih 65 let in več, ne gre za spremljanje istih respondentov skozi čas, temveč za primerjavo ugotovitev dveh presečnih meritev. Rezultati temeljijo na opisni statistiki in prikazujejo značilnosti zbranih vzorcev, zato je treba pri razlagi razlik upoštevati njihovo sestavo in način zbiranja podatkov. Ugotovitev posledično ni mogoče neposredno posploševati na celotno populacijo starejših v Sloveniji.

Primerjava opisnih rezultatov iz let 2018 in 2026 kaže na večjo rabo digitalnih tehnologij in z njimi povezanih medijskih praks v novejšem vzorcu. Leta 2018 je imela dostop do interneta manj kot polovica vprašanih, pametni telefon z internetno povezavo pa približno štiri desetine

respondentov. Več kot polovica takrat ni bila prisotna na internetu, manjša pa je bila tudi uporaba družbenih omrežij. V raziskavi leta 2026 ima neomejen dostop do interneta 86,83 % respondentov, pametni telefon z internetno povezavo uporablja 85,88 %, družbena omrežja pa 53,41 % sodelujočih.

Razlika med obema izvedbama se kaže tudi v samooceni digitalnih spretnosti. Leta 2018 se je približno četrtnina anketiranih strinjala oziroma popolnoma strinjala, da zna internet dobro uporabljati, leta 2026 je takšno oceno podala skoraj polovica respondentov (47,73 %).

Kljub tem spremembam tradicionalni mediji v novejšem vzorcu ohranjajo pomembno mesto v vsakdanjih navadah respondentov. Televizijo, radio in tisk dopolnjujejo spletni načini dostopa do informacij in vsebin, kar kaže na sočasno prisotnost tradicionalnih in digitalnih praks v njihovem medijskem repertoarju.

## **1 UVOD**

### **1.1 Opredelitev raziskovalnega problema**

Staranje prebivalstva predstavlja eno od večjih demografskih sprememb sodobne Evrope, ki pomembno vpliva na delovanje družbe in oblikovanje javnih politik, kot ugotavlja Eurostat (2026). Raziskave in strokovne ugotovitve vse bolj poudarjajo pomen medijske in digitalne pismenosti starejših, zlasti ob podaljševanju življenjske dobe in naraščanju deleža starejšega prebivalstva. OECD (2025) ter Li idr. (2025) pri tem opozarjajo na povezanost digitalne pismenosti s kakovostjo življenja, družbeno vključenostjo, možnostmi dostopa do informacij in storitev ter sodelovanja v družbenem življenju. Medijska pismenost zato ne pomeni zgolj sposobnosti uporabe medijev in digitalnih tehnologij, temveč zajema tudi kritično razumevanje medijskih vsebin, presojo verodostojnosti informacij, varno uporabo digitalnega okolja ter kompetentno vključevanje v sodobno informacijsko družbo.

Tudi na ravni Evropske unije je krepitev medijske in digitalne pismenosti prepoznana kot pomemben dejavnik odpornosti na dezinformacije in sodelovanja v demokratičnih procesih. Evropska komisija (2026) zato podpira ukrepe, namenjene razvoju kritičnega vrednotenja informacij in odgovorne uporabe digitalnih tehnologij, pri čemer posebno pozornost namenja različnim starostnim skupinam, tudi starejšim.

Tudi v Sloveniji se delež prebivalcev, starih 65 let ali več, vztrajno povečuje. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije je leta 2025 ta skupina predstavljala že 22 % prebivalstva, hkrati pa se med starejšimi izrazito spreminjajo tudi vzorci njihove uporabe medijev in digitalnih tehnologij. V prvem četrtletju leta 2025 je internet uporabljalo 71 % oseb, starih od 65 do 74 let, kar kaže na postopno zmanjševanje digitalnega razkoraka med generacijami (SURS, 2025). Kljub temu neenakosti ostajajo, saj se starejši razlikujejo tako po dostopu do digitalnih tehnologij kot po spretnostih in načinih njihove uporabe.

Področje od leta 2013 sistematično spremlja Infrastrukturni program Medijska pismenost, ki ga financira Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije (ARIS). Eden njegovih temeljnih ciljev je zbiranje, vodenje in arhiviranje podatkov o medijski pismenosti različnih skupin prebivalstva ter zagotavljanje primerljivih podatkov za spremljanje dolgoročnih sprememb. Z drugo izvedbo raziskave med starejšimi je bila tako omogočena primerjava ključnih kazalnikov z ugotovitvami iz leta 2018 (Rek, Kovačič in Brumat, 2018).

Podatki, predstavljeni v tem poročilu, so bili zbrani med 20. februarjem in 4. junijem 2026. Vzorec sestavlja 701 respondentov, starih 65 let ali več. Anketni vprašalnik zajema več vsebinskih področij, med katerimi izstopajo uporaba tradicionalnih in digitalnih medijev, raba interneta in družbenih omrežij, zaupanje v medije in preverjanje informacij, digitalne kompetence, odnos do novih tehnologij ter povezanost med medijsko pismenostjo, družbeno vključenostjo in kakovostjo življenja.

Vsebina je razdeljena na več sklopov in je zasnovana informativno. Sledi predstavitev glavnih ugotovitev, raziskovalnega ozadja in metodoloških izhodišč, nato pa opis vzorca ter deskriptivni prikaz rezultatov. Zbrano gradivo je lahko izhodišče za nadaljnje raziskovanje medijske in digitalne pismenosti starejših ter prispeva k boljšemu razumevanju njihovih potreb na področju medijskega in digitalnega opismenjevanja.

## **1.2 Širši okvir pridobivanja podatkov, financiranja in izvedbe**

Raziskava je bila izvedena v okviru Infrastrukturnega programa Medijska pismenost, ki ga od leta 2013 financira Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije (ARIS). Program sistematično zbira, vodi in arhivira podatke o medijski pismenosti različnih skupin prebivalstva ter zagotavlja primerljivo podatkovno osnovo za spremljanje dolgoročnih sprememb na tem področju. Starejši so bili kot ciljna skupina leta 2026 vključeni drugič, kar omogoča primerjavo z ugotovitvami iz leta 2018 in vpogled v spremembe njihovih medijskih navad ter medijske in digitalne pismenosti.

Financiranje Infrastrukturnega programa Medijska pismenost je zagotovljeno v okviru infrastrukturnih programov ARIS na podlagi pogodbe št. 1000-22-2916.

### **1.3 Cilji zbiranja podatkov**

Podatki, zbrani v okviru Infrastrukturnega programa Medijska pismenost, predstavljajo pomemben vir za analizo stanja medijske pismenosti v Sloveniji ter omogočajo umeščanje ugotovitev v evropski in širši mednarodni kontekst. Njihov namen je zagotavljati empirično podlago za oblikovanje, izvajanje in vrednotenje javnih politik ter prispevati k razvoju strokovnih usmeritev in nadaljnjemu raziskovanju na področju medijske pismenosti.

#### **Primarni cilj**

- sistematično zbiranje, vodenje in arhiviranje primarnih podatkov o medijskih navadah, medijski in digitalni pismenosti prebivalcev Slovenije, starih 65 let ali več, v letu 2026.

#### **Sekundarni cilji**

- spremljanje stanja in trendov medijskih navad ter medijske in digitalne pismenosti starejših;
- zagotavljanje primerljive podatkovne podlage za druge znanstvene raziskave;
- spodbujanje nadaljnjega raziskovalnega dela;
- diseminacija in popularizacija rezultatov raziskave med strokovno in širšo javnostjo;
- prispevanje k oblikovanju na dokazih temelječih javnih politik, strateških usmeritev in programov medijskega ter digitalnega opismenjevanja;
- ozaveščanje o pomenu medijske in digitalne pismenosti v Sloveniji.

Vsi primarni in sekundarni viri, vključno s pričujočim poročilom, so javno dostopni na uradnem spletnem portalu Infrastrukturnega programa Medijska pismenost ([www.medijska-pismenost.si](http://www.medijska-pismenost.si))

[pismenost.si](http://pismenost.si)). Zbrane podatkovne zbirke so namenjene nadaljnjemu znanstvenemu delu in so lahko podlaga za razvoj javnih politik ter ukrepov na področju medijske in digitalne pismenosti. Program z odprtim dostopom do gradiva omogoča širšo uporabo rezultatov in prenos pridobljenega znanja v strokovno okolje. V času pospešene digitalizacije sistematično spremljanje medijske pismenosti prispeva k boljšemu razumevanju sprememb na tem področju in potreb različnih skupin prebivalstva.

## **2 METODOLOGIJA**

### **2.1 Raziskovalna zasnova**

Kvantitativni del raziskave metodološko sledi zasnovi raziskave *Medijske navade starejših (65 let in več)* (Rek, Kovačič in Brumat, 2018), kar omogoča primerljivost rezultatov in spremljanje sprememb skozi čas. V raziskavo so bili vključeni prebivalci Slovenije, stari 65 let ali več, podatki pa so bili zbrani z uporabo anketnega vprašalnika. Predstavitev rezultatov temelji na metodah opisne (deskriptivne) statistike, katerih namen je prikaz značilnosti zbranega vzorca, ne pa posploševanje ugotovitev na celotno populacijo. Zaradi zagotavljanja preglednosti in možnosti nadaljnje uporabe so poročilu priložene tudi ustrezne podatkovne priloge.

### **2.2 Zbiranje podatkov in etični vidik raziskave**

Zbiranje podatkov je potekalo med 20. februarjem in 4. junijem 2026 v spletni in tiskani obliki na območju vseh statističnih regij Slovenije med starejšimi prebivalci, člani društev upokojencev, udeleženci Mreže Slovenske univerze za tretje življenjsko obdobje ter stanovalci domov za starejše.

Raziskava je bila izvedena skladno z načeli raziskovalne etike. Pred začetkom zbiranja podatkov je bilo pridobljeno pozitivno mnenje Komisije za etičnost raziskovanja. Sodelovanje v raziskavi je bilo prostovoljno, vprašalnik anonimen, zbrani podatki pa obdelani in predstavljeni na agregatni ravni.

### **2.3 Merski instrument**

Za zbiranje podatkov je bil uporabljen anketni vprašalnik (glej Priloga 1 Anketni vprašalnik), pripravljen v okviru Infrastrukturnega programa Medijska pismenost. Vprašalnik pričujoče raziskave izhaja iz vprašalnika, uporabljenega v presečni raziskavi iz leta 2018 (Rek, Kovačič in Brumat), pri čemer so bili ključni kazalniki, namenjeni primerjavi med obema časovnima

točkama, ohranjeni. Vprašalnik iz leta 2026 je bil v posameznih delih dopolnjen in razširjen. Raziskavi vključujeta različna vzorca oseb, starih 65 let in več, zato ne gre za spremljanje istih respondentov skozi čas, temveč za primerjavo rezultatov dveh presečnih meritev na skupnih kazalnikih. Pri interpretaciji zaznanih razlik je treba upoštevati tudi značilnosti posameznega vzorca in način zbiranja podatkov.

Takšen pristop zagotavlja visoko stopnjo primerljivosti podatkov in omogoča spremljanje sprememb medijskih navad ter medijske in digitalne pismenosti starejših skozi čas.

Vprašalnik, ki temelji na samoocenah respondentov, obsega 20 vprašanj oziroma 61 spremenljivk ter vključuje več vsebinskih sklopov, ki celostno obravnavajo medijsko in digitalno pismenost starejših. Poleg sociodemografskih značilnosti zajema vprašanja o uporabi tradicionalnih in digitalnih medijev, rabi interneta in mobilnih tehnologij, uporabi družbenih omrežij ter deljenju vsebin na spletu. Nadalje vključuje sklop o zaupanju v medije, kritični presoji informacij in preverjanju njihove verodostojnosti, odnosu do digitalnih tehnologij ter zaznanem vplivu medijev na vsakdanje življenje. Posebna pozornost je namenjena digitalnim kompetencam, družbeni vključenosti, socialnim stikom, članstvu v društvih ter interesnim dejavnostim, saj lahko ti dejavniki pomembno vplivajo na način uporabe medijev in digitalnih tehnologij med starejšimi.

Vprašalnik je bil oblikovan z namenom zagotavljanja zanesljivega in primerljivega zbiranja podatkov ter omogoča celovito proučevanje medijskih navad, digitalne vključenosti in medijske pismenosti vzorca starejših prebivalcev Slovenije.

## **2.4 Vzorec**

V raziskavi je sodelovalo 701 oseb, starih 65 let ali več, iz različnih statističnih regij Slovenije. Podatki so bili zbrani s priložnostnim vzorčenjem v različnih okoljih, in sicer med splošno populacijo starejših, v društvih upokojencev, Mreži Slovenske univerze za tretje življenjsko obdobje ter domovih za starejše občane. Takšen pristop je omogočil vključitev respondentov z raznolikimi sociodemografskimi značilnostmi, stopnjami digitalne vključenosti in medijskimi

navadami.

## **2.5 Obdelava podatkov**

Končna podatkovna baza vsebuje 701 veljavnih anketnih vprašalnikov, od katerih je 671 v celoti in 30 delno izpolnjenih. Ker nekateri respondenti niso odgovorili na vsa vprašanja, se število veljavnih odgovorov (n) med posameznimi spremenljivkami razlikuje. Pri posameznih analizah je navedeno v naslovih tabel in slik, celoten pregled pa je dostopen v prilogi (glej Prilogo 2: Sumarnik).

Obdelava podatkov temelji na metodah opisne (deskriptivne) statistike, katerih namen je prikaz osnovnih značilnosti proučevanega vzorca. Rezultati so predstavljeni z uporabo absolutnih frekvenc, odstotkov ter ustreznih tabelaričnih in grafičnih prikazov.

## **2.6 Omejitve raziskave**

Kvantitativni del raziskave temelji na samoocenah respondentov, zato zbrani podatki odražajo njihove subjektivne izkušnje in zaznave. Pri interpretaciji rezultatov je treba upoštevati možnost pristranskosti, značilnih za anketne raziskave, zlasti socialno zaželenega odgovarjanja in nenatančnega priklica informacij. Na odgovore lahko vpliva tudi različno razumevanje posameznih vprašanj.

Uporabljeni vprašalnik je sestavljen pretežno iz vprašanj zaprtega tipa, kar omogoča sistematično zbiranje in primerljivost podatkov med posamezniki ter različnimi raziskovalnimi obdobji. Hkrati takšna zasnova omejuje možnost podrobnejšega vpogleda v individualne izkušnje in okoliščine, ki lahko vplivajo na poročanje o medijskih navadah ter medijski in digitalni pismenosti.

Pomembno omejitev predstavlja tudi način vzorčenja. Ker vzorec ni bil oblikovan na podlagi verjetnostnega vzorčenja, ugotovitev ni mogoče neposredno posploševati na celotno populacijo prebivalcev Slovenije, starih 65 let ali več. Na rezultate lahko vpliva še način pridobivanja

respondentov, saj je bil del sodelujočih dosežen prek društev in drugih organiziranih okolij. Družbeno aktivnejši posamezniki pa so zato lahko v vzorcu zastopani v večji meri.

### 3 PREDSTAVITEV PODATKOV

Pri analizi smo iz podatkovne baze najprej odstranili vse neustrezne/negativne vrednosti. Dodatno smo izločili tudi posamične odgovore, ki so bili očitno pomanjkljivi, neustrezni, napačni oziroma pri katerih ni bilo moč razbrati namere/sporočila respondenta. Npr. odgovore 1965, 20, 1962, 1711, 1968, 1056, 1965, 1962, 1962, 1962, 1964, 1965, 1962, 1962, 1962, 1963, 1966, 1963, 1963, 2010, 1058, 1962 pri vprašanju o letnici rojstva.

Podatek o številu upoštevanih odgovorov (n) je naveden v naslovu posamezne slike oziroma tabele.

#### 3.1 Sociodemografske značilnosti vzorca

##### 3.1.1 Letnica rojstva

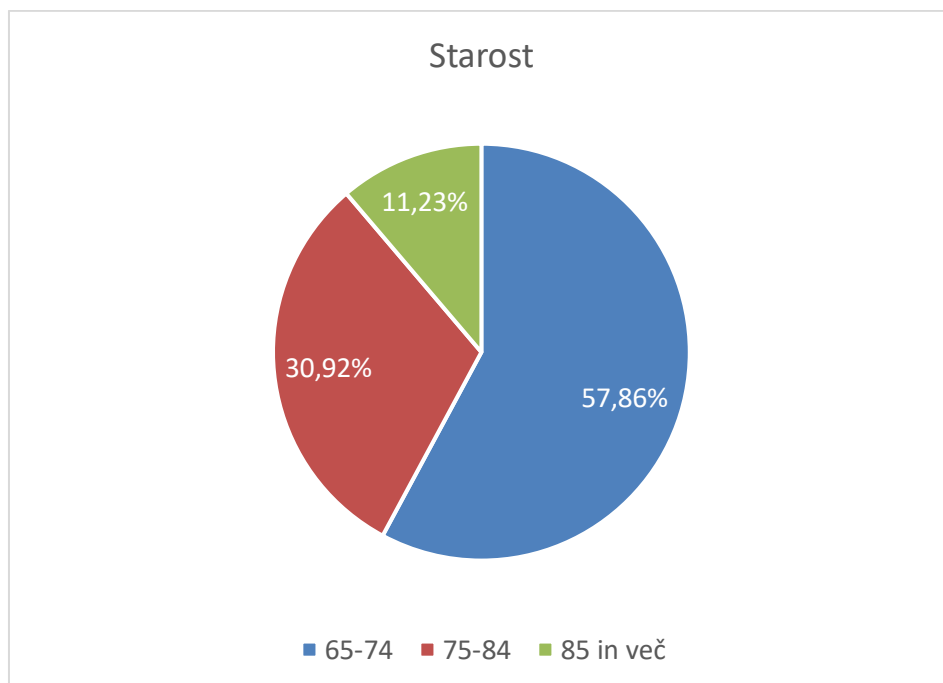
Največ ali 57,86 % respondentov je starih 65 do 74 let. 30,92 % jih je rojenih med leti 1942 in 1951. Najstarejših starejših je 11,23 %. Povprečna letnica rojstva je 1952 (1951,48).

*Tabela 1 Letnica rojstva respondentov*

| Starostna skupina | Letnica rojstva | Kategorija           | Frekvenca (n) | Delež (%) |
|-------------------|-----------------|----------------------|---------------|-----------|
| 65–74             | 1952–1961       | mlajši starejši      | 335           | 57,86 %   |
| 75–84             | 1942–1951       | starejši starejši    | 179           | 30,92 %   |
| 85 in več         | 1941 ali prej   | najstarejši starejši | 65            | 11,23 %   |

Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

*Slika 1 Starost respondentov (n=579)*

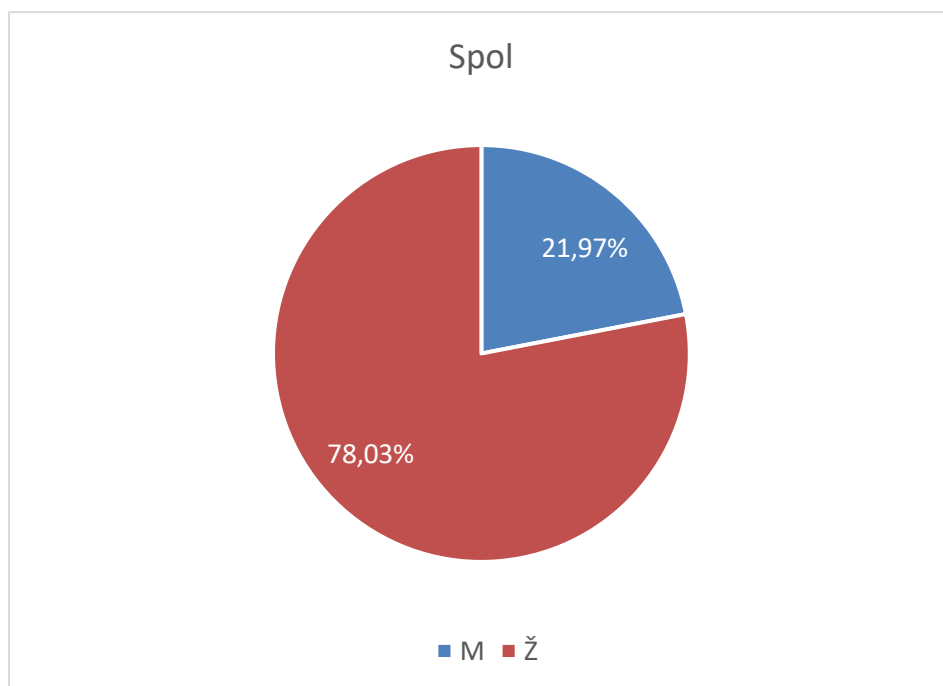


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### **3.1.2 Spol**

78,03 % respondentov je žensk, 21,97 % pa moških.

*Slika 2 Spol respondentov (n=692)*

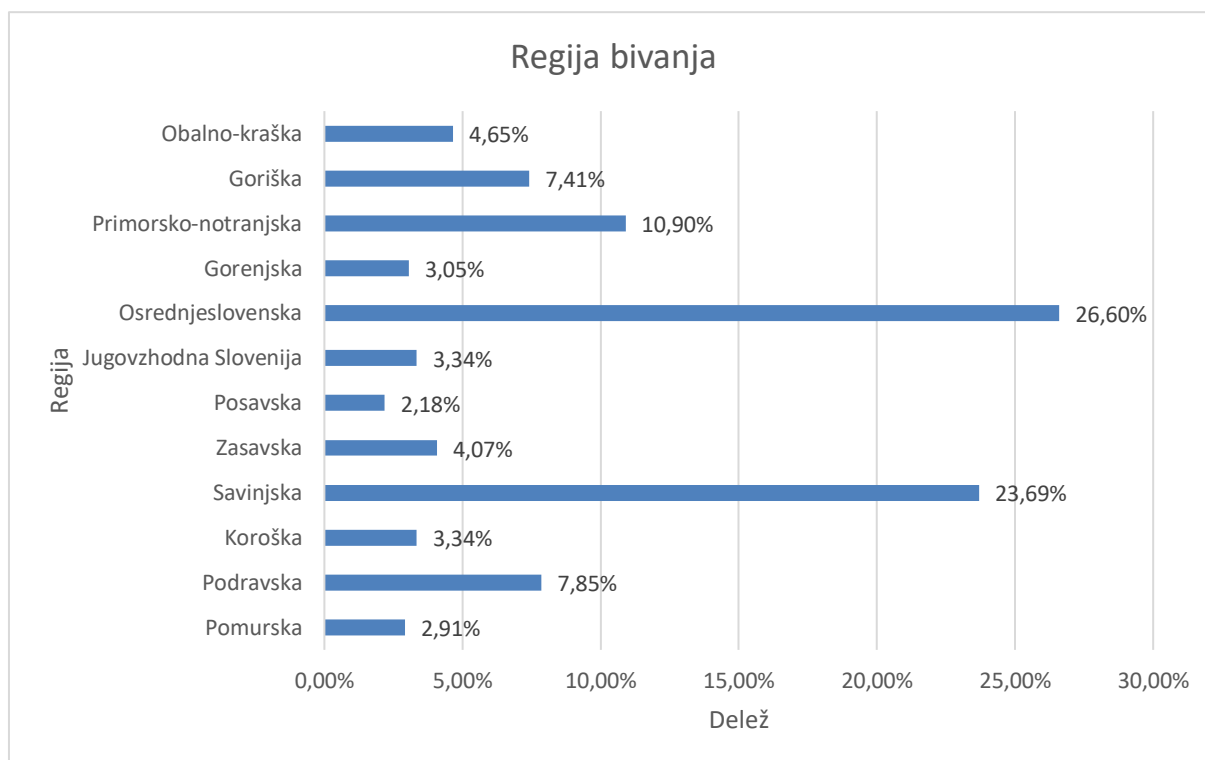


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### **3.1.3 Regija bivanja**

V raziskavo so bili vključeni respondenti iz vseh dvanajstih statističnih regij Slovenije. Največ jih prihaja iz Osrednjeslovenske (26,60 %) in Savinjske regije (23,69 %), sledijo Primorsko-notranjska (10,90 %), Podravska (7,85 %) in Goriška regija (7,41 %). V vseh preostalih statističnih regijah delež sodelujočih ne presega petih odstotkov.

*Slika 3 Regija bivanja respondentov (n=688)*

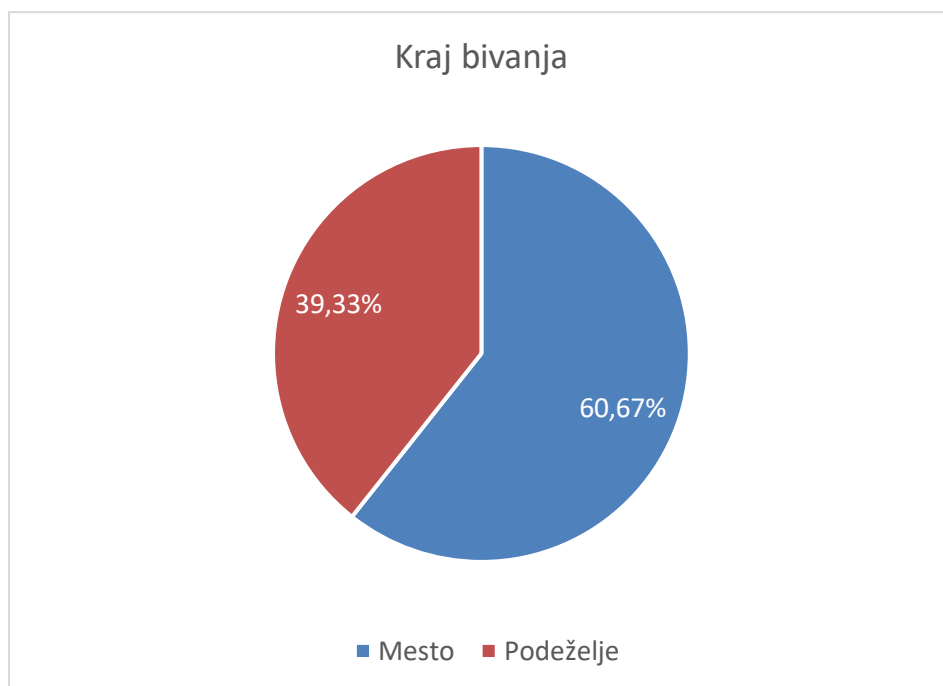


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### **3.1.4 Kraj bivanja**

Na podeželju živi 39,33 % respondentov, medtem ko jih 60,67 % živi v mestih.

*Slika 4 Kraj bivanja respondentov (n=684)*

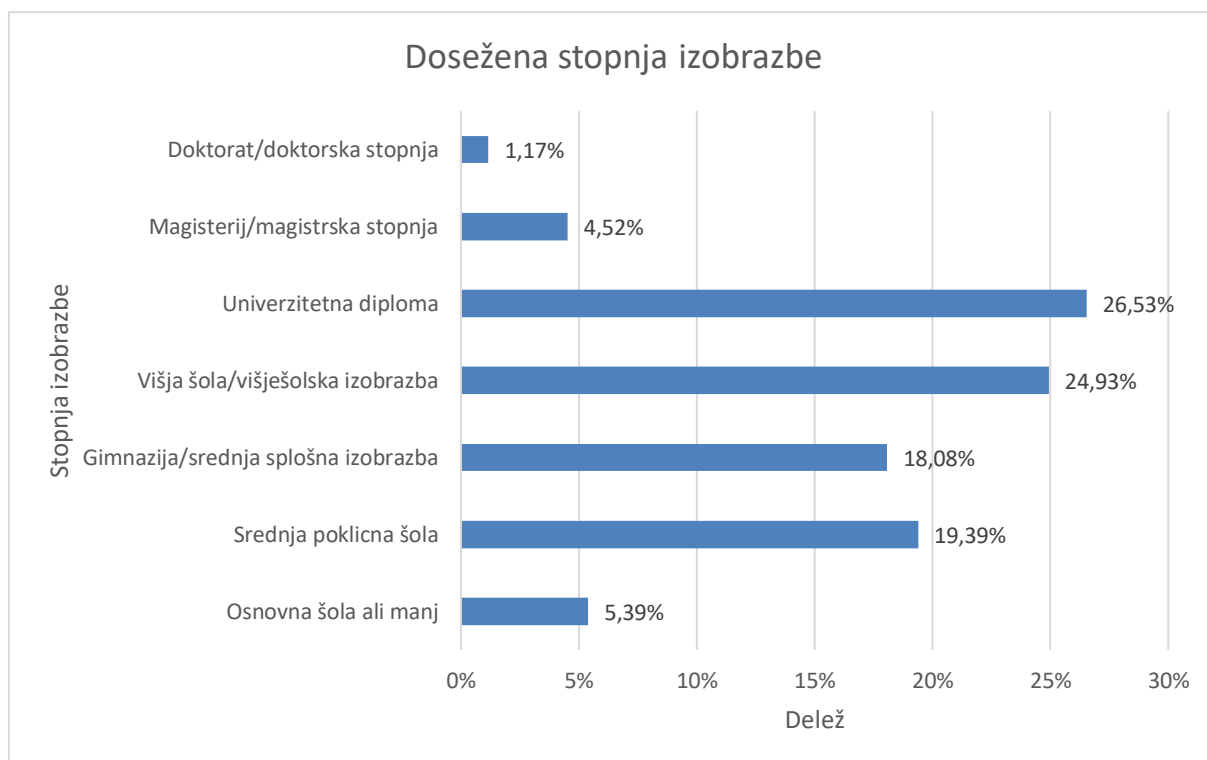


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### ***3.1.5 Dosežena stopnja izobrazbe***

Izobrazbena struktura respondentov kaže, da največji delež predstavljajo osebe z univerzitetno izobrazbo (26,53 %), sledijo respondenti z višješolsko izobrazbo (24,93 %). Druge izobrazbene ravni so zastopane v nižjih deležih, kar nakazuje razmeroma visoko izobrazbeno strukturo proučevanega vzorca.

*Slika 5 Dosežena stopnja izobrazbe respondentov (n=686)*

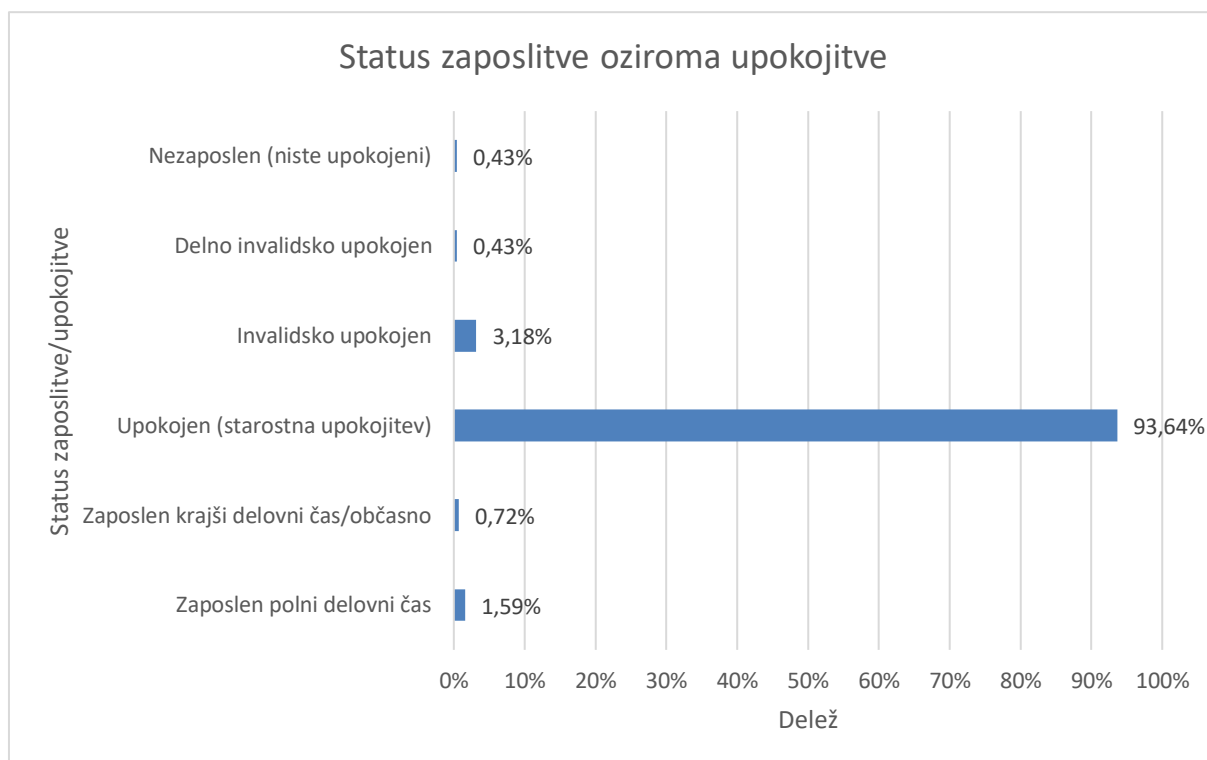


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### ***3.1.6 Status zaposlitve oziroma upokojitve***

Večina oziroma 93,64 % respondentov je starostno upokojenih.

Slika 6 Status zaposlitve oziroma upokojitve respondentov (n=692)

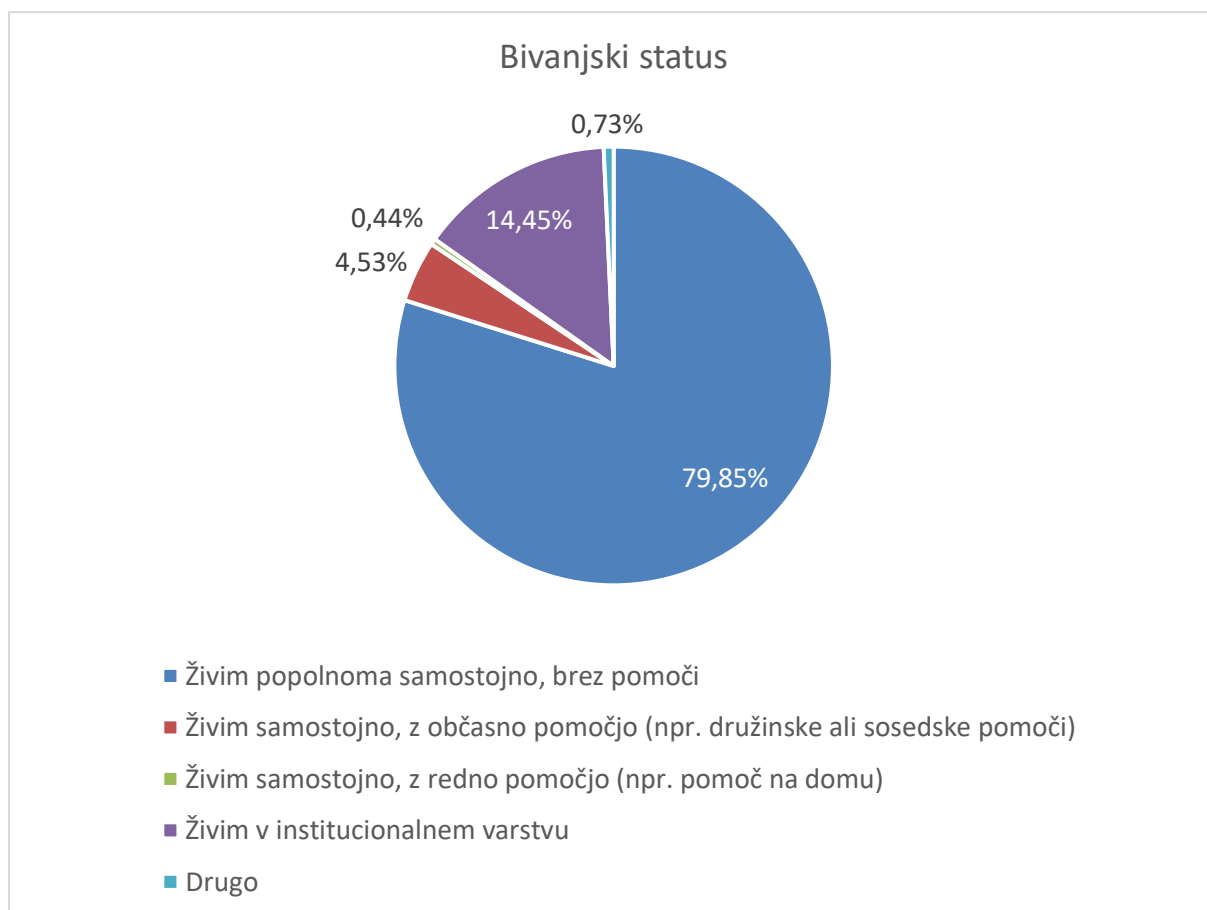


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### 3.1.7 Bivalni status

Podatki o bivalnem statusu kažejo, da 79,85 % oziroma velika večina respondentov biva popolnoma samostojno in brez pomoči. V institucionalnem varstvu je nastanjenih 14,45 % respondentov, medtem ko jih 4,53 % ohranja samostojnost ob občasni pomoči družinskih članov, sosedov ali drugih oseb. Redno pomoč, na primer pomoč na domu, prejema 0,44 % respondentov, 0,73 % pa jih je izbralo možnost *Drugo* ter zapisalo: *z možem, v družini, s pomočjo soproge in s fantom*.

*Slika 7 Bivanjski status respondentov (n=685)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

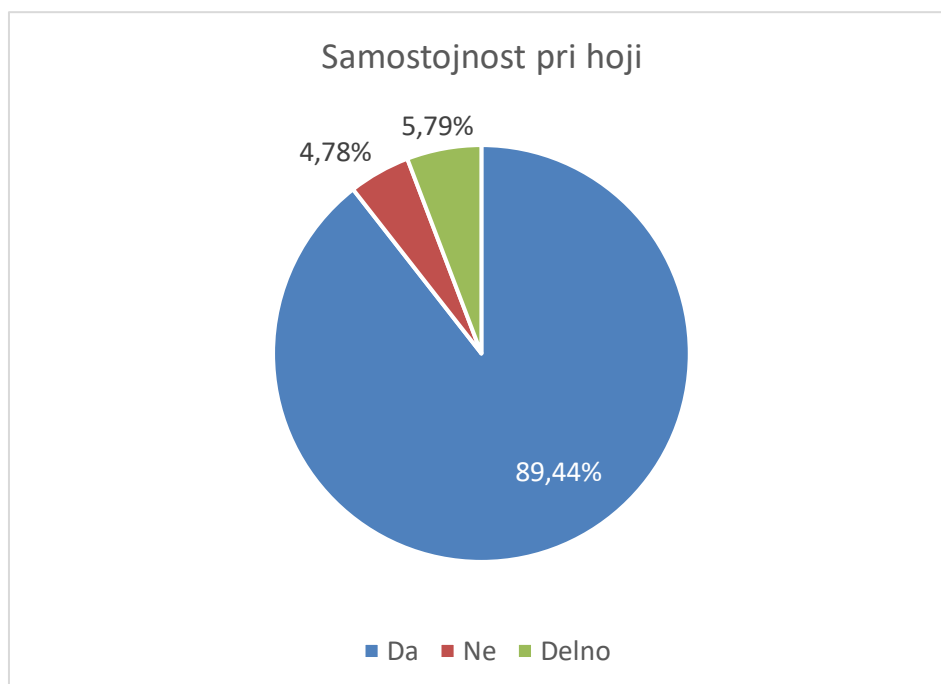
### **3.1.8 Število oseb v gospodinjstvu**

Povprečno število oseb v gospodinjstvu je 2 (1,92).

### **3.1.9 Samostojnost pri hoji**

89,44 % oziroma večina respondentov navaja, da so samostojni pri hoji, 4,78 %, da niso, medtem ko jih delno pomoč potrebuje 5,79 %.

*Slika 8 Samostojnost respondentov pri hoji (n=691)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### **3.2 Družbena vključenost in interesne dejavnosti**

Respondente smo vprašali, ali so člani vsaj enega društva, ali so včlanjeni v društvo upokojencev ter ali se ukvarjajo z interesnimi dejavnostmi. Tiste, ki so odgovorili pritrdilno smo prosili tudi, da navedejo, s katerimi.

#### **3.2.1 Članstvo v društvih**

81,94 % respondentov navaja, da so vključeni v vsaj eno društvo.

*Slika 9 Vključenost respondentov v vsaj eno društvo (n=659)*

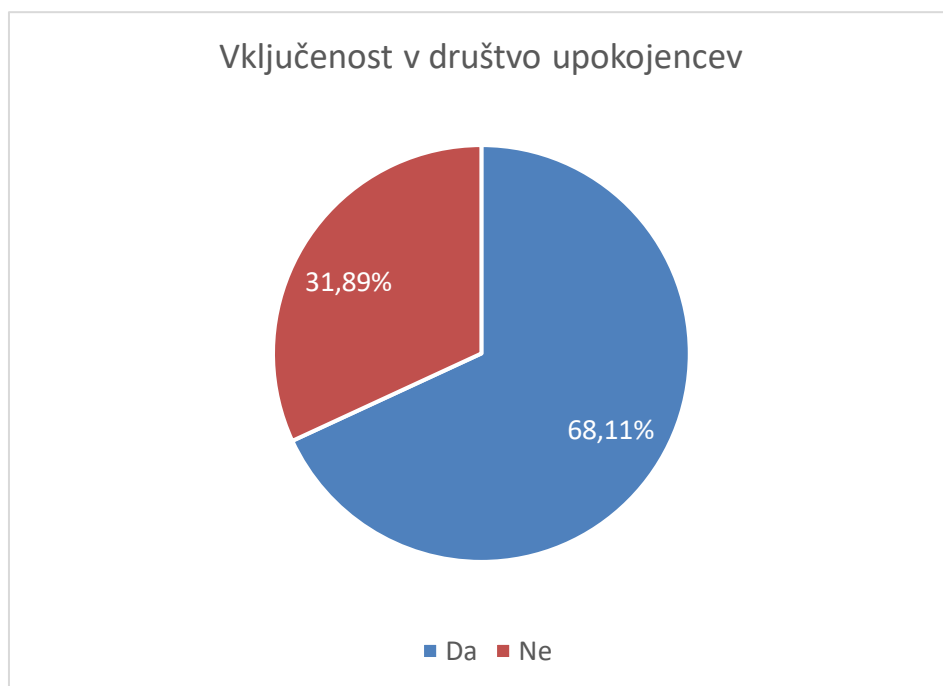


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### ***3.2.2 Članstvo v društvu upokojencev***

68,11 % respondentov navaja, da so vključeni v društvo upokojencev.

*Slika 10 Vključenost respondentov v društvo upokojencev (n=530)*

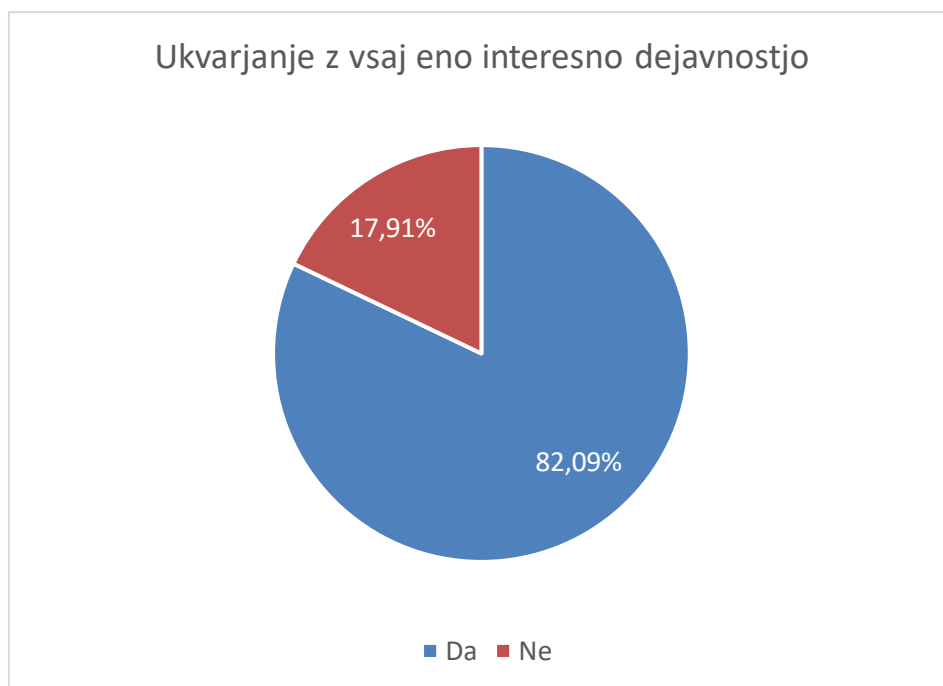


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### **3.2.3 Interesne dejavnosti**

Večina oziroma 82,09 % respondentov je odgovorilo, da se ukvarja z vsaj eno interesno dejavnostjo.

*Slika 11 Ukvarjanje respondentov z vsaj eno interesno dejavnostjo (n=659)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### **3.2.4 Vrste interesnih dejavnosti**

Respondenti, ki so odgovorili, da se ukvarjajo z vsaj eno interesno dejavnostjo, so dobili dodatno vprašanje o vrstah svojih interesnih dejavnosti. Pri podajanju odgovorov so za posamezno dejavnost lahko odgovorili z *Da* ali *Ne* oziroma odgovor pustili prazen. Pri analizi smo kot pritrđen odgovor upoštevali le odgovor *Da*, medtem ko smo med nikalne odgovore uvrstili tako odgovor *Ne* kot tudi prazne odgovore. Takšen pristop temelji na pregledu izpolnjenih vprašalnikov, iz katerega je bilo razvidno, da so vprašani praviloma označili le tiste dejavnosti, s katerimi se dejansko ukvarjajo, neizbrane možnosti pa pustili prazne.

*Tabela 2 Vrste interesnih dejavnosti respondentov (n=701)*

| <b>Vrsta dejavnosti</b>                                                                                                           | <b>Frekvenca<br/>odgovora (n) Da</b> | <b>Delež v<br/>odstotkih<br/>odgovora (n) Da</b> | <b>Frekvenca<br/>odgovora (n) Ne</b> | <b>Delež v<br/>odstotkih<br/>odgovora (n) Ne</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Kreativne in kulturne dejavnosti (likovna dejavnost, glasba, ples, ročna dela, literarne dejavnosti itd.)                         | 328                                  | 46,79%                                           | 373                                  | 53,21%                                           |
| Fizične in športne dejavnosti (telovadba/fitnes, hoja, pohodništvo, plavanje, športne igre, joga ali tai-chi itd.)                | 428                                  | 61,06%                                           | 273                                  | 38,94%                                           |
| Družabne in socialne dejavnosti (druženje v klubih ali društvih, družabne igre, šah, kartanje, organizirani izleti ali potovanja, | 358                                  | 51,07%                                           | 343                                  | 48,93%                                           |

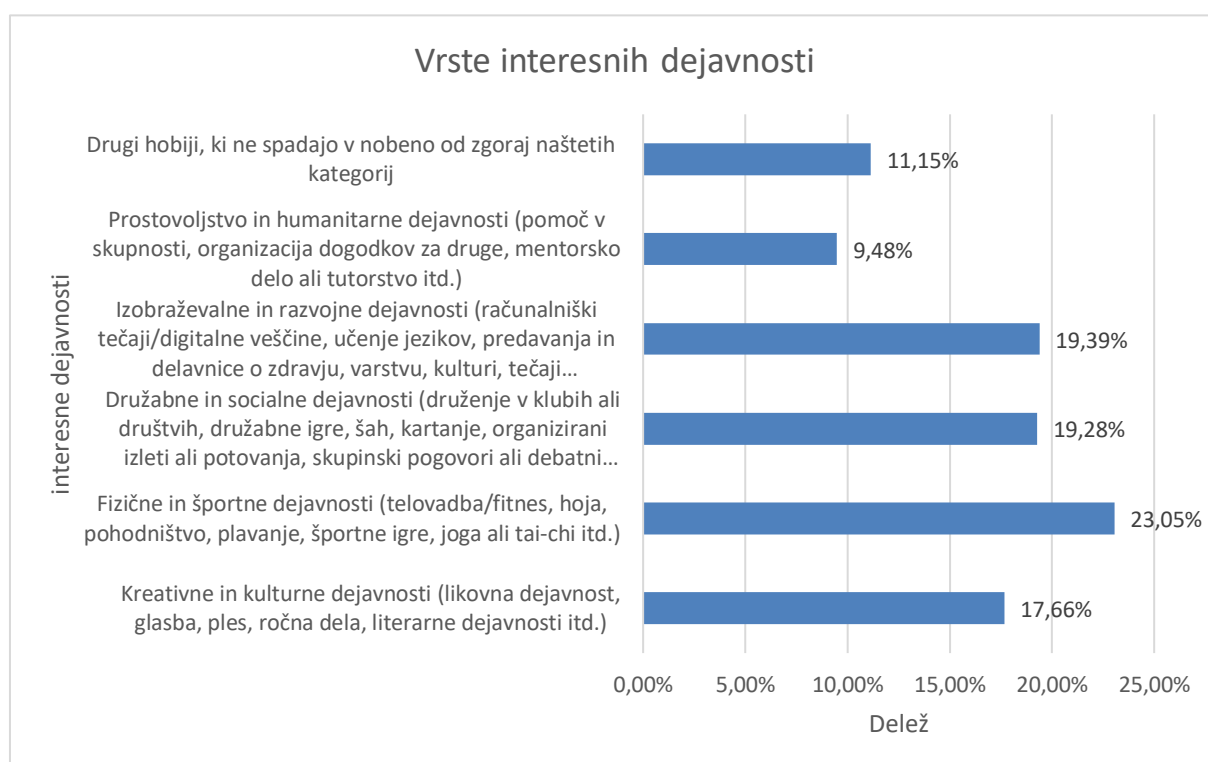
|                                                                                                                                                                                               |     |        |     |        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------|-----|--------|
| skupinski pogovori ali debatni krožki itd.)                                                                                                                                                   |     |        |     |        |
| Izobraževalne in razvojne dejavnosti (računalniški tečaji/digitalne veščine, učenje jezikov, predavanja in delavnice o zdravju, varstvu, kulturi, tečaji samopomoči ali prostovoljstva itd.). | 360 | 51,36% | 341 | 48,64% |
| Prostovoljstvo in humanitarne dejavnosti (pomoč v skupnosti, organizacija dogodkov za druge, mentorsko delo ali tutorstvo itd.)                                                               | 176 | 25,11% | 525 | 74,89% |
| Drugi hobiji, ki ne spadajo v                                                                                                                                                                 | 207 | 29,53% | 494 | 70,47% |

|                                       |  |  |  |  |
|---------------------------------------|--|--|--|--|
| nobeno od zgoraj<br>našteti kategorij |  |  |  |  |
|---------------------------------------|--|--|--|--|

Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Med interesnimi dejavnostmi prevladujejo fizične in športne dejavnosti (23,05 %). Po pogostosti jim sledijo izobraževalne in razvojne (19,39 %), družabne in socialne (19,28 %) ter kreativne in kulturne dejavnosti (17,66 %). Delež respondentov, ki se ukvarjajo z drugimi hobiji, znaša 11,15 %, medtem ko je najmanj zastopano prostovoljstvo in humanitarno udejstvovanje (9,48 %).

*Slika 12 Vrste interesnih dejavnosti respondentov (n=659–459, možnih je bilo več odgovorov)*



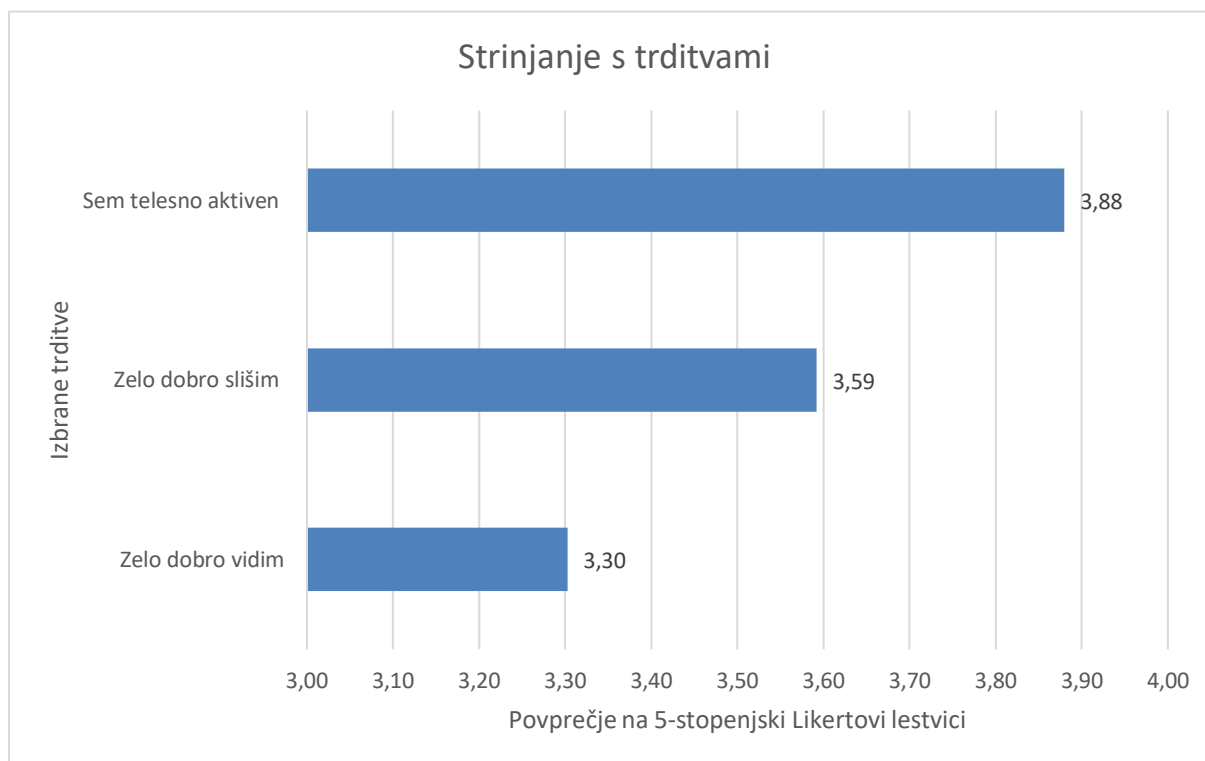
Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### 3.3. Samoocena vida, sluha in telesne aktivnosti

Na 5-stopenjski lestvici, pri kateri je 1 pomenila *sploh se ne strinjam*, 5 pa *popolnoma se*

*strinjam*, so respondenti najvišje ocenili trditev *Sem telesno aktiven* ( $M = 3,88$ ). Sledili sta trditvi *Zelo dobro slišim* ( $M = 3,59$ ) in *Zelo dobro vidim* ( $M = 3,30$ ).

*Slika 13 Samoocena respondentov glede vida, sluha in telesne aktivnosti (n=641; 642; 639)*

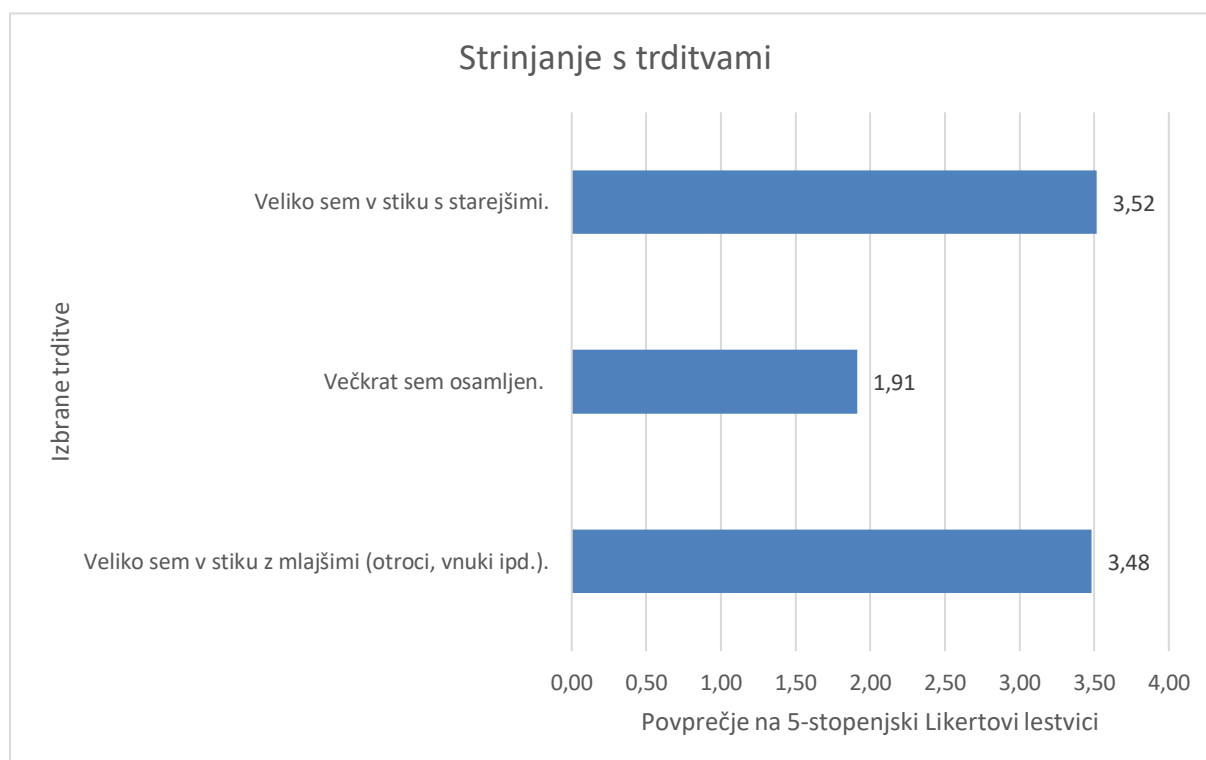


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### 3.4 Samoocena socialnih stikov in občutka osamljenosti

Respondenti so posamezne trditve ocenjevali na 5-stopenjski lestvici, pri kateri je 1 pomenila *sploh se ne strinjam*, 5 pa *popolnoma se strinjam*. Najvišjo povprečno oceno je dosegla trditev *Veliko sem v stiku s starejšimi* ( $M = 3,52$ ), sledila je trditev *Veliko sem v stiku z mlajšimi (otroci, vnuki ipd.)* ( $M = 3,48$ ). Najnižjo povprečno oceno je dosegla trditev *Večkrat sem osamljen* ( $M = 1,91$ ), kar kaže, da se vprašani s to trditvijo v povprečju večinoma ne strinjajo.

*Slika 14 Samoocena respondentov glede socialnih stikov in občutka osamljenosti (n=638; 642; 649)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### 3.5 Samoocena vpliva finančnega položaja na kakovost življenja

Pri trditvi *Če bi imel več denarja, bi bilo moje življenje boljše* so respondenti v povprečju odgovorov na 5-stopenjski lestvici dosegli vrednost 2,82, pri čemer 1 pomeni *Sploh se NE strinjam* in 5 *Popolnoma SE strinjam* (n=640).

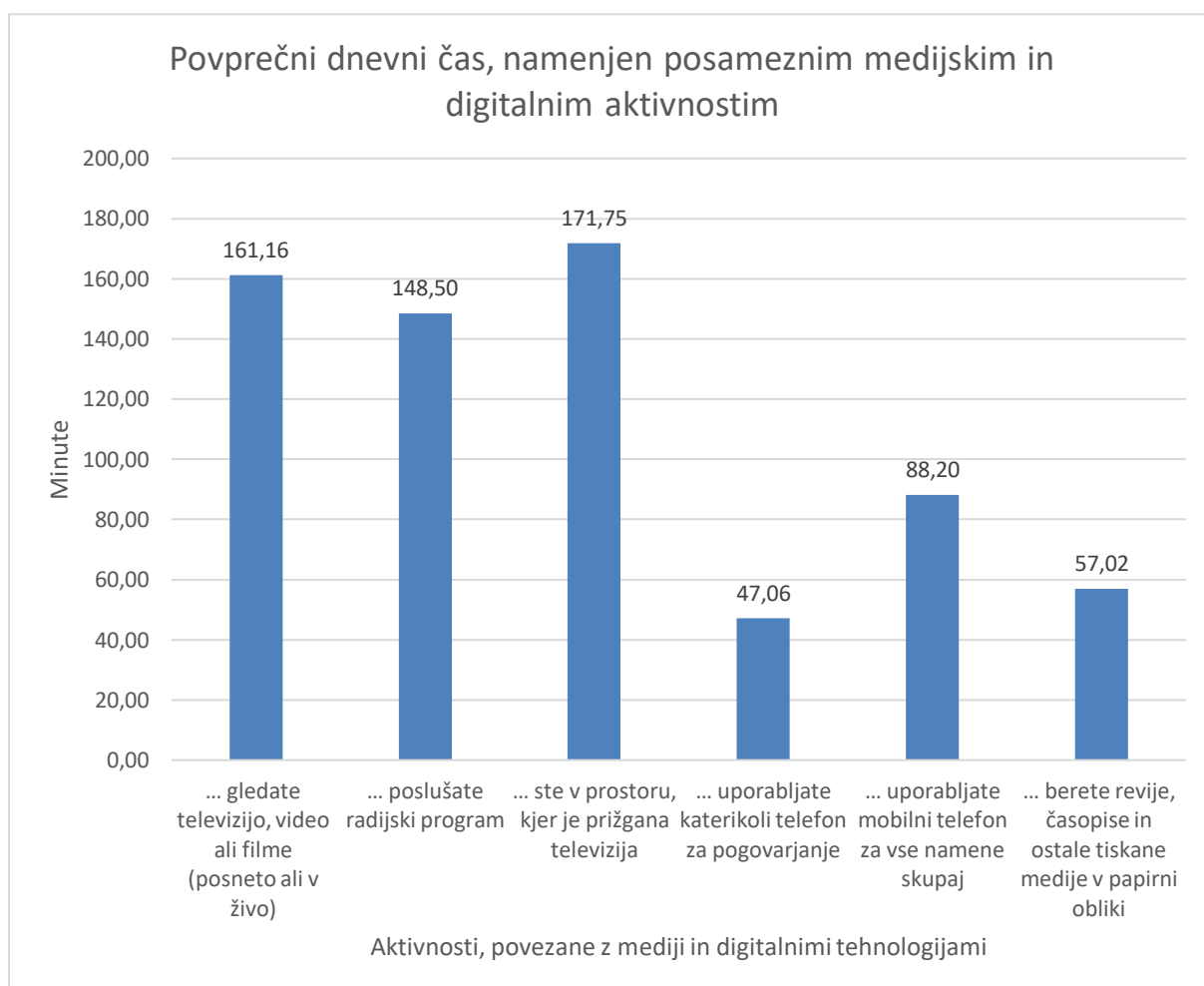
### 3.6 Medijske navade

#### 3.6.1 Izpostavljenost medijem

Iz primerjalnega prikaza je razvidno, da respondenti največ časa dnevno preživijo v prostoru, kjer je prižgana televizija (171,75 minute), ter ob gledanju televizije, videov in filmov (161,16

minute). Velik del dneva predstavlja poslušanje radijskega programa, ki v povprečju znaša 148,50 minute. Mobilni telefon za različne namene uporabljajo povprečno 88,20 minute dnevno, branju revij, časopisov in drugih tiskanih medijev pa posvetijo 57,02 minute. Najmanj časa v povprečju porabijo za pogovarjanje po telefonu (47,06 minute dnevno).

*Slika 15 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo posameznim medijskim in digitalnim aktivnostim (n=448–680)*

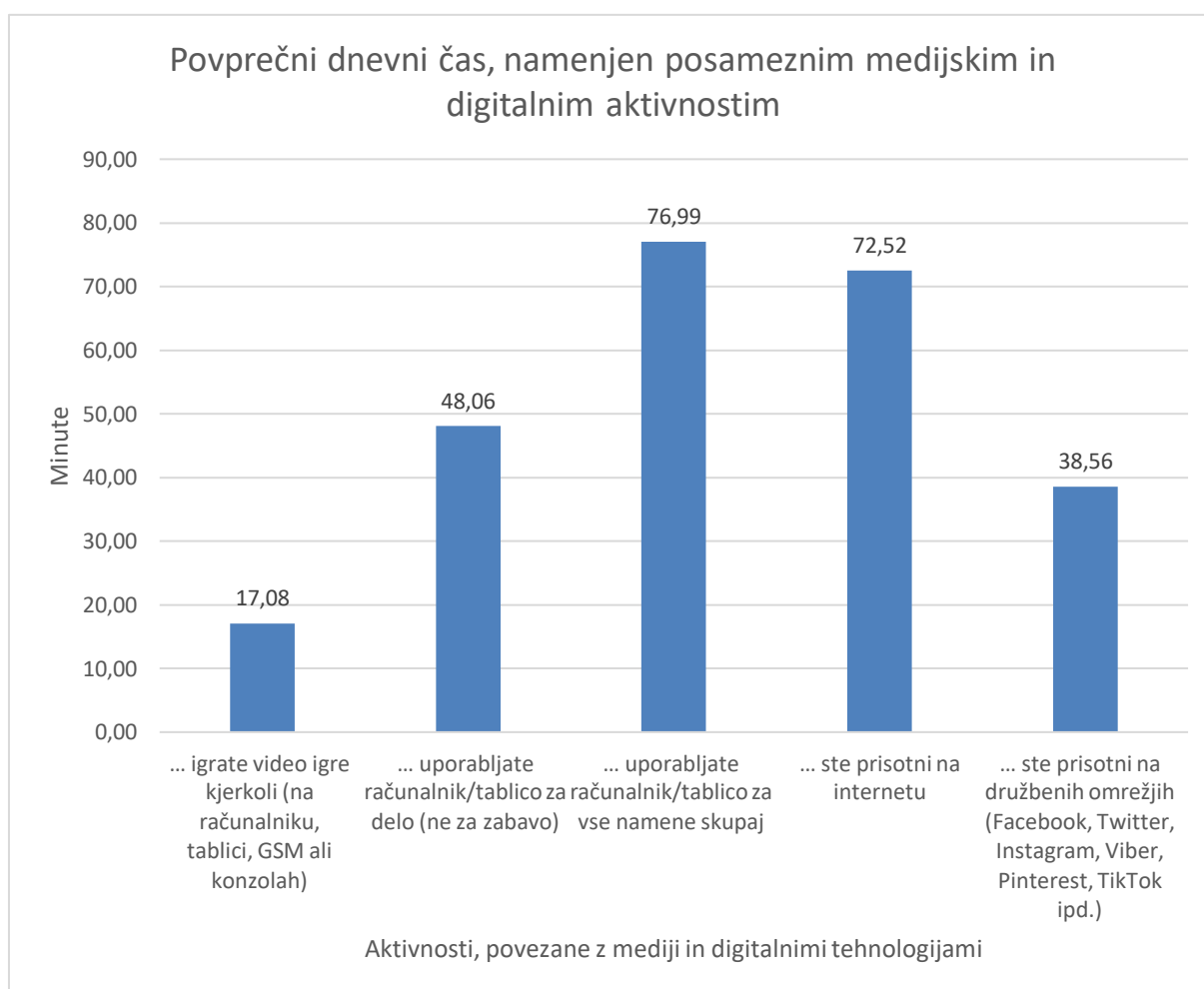


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Podatki kažejo, da respondenti najmanj časa namenijo igranju videoiger, in sicer v povprečju 17,08 minute dnevno. Družbena omrežja uporabljajo povprečno 38,56 minute na dan,

računalnik ali tablico za delo 48,06 minute, na internetu pa so prisotni 72,52 minute dnevno. Računalnik ali tablico za vse namene skupaj uporabljajo povprečno 76,99 minute na dan.

*Slika 16 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo posameznim medijskim in digitalnim aktivnostim (n=653–672)*

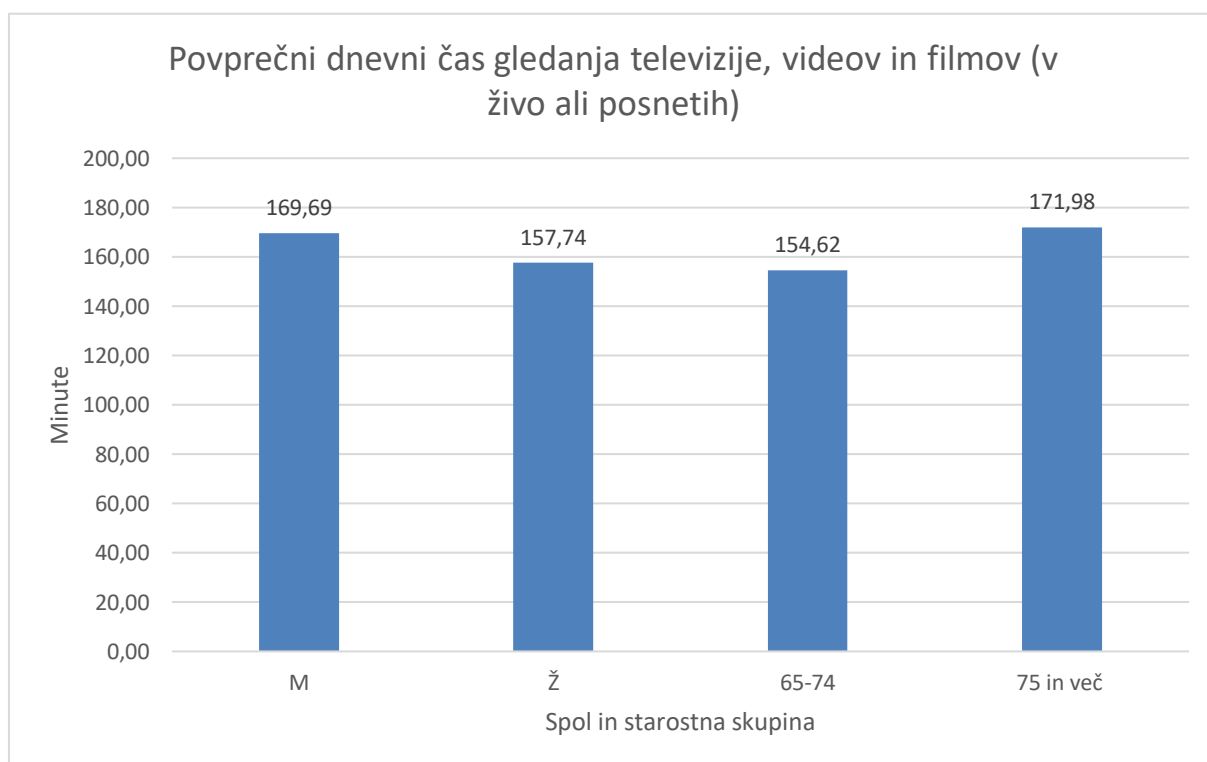


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### 3.6.2 Časovna izpostavljenost medijem glede na spol in starostno skupino

Primerjava povprečnega dnevnega časa gledanja televizije, videov in filmov glede na spol in starost kaže, da moški tej aktivnosti v povprečju namenijo več časa kot ženske (169,69 proti 157,74 minute dnevno). Podobno tudi respondenti, stari 75 let in več, televizijo, videe in filme spremljajo dlje kot mlajši starejši (171,98 proti 154,62 minute dnevno).

*Slika 17 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo gledanju televizije, videov in filmov (v živo ali posnetih) (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre).*

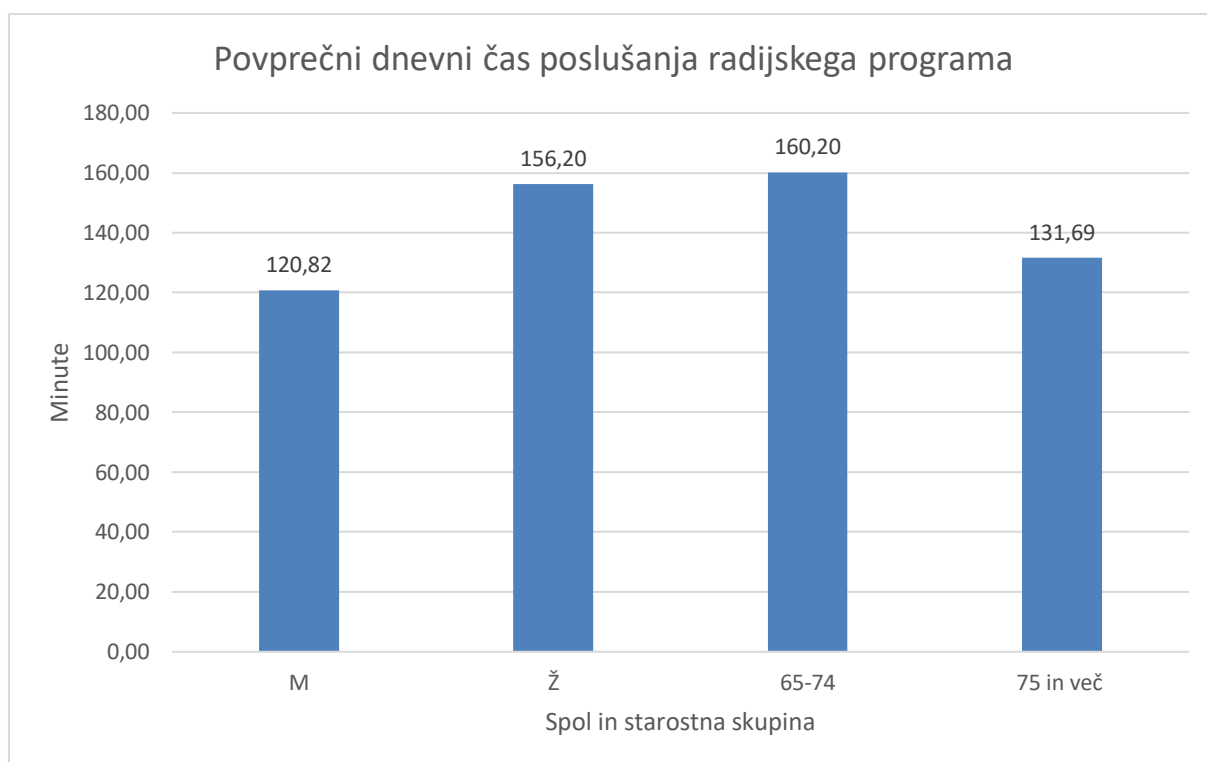


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Primerjava povprečnega dnevnega časa poslušanja radijskega programa glede na spol in starost kaže, da ženske radijski program v povprečju poslušajo dlje kot moški (156,20 proti 120,82 minute dnevno). Prav tako več časa poslušanju radia namenijo vprašani, stari od 65 do 74 let

(160,20 minute), medtem ko tisti, stari 75 let in več, radijski program poslušajo krajši čas (131,69 minute dnevno).

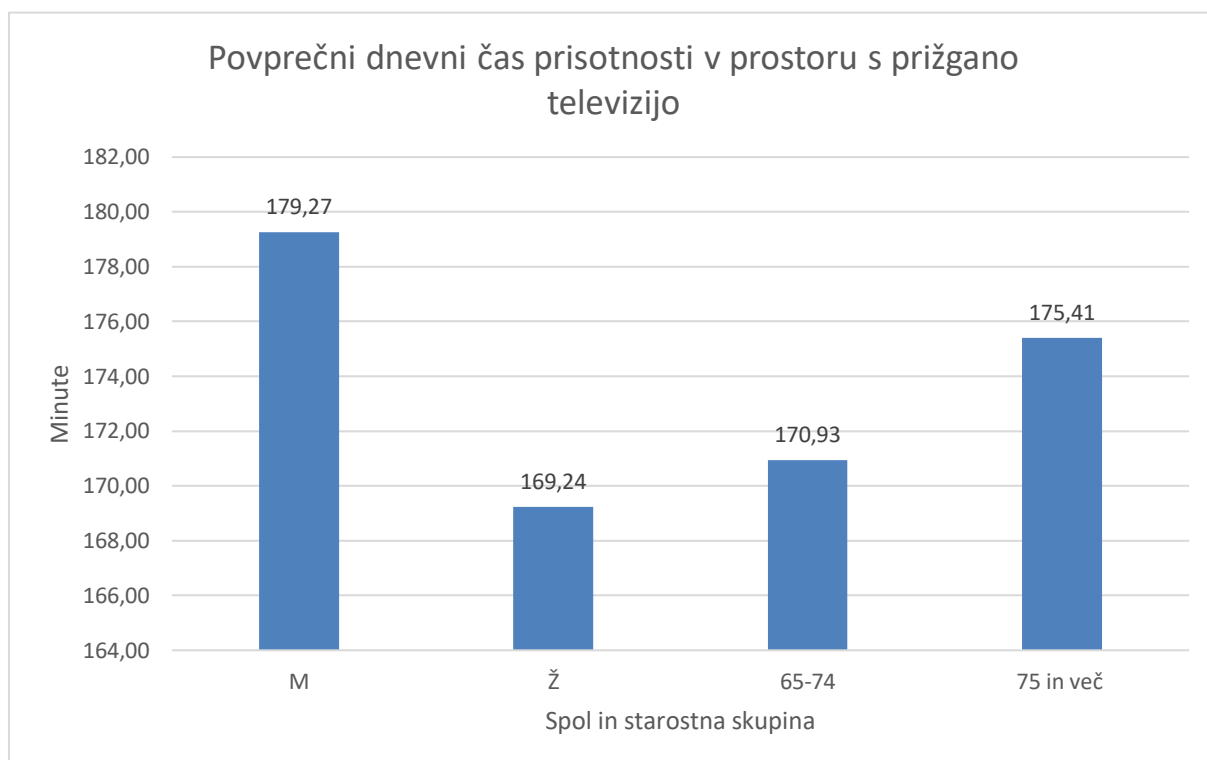
*Slika 18 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo poslušanju radijskega programa (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre).*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Primerjava povprečnega dnevnega časa prisotnosti v prostoru, kjer je prižgana televizija, glede na spol in starost kaže razmeroma majhne razlike med posameznimi skupinami. Moški v takšnem prostoru v povprečju preživijo nekoliko več časa kot ženske (179,27 proti 169,24 minute dnevno). Podobno se tudi respondenti, stari 75 let in več, v prostoru s prižgano televizijo zadržujejo nekoliko več časa kot mlajši starejši (175,41 proti 170,93 minute dnevno).

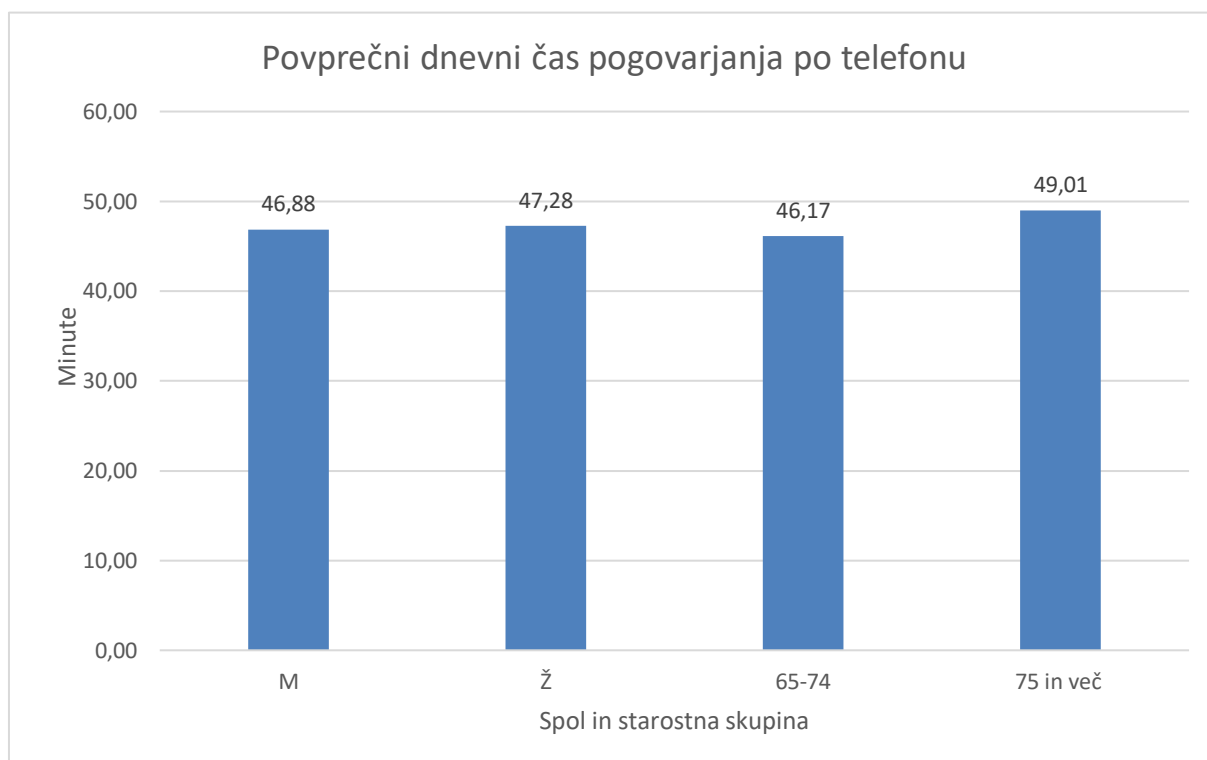
*Slika 19 Povprečni dnevni čas prisotnosti respondentov v prostoru s prižgano televizijo (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Primerjava povprečnega dnevnega časa pogovarjanja po telefonu glede na spol in starost kaže le manjše razlike med posameznimi skupinami. Ženske se po telefonu v povprečju pogovarjajo nekoliko dlje kot moški (47,28 proti 46,88 minute dnevno). Podobno tudi respondenti, stari 75 let in več, za pogovarjanje po telefonu namenijo nekoliko več časa kot mlajši starejši (49,01 proti 46,17 minute dnevno).

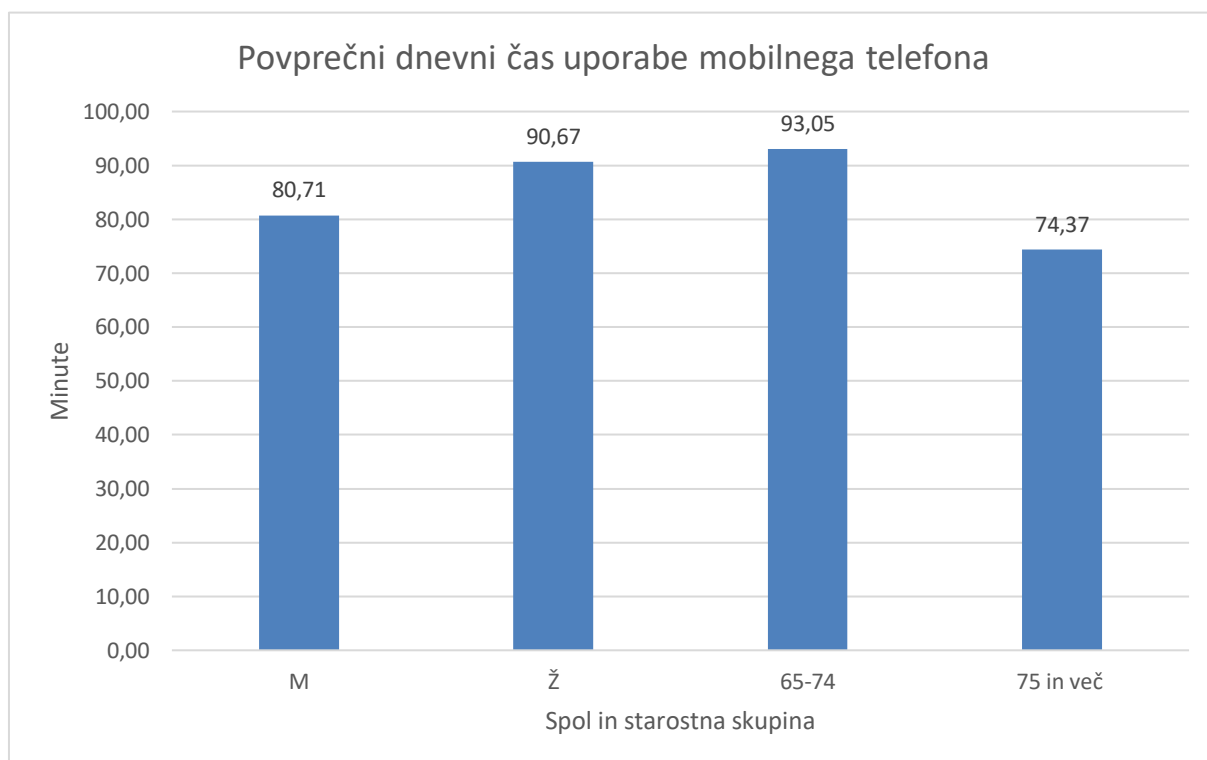
*Slika 20 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo pogovarjanju po telefonu (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Primerjava povprečnega dnevnega časa uporabe mobilnega telefona za vse namene skupaj glede na spol in starost kaže, da ženske mobilni telefon uporabljajo dlje kot moški (90,67 proti 80,71 minute dnevno). Več časa njegovi uporabi namenijo tudi respondenti, stari od 65 do 74 let (93,05 minute), medtem ko je pri tistih, starih 75 let in več, povprečni dnevni čas uporabe krajši (74,37 minute).

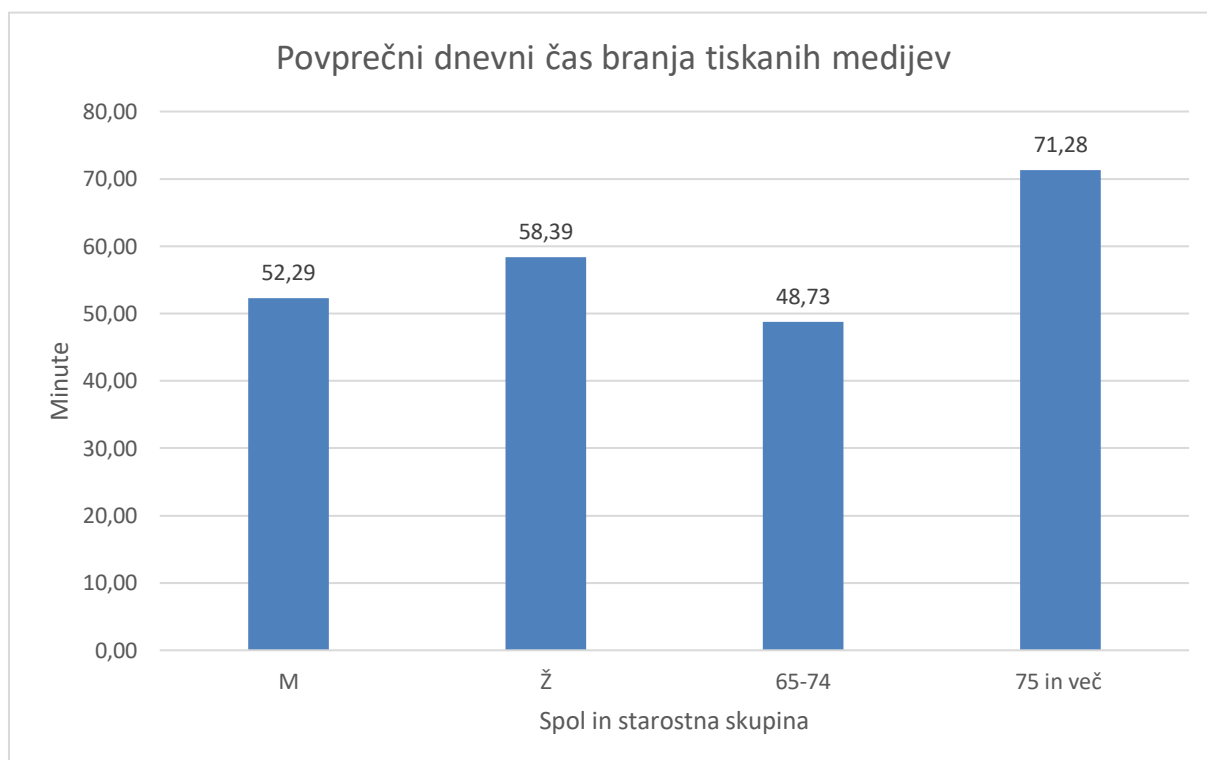
*Slika 21 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo uporabi mobilnega telefona (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Primerjava povprečnega dnevnega časa branja revij, časopisov in drugih tiskanih medijev v papirni obliki glede na spol in starost kaže, da ženske tej aktivnosti namenijo nekoliko več časa kot moški (58,39 proti 52,29 minute dnevno). Izrazitejša razlika je opazna med starostnima skupinama, saj respondenti, stari 75 let in več, tiskane medije berejo precej dlje kot mlajši starejši (71,28 proti 48,73 minute dnevno).

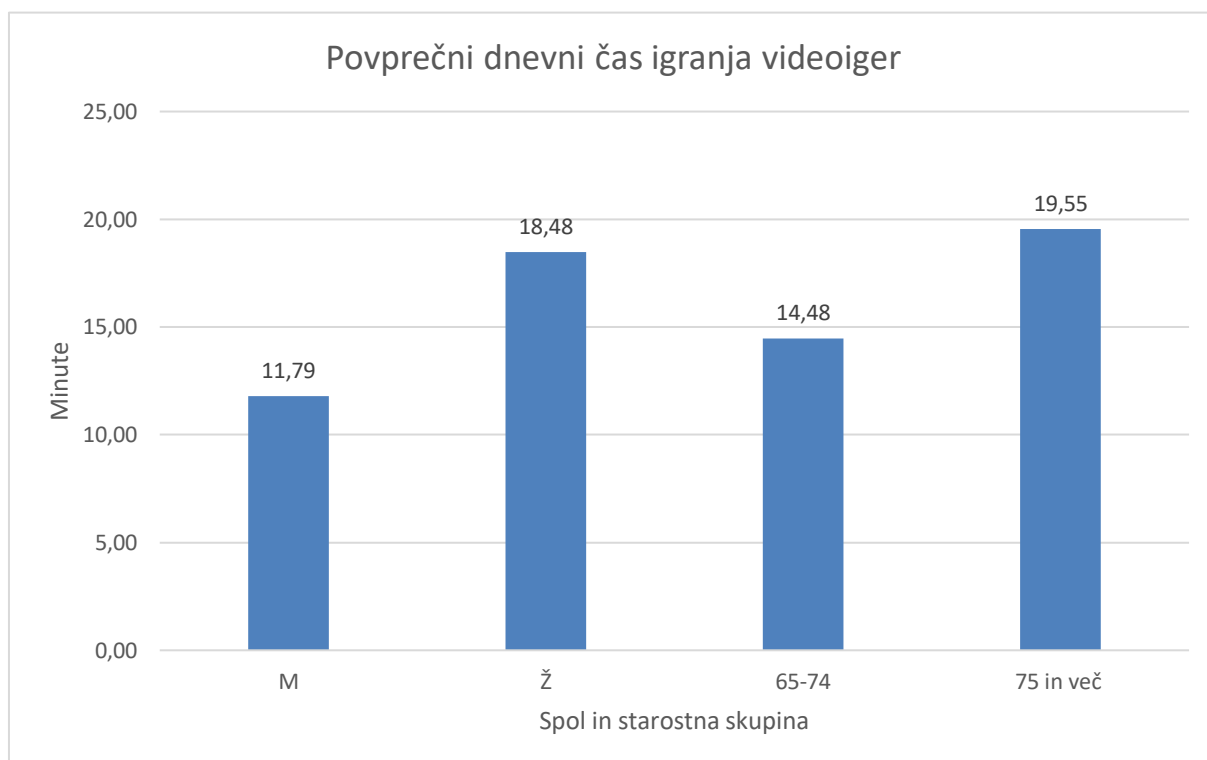
*Slika 22 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo branju tiskanih medijev (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Primerjava povprečnega dnevnega časa igranja videoiger glede na spol in starost kaže, da tej aktivnosti vse skupine namenijo razmeroma malo časa. Ženske v povprečju igrajo videoigre nekoliko dlje kot moški (18,48 proti 11,79 minute dnevno). Nekaj dlje se aktivnosti posvetijo tudi respondenti, stari 75 let in več (19,55 minute), v primerjavi z mlajšimi starejšimi (14,48 minute dnevno).

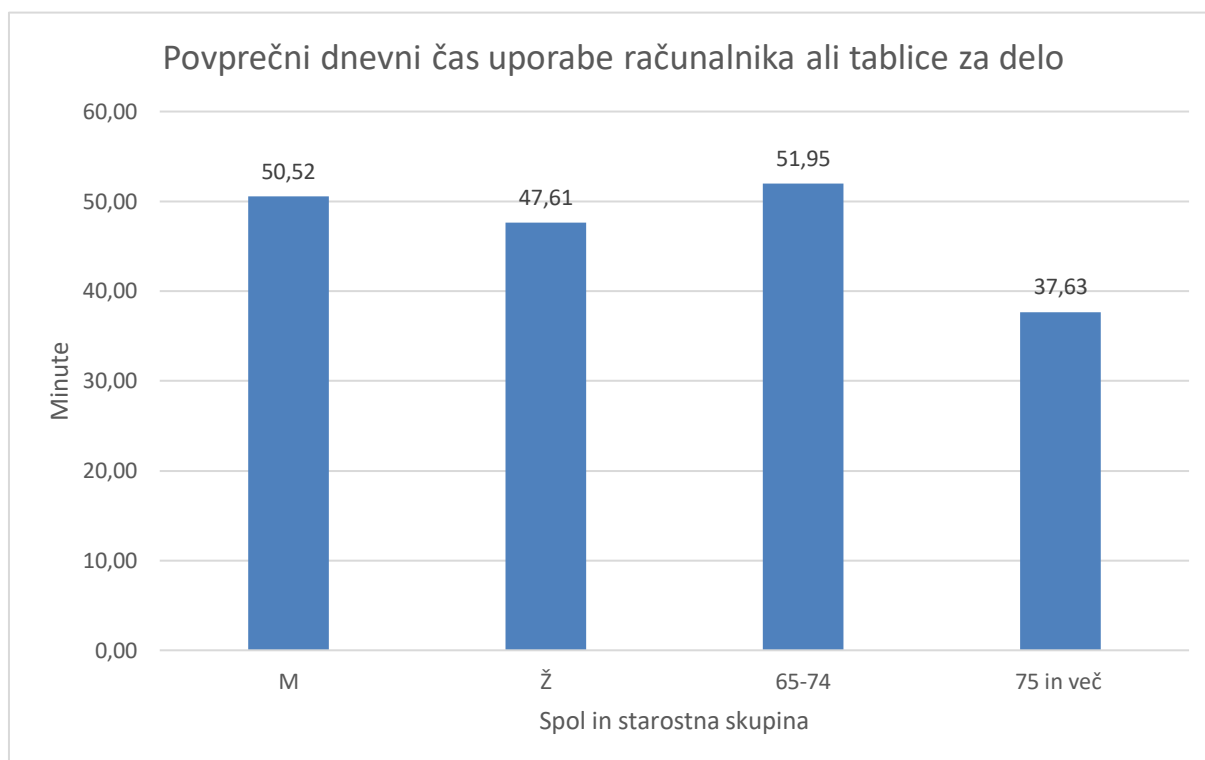
*Slika 23 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo igranju videoiger (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Primerjava povprečnega dnevnega časa uporabe računalnika ali tablice za delo glede na spol in starost kaže le manjše razlike med spoloma. Moški računalnik ali tablico za delo uporabljajo nekoliko dlje kot ženske (50,52 proti 47,61 minute dnevno). Izrazitejša razlika se kaže med starostnima skupinama, saj respondenti, stari od 65 do 74 let, tej aktivnosti v povprečju namenijo 51,95 minute dnevno, medtem ko pri vprašanih, starih 75 let in več, ta čas znaša 37,63 minute.

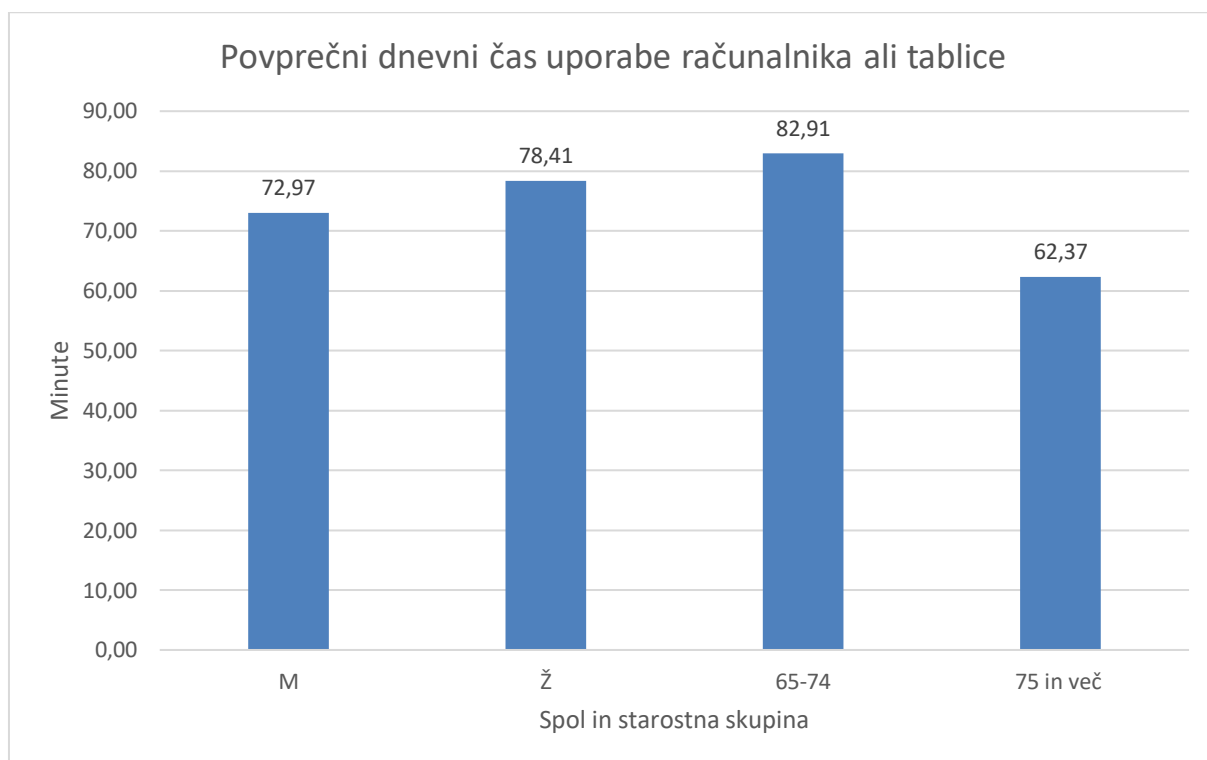
*Slika 24 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo uporabi računalnika ali tablice za delo (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Primerjava povprečnega dnevnega časa uporabe računalnika ali tablice za vse namene skupaj glede na spol in starost kaže, da ženske računalnik ali tablico v povprečju uporabljajo nekoliko dlje kot moški (78,41 proti 72,97 minute dnevno). Izrazitejša razlika je opazna med starostnima skupinama, saj je pri respondentih, starih od 65 do 74 let, povprečni dnevni čas uporabe daljši kot pri vprašanih, starih 75 let in več (82,91 proti 62,37 minute).

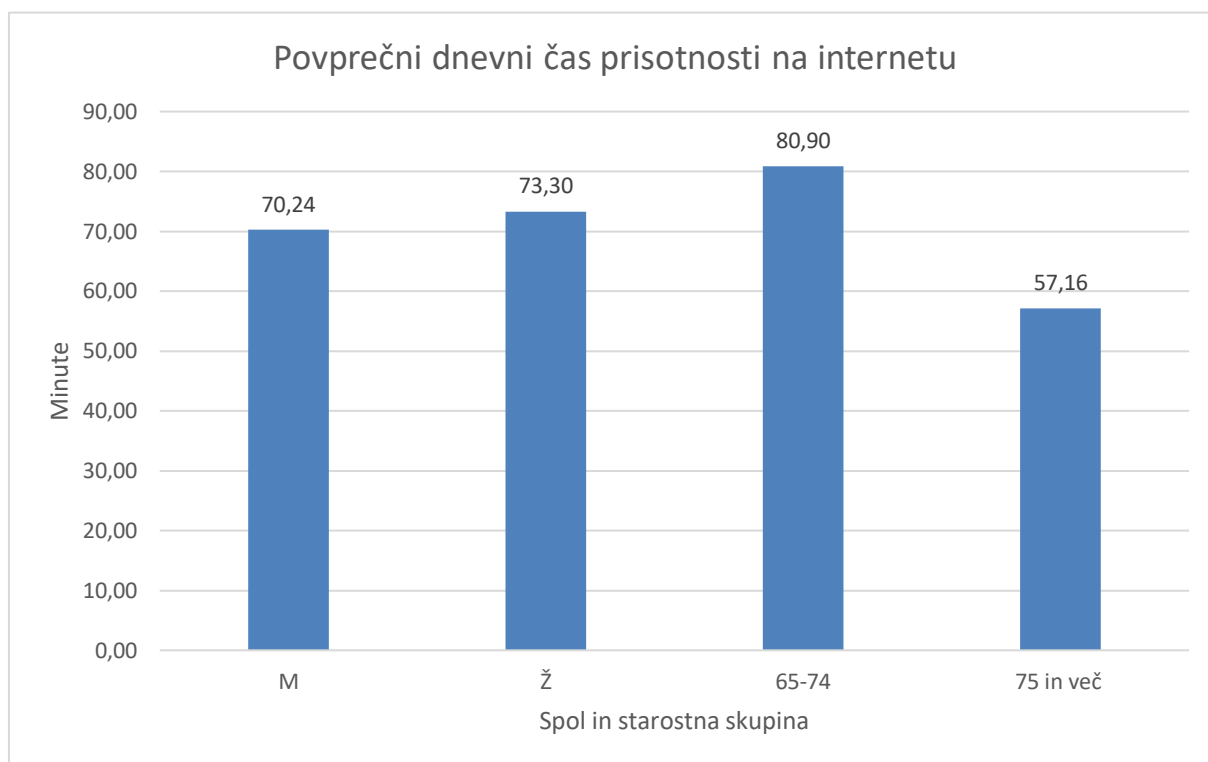
*Slika 25 Povprečni dnevni čas, ki ga respondenti namenijo uporabi računalnika ali tablice (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Po spolu so razlike v povprečnem dnevnem času prisotnosti na internetu majhne, saj ženske na internetu preživijo nekoliko več časa kot moški (73,30 proti 70,24 minute dnevno). Večje razlike se kažejo med starostnima skupinama. Respondenti, stari od 65 do 74 let, so na internetu v povprečju prisotni 80,90 minute dnevno, medtem ko pri tistih, starih 75 let in več, ta čas znaša 57,16 minute.

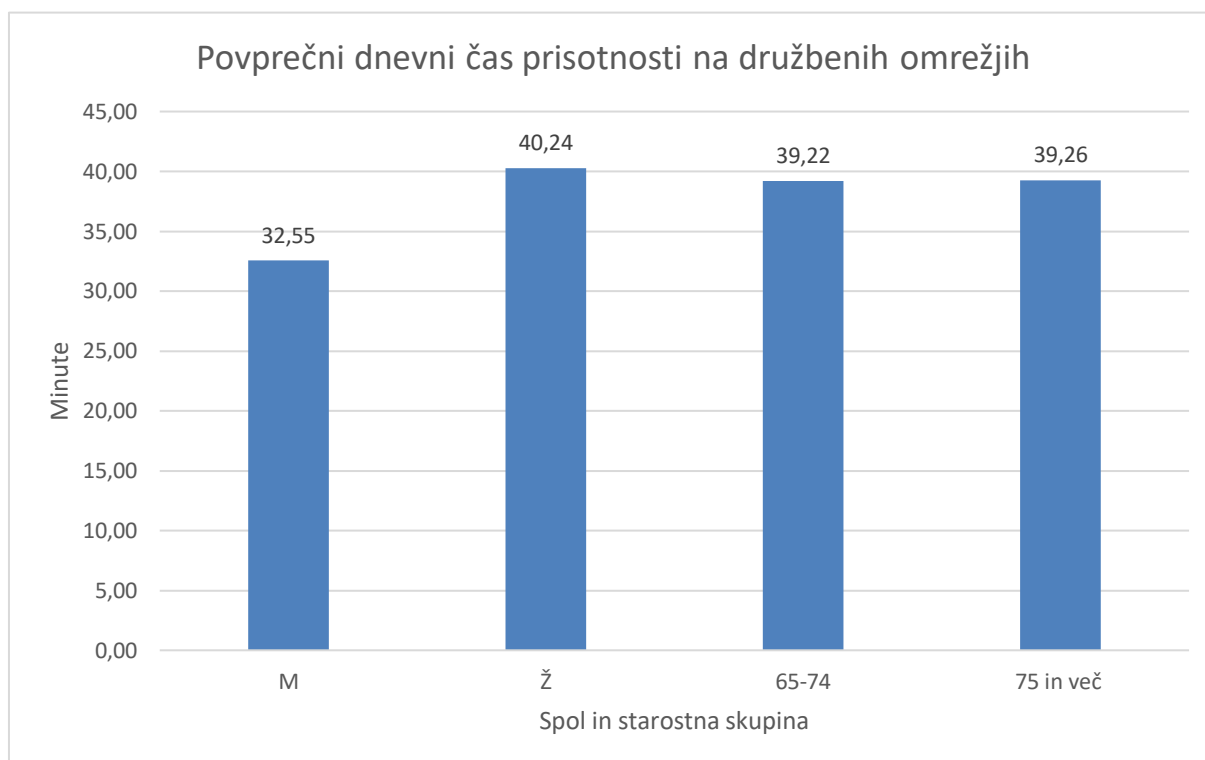
*Slika 26 Povprečni dnevni čas prisotnosti respondentov na internetu (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Po spolu so razlike v povprečnem dnevnem času prisotnosti na družbenih omrežjih majhne, pri čemer ženske družbena omrežja uporabljajo nekoliko dlje kot moški (40,24 proti 32,55 minute dnevno). Med starostnima skupinama skoraj ni razlik, saj respondenti, stari od 65 do 74 let, na družbenih omrežjih v povprečju preživijo 39,22 minute dnevno, tisti, stari 75 let in več, pa 39,26 minute.

*Slika 27 Povprečni dnevni čas prisotnosti respondentov na družbenih omrežjih (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### ***3.6.3 Odstopanja povprečnega dnevnega časa posameznih medijskih in digitalnih aktivnosti po skupinah respondentov od povprečja celotnega vzorca***

V spodnji tabeli je prikazano, za koliko minut povprečni dnevni čas posameznih skupin respondentov odstopa od povprečja celotnega vzorca. Te vrednosti so v besedilu navedene v oklepajih.

Primerjava povprečnega časa spremljanja medijev glede na posamezne značilnosti respondentov kaže več izrazitejših odstopanj od skupnega povprečja. Respondenti, stari 75 let in več, v primerjavi z mlajšimi starejšimi več časa namenijo gledanju televizije, videov in

filmov (+10,81 minute), prisotnosti v prostoru s prižgano televizijo (+3,66 minute) ter branju tiskanih medijev (+14,26 minute). Nasprotno mlajši starejši več časa namenijo poslušanju radijskega programa (+11,70 minute) in uporabi mobilnega telefona (+4,84 minute).

Po spolu se največja razlika kaže pri poslušanju radijskega programa. Moški ga poslušajo v povprečju 27,68 minute manj od skupnega povprečja, medtem ko ženske 7,70 minute več. Moški hkrati nekoliko več časa namenijo gledanju televizije (+8,53 minute) in so dlje prisotni v prostoru s prižgano televizijo (+7,52 minute).

Odstopanja so opazna pri vprašanih, ki niso vključeni v društva. Ti poslušanju radijskega programa namenijo kar 52,76 minute manj od povprečja, v prostoru s prižgano televizijo pa preživijo 20,96 minute manj. Pri osebah, vključenih v vsaj eno društvo, so odstopanja manjša.

Glede telesne aktivnosti se kaže, da respondenti, ki svojo telesno aktivnost ocenjujejo kot slabšo, več časa namenijo gledanju televizije (+16,01 minute) in so dlje prisotni v prostoru s prižgano televizijo (+18,53 minute). Po drugi strani telesno aktivnejši televizijo gledajo manj (-10,50 minute) ter nekoliko manj časa preživijo v prostoru s prižgano televizijo (-7,12 minute).

Razlike glede vida, sluha in kraja bivanja so razmeroma majhne ter ne kažejo izrazitejših odstopanj od skupnega povprečja.

Pri interpretaciji odstopanj je treba upoštevati, da je skupno povprečje odvisno tudi od zastopanosti posameznih skupin v vzorcu. Številčnejše skupine imajo nanj večji vpliv, zato so lahko njihova odstopanja od skupnega povprečja manjša.

*Tabela 3 Odstopanja povprečnega dnevnega časa posameznih medijskih in digitalnih aktivnosti po skupinah respondentov od povprečja celotnega vzorca v minutah (število veljavnih odgovorov se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*

| <b>Vprašanje</b>           | <b>Koliko gledate televizijo, video ali filme v minutah dnevno?</b> | <b>Koliko poslušate radijski program v minutah dnevno?</b> | <b>Koliko ste v prostoru, kjer je prižgana televizija v minutah dnevno?</b> | <b>Koliko uporabljate telefon za pogovarjanje v minutah dnevno?</b> | <b>Koliko uporabljate mobilni telefon za vse namene skupaj v minutah dnevno?</b> | <b>Koliko berete revije, časopise, in ostale tiskane medije v papirni obliki v minutah dnevno?</b> |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Enote</b>               | <b>Odstopanje od povprečja celotnega vzorca v minutah</b>           |                                                            |                                                                             |                                                                     |                                                                                  |                                                                                                    |
| 65-74 let                  | -6,55                                                               | 11,70                                                      | -0,82                                                                       | -0,90                                                               | 4,84                                                                             | -8,30                                                                                              |
| 75 let in več              | 10,81                                                               | -16,80                                                     | 3,66                                                                        | 1,95                                                                | -13,84                                                                           | 14,26                                                                                              |
| ženski                     | -3,42                                                               | 7,70                                                       | -2,51                                                                       | 0,22                                                                | 2,46                                                                             | 1,37                                                                                               |
| moški                      | 8,53                                                                | -27,68                                                     | 7,52                                                                        | -0,19                                                               | -7,49                                                                            | -4,73                                                                                              |
| vklučen v vsaj eno društvo | 0,31                                                                | 8,38                                                       | 5,38                                                                        | -0,38                                                               | 2,39                                                                             | 0,39                                                                                               |
| ni vključen v društva      | -5,47                                                               | -52,76                                                     | -20,96                                                                      | 0,83                                                                | -9,16                                                                            | -3,88                                                                                              |
| zelo dobro ali dobro vidi  | 2,50                                                                | -1,88                                                      | 10,86                                                                       | 0,06                                                                | 2,91                                                                             | 2,08                                                                                               |

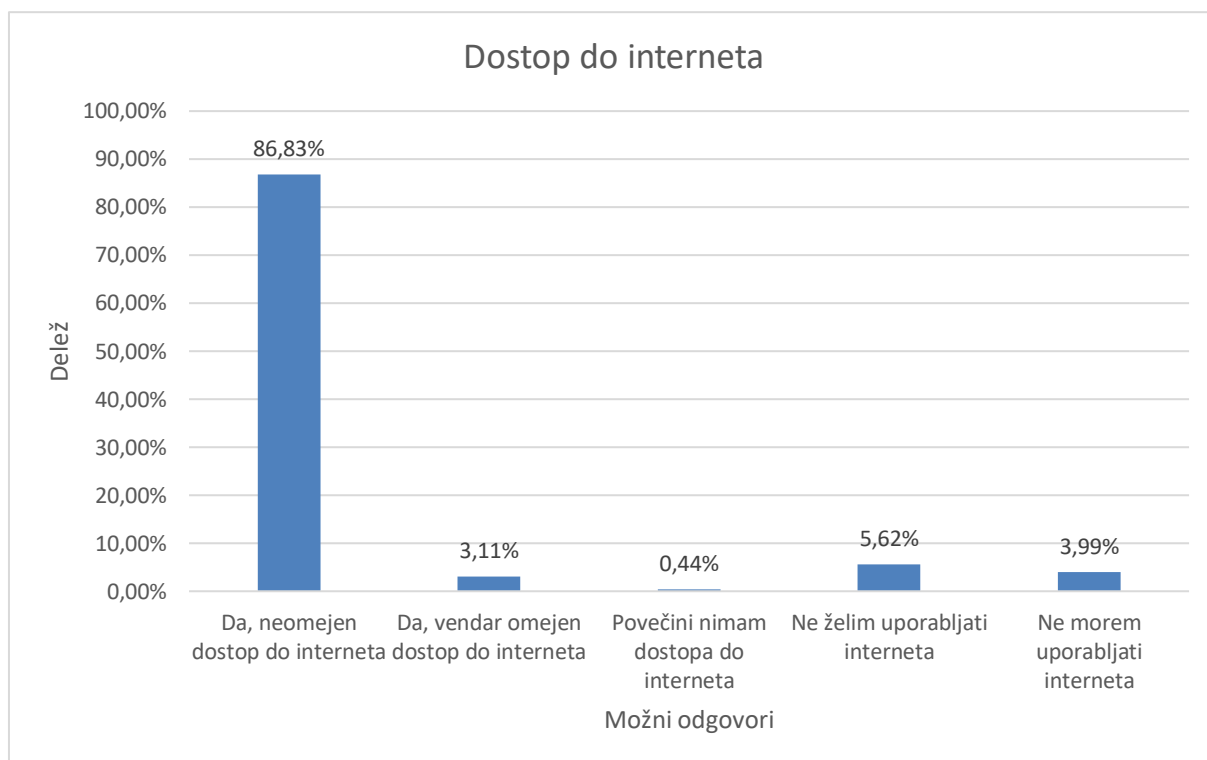
|                                         |        |        |        |       |       |       |
|-----------------------------------------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
| ostali glede vida                       | -4,36  | -0,57  | -7,25  | -2,45 | -3,01 | -4,30 |
| zelo dobro ali dobro sliši              | -3,56  | 1,37   | 1,48   | -1,88 | -1,59 | -1,89 |
| ostali glede sluha                      | 1,71   | -2,40  | -1,48  | 1,79  | 2,55  | 0,17  |
| Zelo dobro ali dobro je telesno aktiven | -10,50 | 2,91   | -7,12  | -3,69 | 3,38  | -2,71 |
| ostali glede telesne aktivnosti         | 16,01  | -7,77  | 18,53  | 4,73  | -6,26 | 2,91  |
| mesto                                   | 4,14   | 1,20   | 3,40   | -3,91 | -3,85 | 0,95  |
| podeželje                               | -9,23  | -0,17  | -6,63  | 6,87  | 6,51  | -0,95 |
| povprečno                               | 161,16 | 148,50 | 171,75 | 47,06 | 88,20 | 57,02 |

Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### ***3.6.4 Dostop do interneta***

Glavnina ali 86,83 % respondentov poroča, da ima neomejen dostop do interneta, in le 3,11 %, da ima omejen. Takšnih, ki dostopa sploh nimajo je v vzorcu manj kot pol odstotka ali 0,44 %. 5,62 % vprašanih se je opredelilo, da interneta ne želi uporabljati, 3,99 % pa, da interneta ne more uporabljati.

*Slika 28 Dostop respondentov do interneta (n=676)*

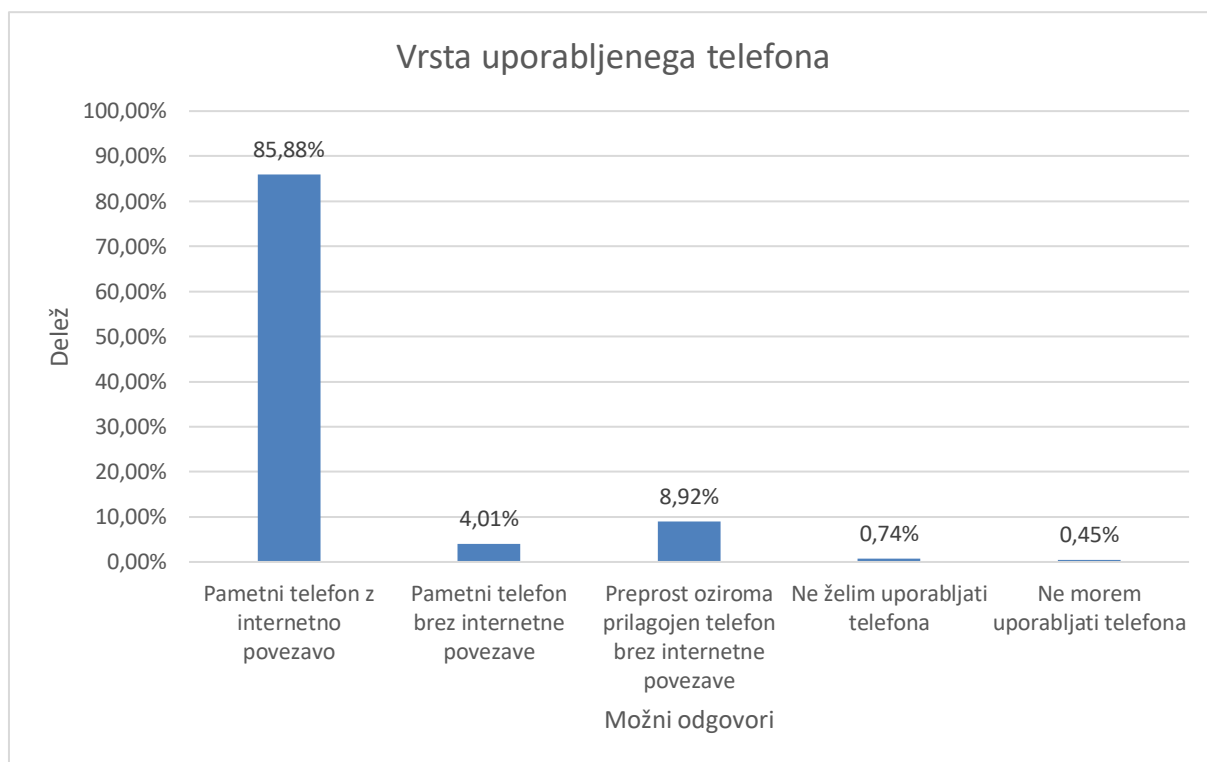


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### ***3.6.5 Vrsta uporabljenega telefona***

Največji delež respondentov uporablja pametni telefon, pri čemer jih 85,88 % pravi, da na napravi imajo internetno povezavo in 4,01 %, da je nimajo. 8,92 % uporablja preprost oziroma prilagojen telefon brez povezave. Takšnih, ki telefona ne želijo ali ne morejo uporabljati je manj kot odstotek.

*Slika 29 Uporaba in vrsta telefona respondentov (n=673)*

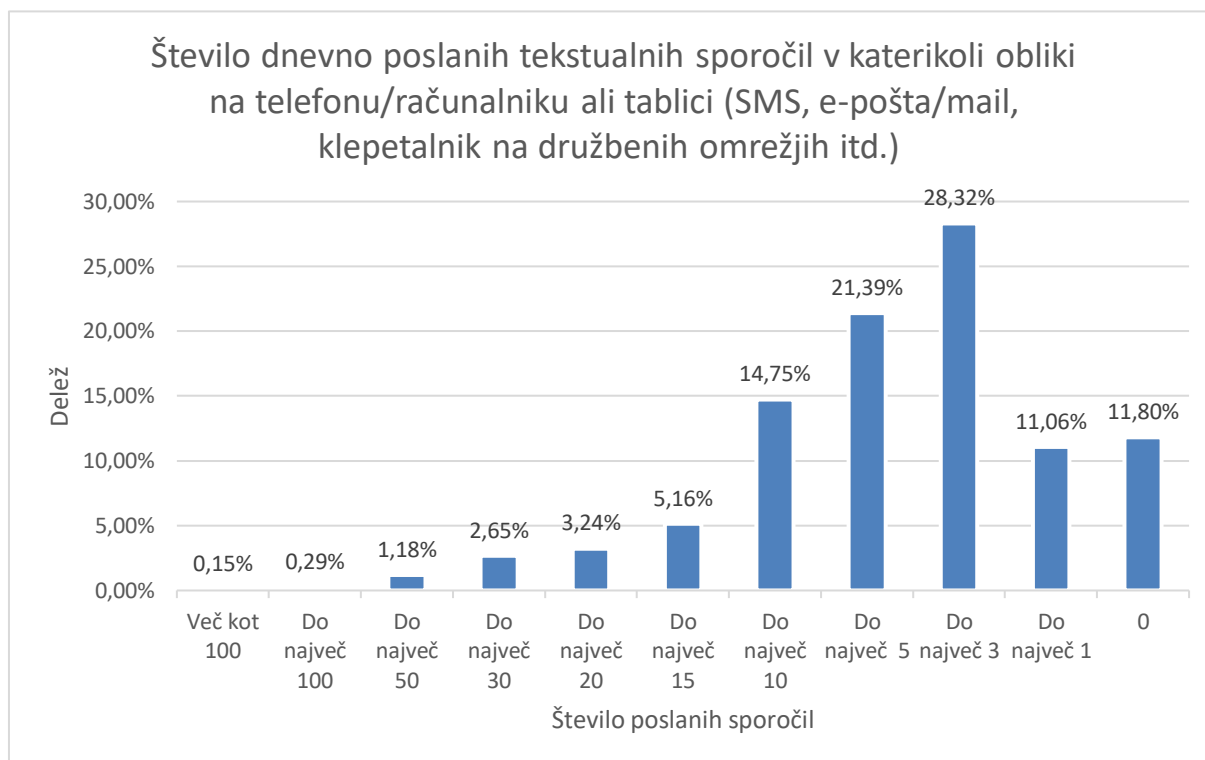


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### **3.6.6 Število poslanih tekstualnih sporočil**

Večina sodelujočih dnevno pošlje razmeroma malo tekstovnih sporočil. Najpogosteje jih pošljejo do tri na dan (28,32 %), sledijo tisti z največ petimi (21,39 %) oziroma desetimi sporočili (14,75 %). Večje število dnevno poslanih sporočil je značilno le za manjši delež vzorca, medtem ko 11,80 % sodelujočih sporočil sploh ne pošilja.

Slika 30 Število tekstovnih sporočil, ki jih respondenti dnevno pošljejo prek telefona, računalnika ali tablice (n=678)

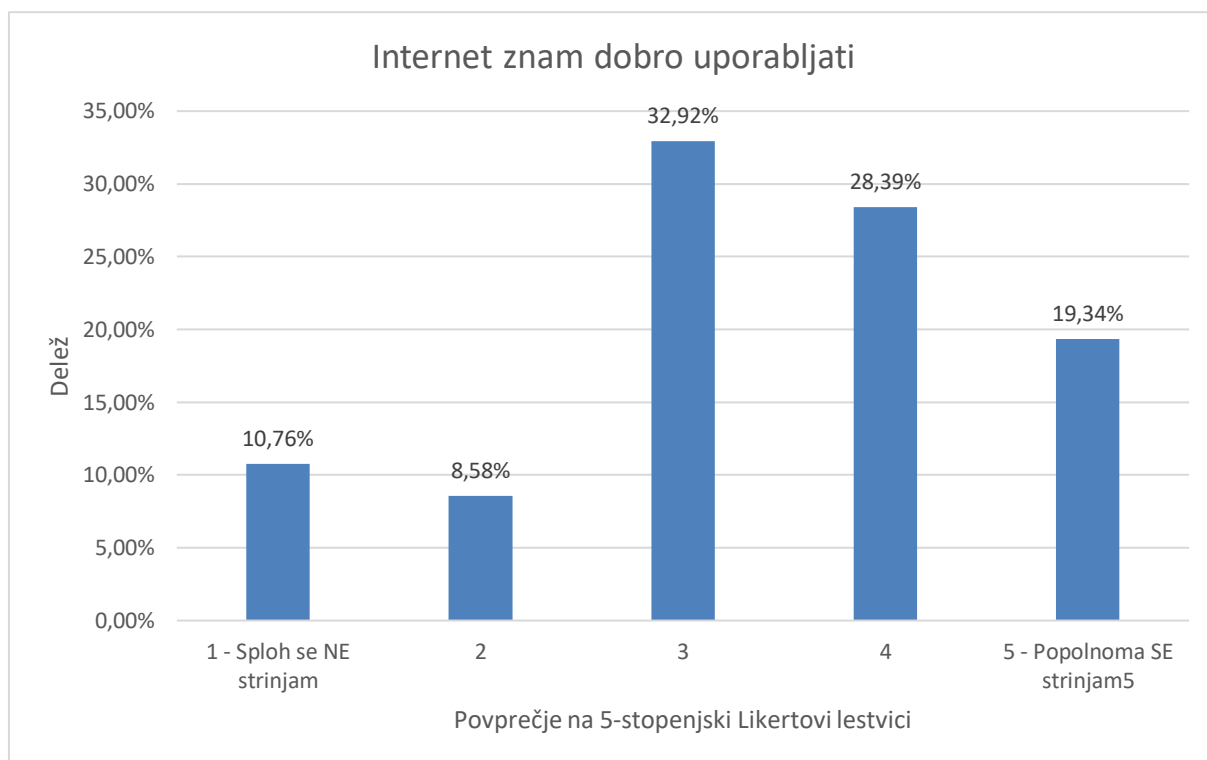


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### 3.6.7 Samoocena splošne spretnosti uporabe interneta

Respondenti so trditev ocenjevali na 5-stopenjski lestvici, pri kateri je 1 pomenila *sploh se ne strinjam*, 5 pa *popolnoma se strinjam*. Največji delež je izbral sredinsko oceno 3 (32,92 %), sledijo ocena 4 (28,39 %) in ocena 5 (19,34 %). Nižje stopnje strinjanja so bile zastopane redkeje, saj je oceno 2 izbralo 8,58 %, oceno 1 pa 10,76 % respondentov. Skupno je skoraj polovica respondentov (47,73 %) izrazila strinjanje s trditvijo (oceni 4 in 5), medtem ko se jih 19,34 % s trditvijo ni strinjalo (oceni 1 in 2).

*Slika 31 Samoocena respondentov glede lastne kompetentnosti uporabe interneta (n=641)*

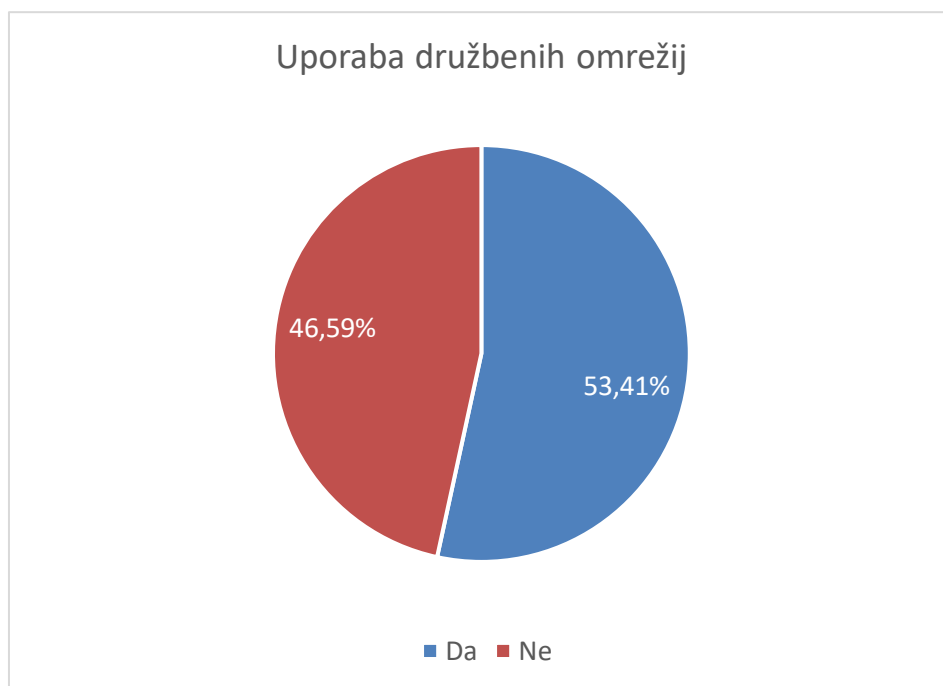


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### ***3.6.8 Uporaba družbenih omrežij***

Respondenti so odgovarjali na vprašanje o uporabi družbenih omrežij, kot so Facebook, Instagram in TikTok. Nekoliko več kot polovica (53,41 %) je odgovorila pritrdilno.

*Slika 32 Uporaba družbenih omrežij s strani respondentov (n=674)*



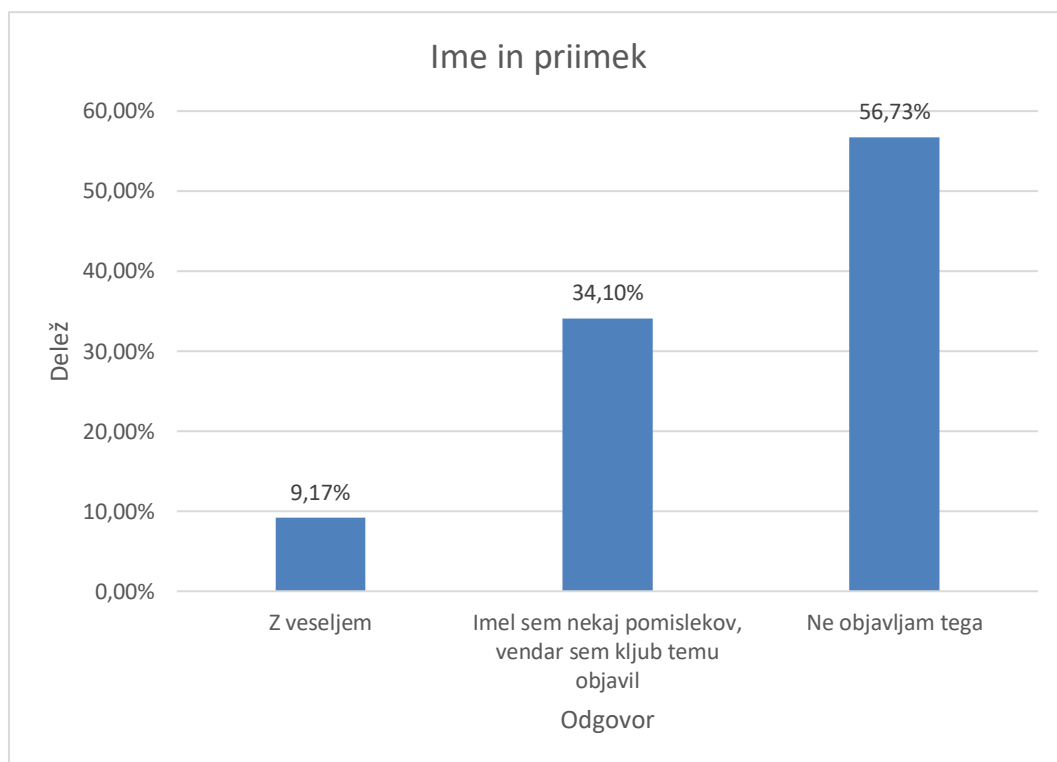
Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### ***3.6.9 Deljenje informacij na družbenih omrežjih***

Naslednji sklop vprašanj je bil namenjen le respondentom, ki so navedli, da uporabljajo družbena omrežja. V njem smo proučevali, katere vrste vsebin so že objavili oziroma delili prek družbenih omrežij ali drugih spletnih strani.

Najprej so odgovarjali, ali na družbenih omrežjih objavljajo svoje ime in priimek. Več kot polovica (56,73 %) respondentov je navedla, da teh podatkov ne objavlja. Nekaj več kot tretjina (34,10 %) jih je odgovorila, da je ime in priimek objavila kljub določenim pomislekom, medtem ko jih je 9,17 % navedlo, da to objavlja brez zadržkov.

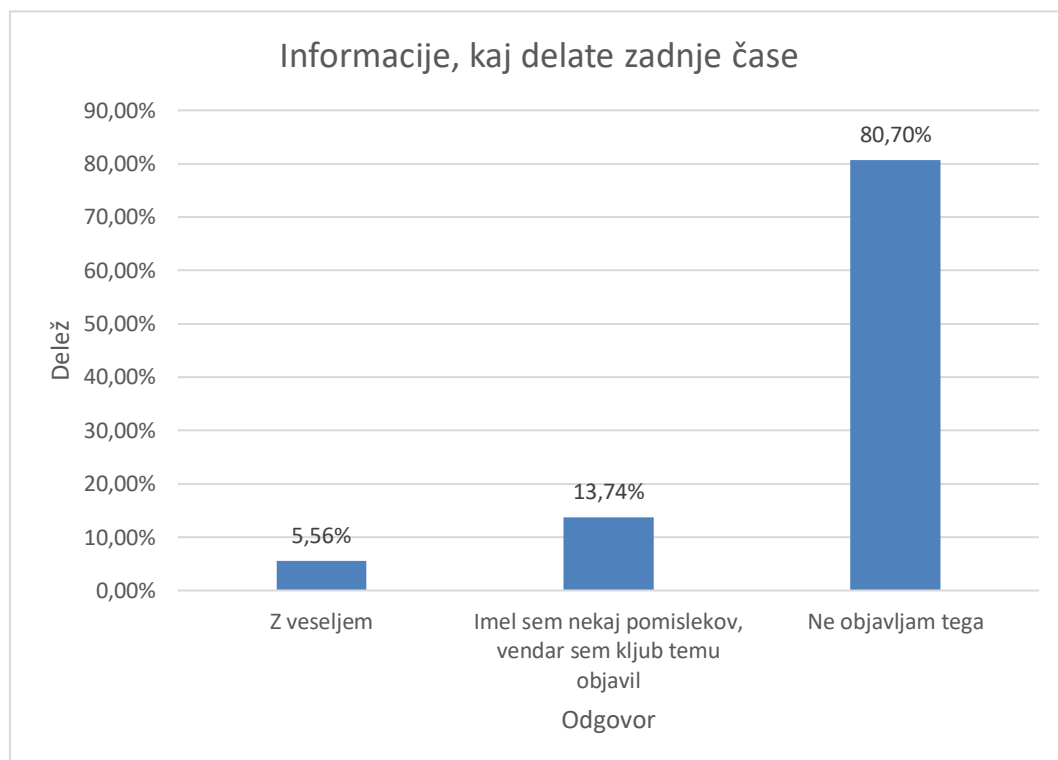
*Slika 33 Objava imena in priimka na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=349)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Respondenti so odgovarjali, ali na družbenih omrežjih objavljajo informacije o tem, kaj počnejo v zadnjem času. Velika večina (80,70 %) je navedla, da takšnih informacij ne objavlja. Manjši delež (13,74 %) jih je odgovoril, da jih objavi kljub določenim pomislekom, medtem ko je 5,56 % respondentov označilo, da tovrstne informacije objavlja brez zadržkov.

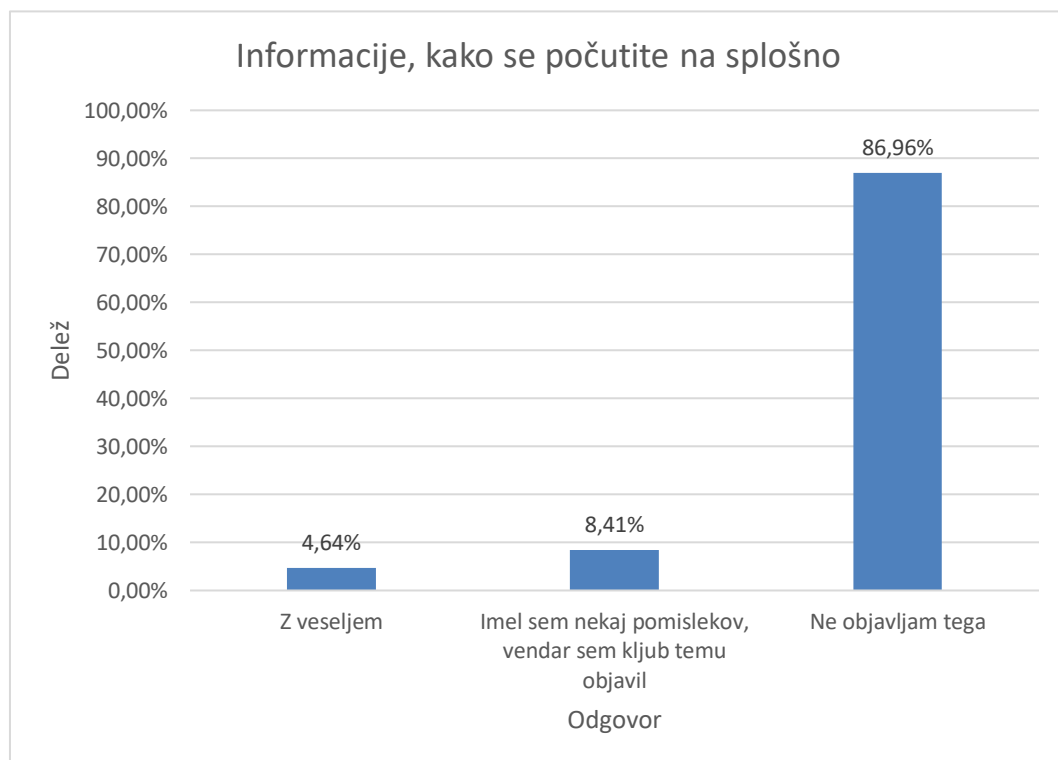
*Slika 34 Objava informacij o lastnem počutju na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=342)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Respondenti so odgovarjali, ali na družbenih omrežjih objavljajo informacije o tem, kako se na splošno počutijo. Največji delež (86,96 %) je izbral, da takšnih informacij ne objavlja. Da jih objavi kljub določenim pomislekom, je odgovorilo 8,41 % respondentov, medtem ko jih je 4,64 % izrazilo, da jih objavlja brez zadržkov.

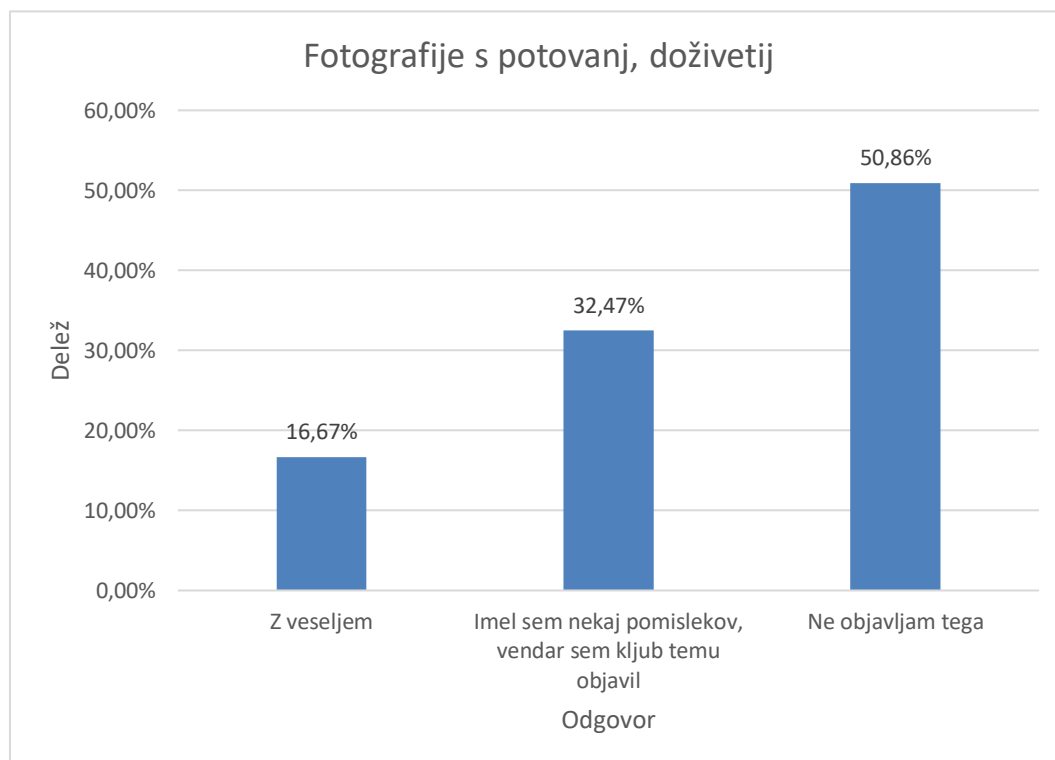
*Slika 35 Objava informacij o lastnem počutju na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=345)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Respondenti so odgovarjali, ali na družbenih omrežjih objavljajo fotografije s potovanj in drugih doživetij. Polovica respondentov (50,86 %) je izbralo, da takšnih fotografij ne objavlja. Skoraj tretjina (32,47 %) jih je navedla, da jih objavi kljub določenim pomislekom, medtem ko jih 16,67 % fotografije s potovanj in doživetij objavlja brez zadržkov.

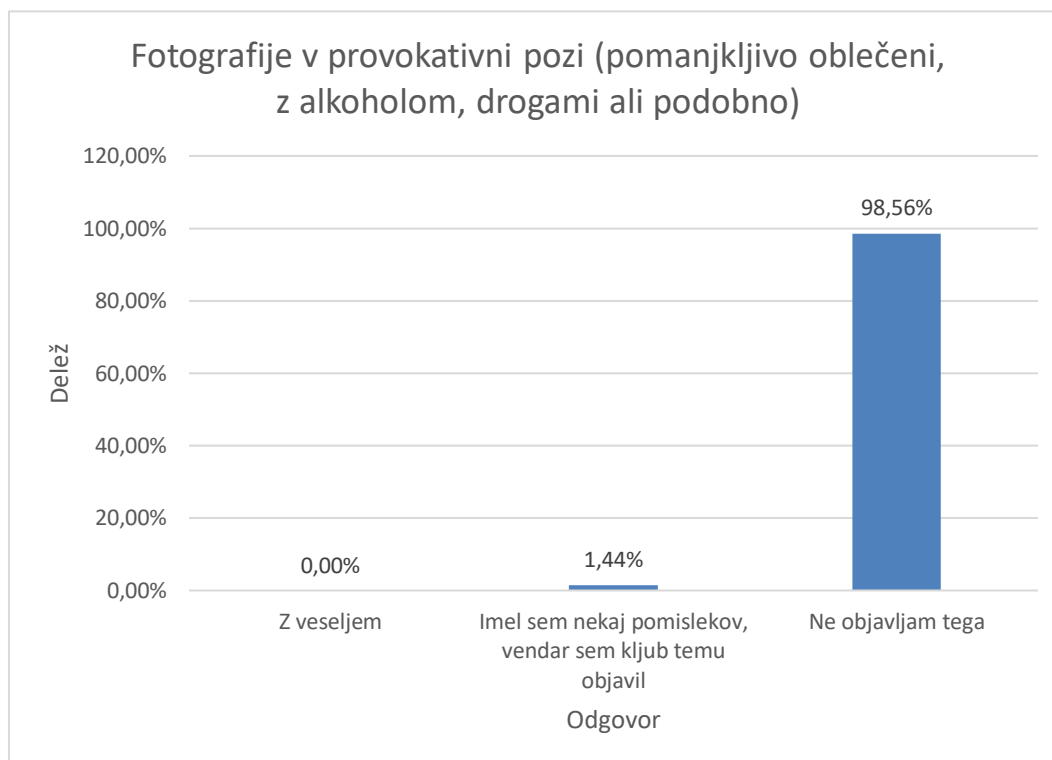
*Slika 36* Objava fotografij s potovanj, doživetij na družbenih omrežjih s strani respondentov ( $n=348$ )



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Respondenti so odgovarjali, ali na družbenih omrežjih objavljajo fotografije v provokativni pozi, na primer pomanjkljivo oblečeni ali z alkoholom, drogami oziroma podobno. Skoraj vsi vprašani (98,56 %) so izbrali, da takšnih fotografij ne objavljajo. Le 1,44 % jih je odgovorilo, da jih je objavilo kljub določenim pomislekom, medtem ko nihče ni navedel, da bi jih objavljali brez zadržkov.

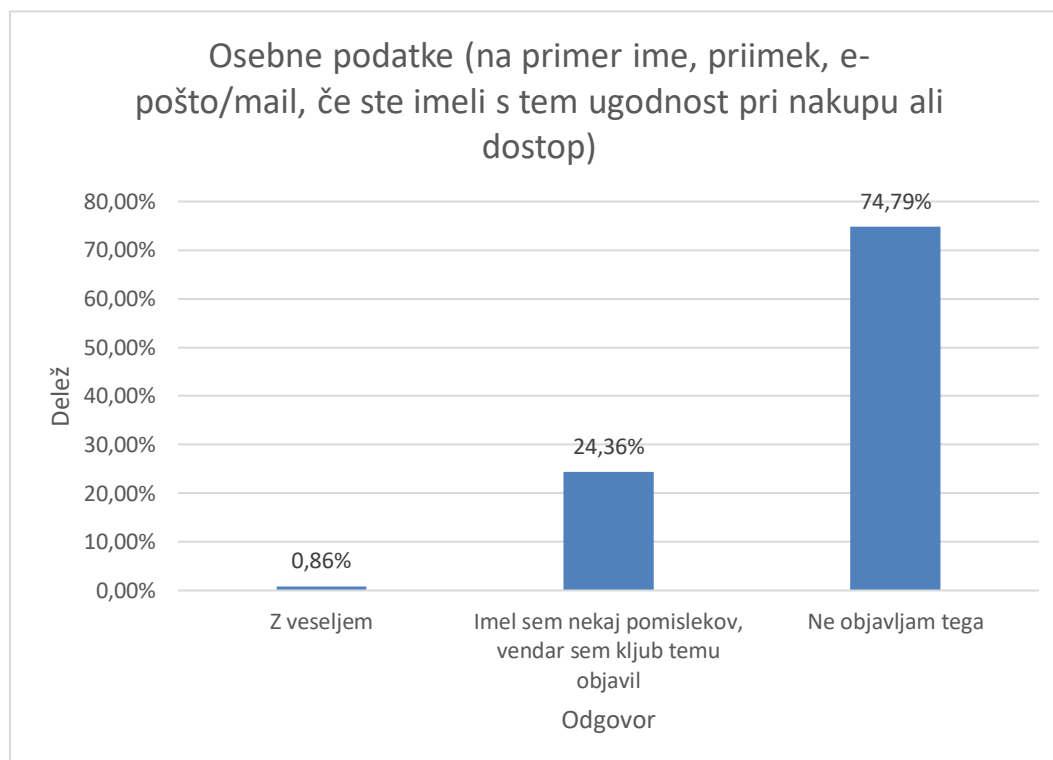
*Slika 37* Objava fotografij v provokativni pozi na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=348)



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Respondenti so odgovarjali, ali na družbenih omrežjih objavljajo osebne podatke, kot so ime, priimek ali elektronski naslov, kadar jim to prinese določene ugodnosti ali omogoči dostop do storitev. Skoraj tri četrtine respondentov (74,79 %) je poročalo, da takšnih podatkov ne objavlja. Da so jih objavili kljub določenim pomislekom, je označilo 24,36 % respondentov, medtem ko jih je le 0,86 % navedlo, da osebne podatke objavljajo brez zadržkov.

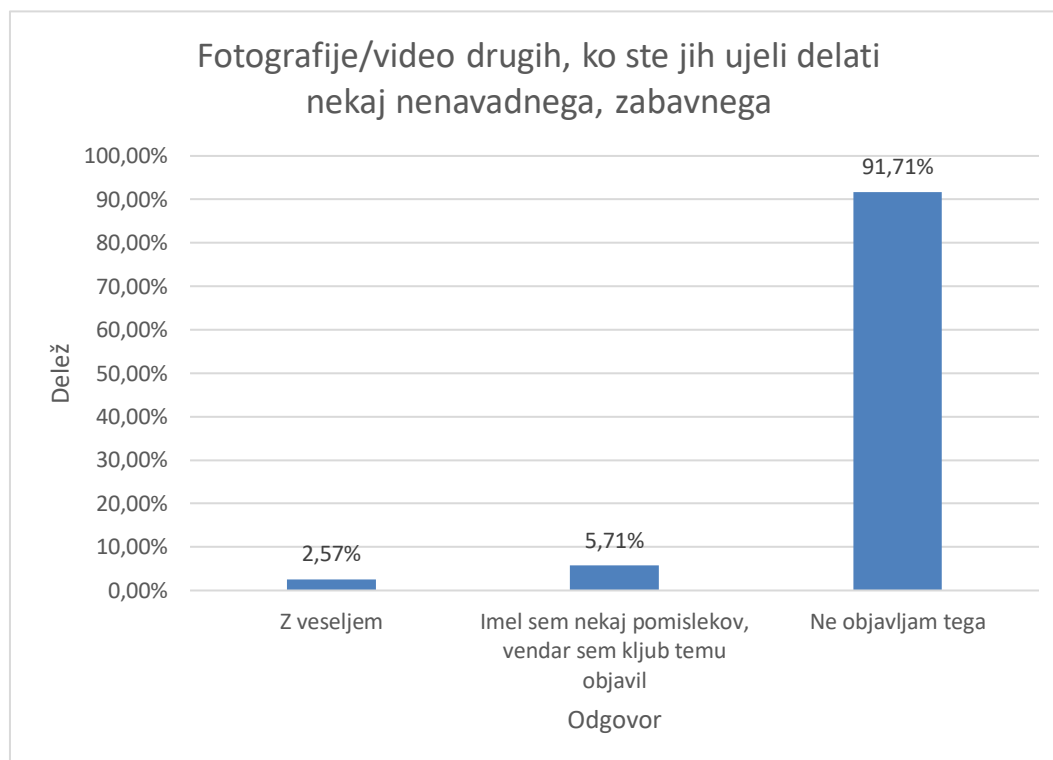
*Slika 38 Objava osebnih podatkov zaradi ugodnosti pri nakupu ali dostopu na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=349)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Respondenti so odgovarjali, ali na družbenih omrežjih objavljajo fotografije ali videoposnetke drugih oseb, ki so jih ujeli pri nečem nenavadnem ali zabavnem. Takšnih vsebin po lastnih navedbah ne objavlja 91,71 % respondentov. Da so jih objavili kljub določenim pomislekom, se je opredelilo 5,71 % respondentov, medtem ko jih je 2,57 % navedlo, da takšne fotografije ali videoposnetke objavljajo brez zadržkov.

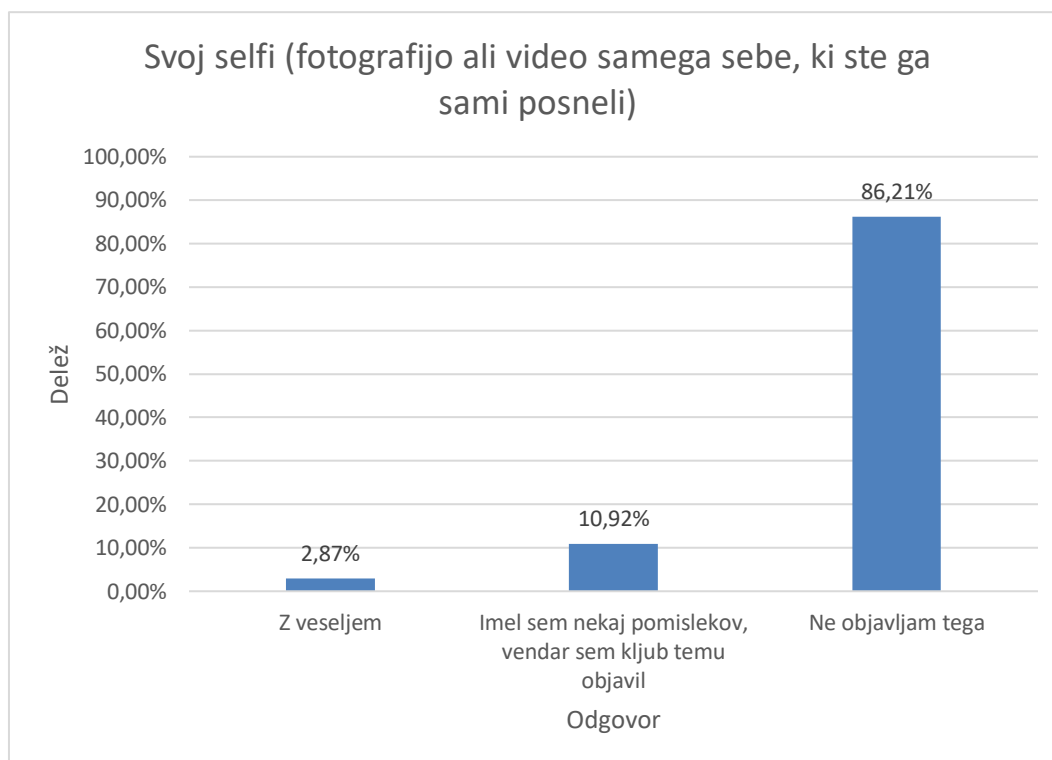
*Slika 39* Objava fotografij/videov drugih, ko počno nekaj nenavadnega, zabavnega na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=350)



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Respondenti so odgovarjali, ali na družbenih omrežjih objavljajo svoje selfije oziroma fotografije ali videoposnetke, ki so jih posneli sami. Da takšnih vsebin ne objavljajo, je poročalo 86,21 % respondentov. Da so jih objavili kljub določenim pomislekom, je izrazilo 10,92 % respondentov, medtem ko jih je 2,87 % navedlo, da selfije objavljajo brez zadržkov.

Slika 40 Objava selfija na družbenih omrežjih s strani respondentov (n=348)

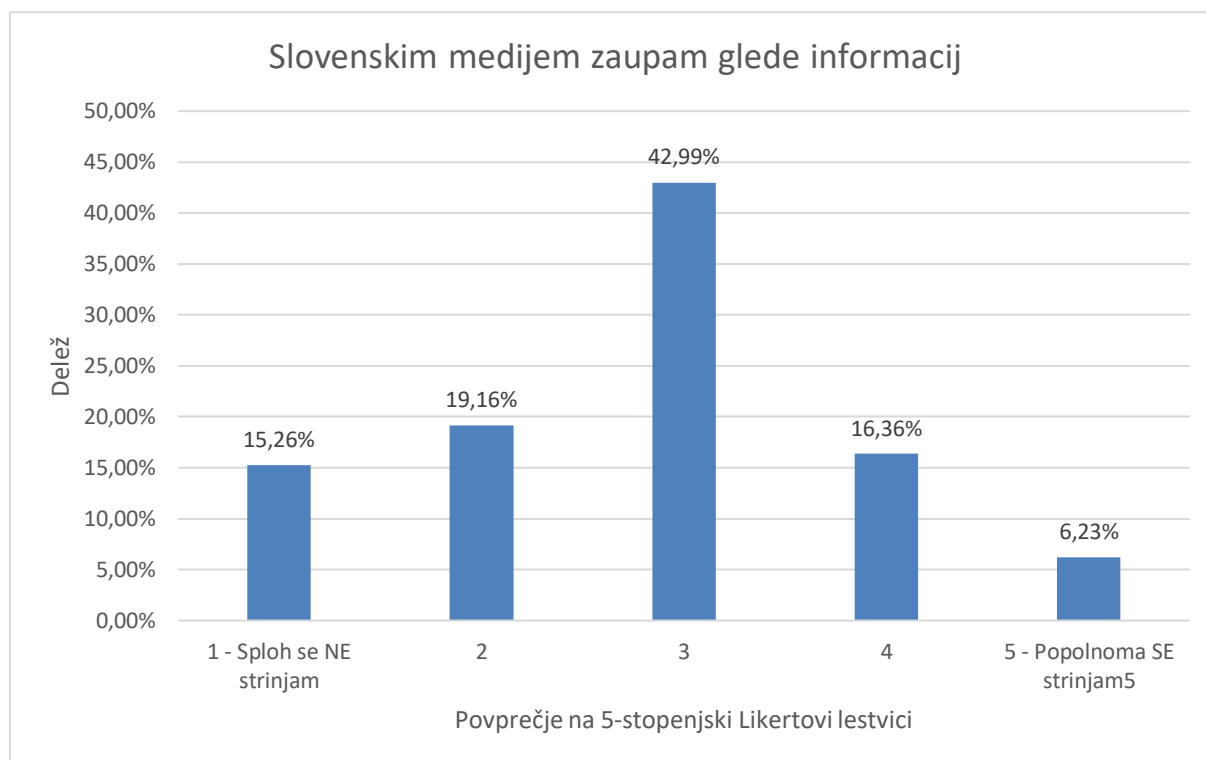


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### 3.6.10 Zaupanje v medije in preverjanje informacij

Respondenti so trditev *Slovenskim medijem zaupam glede informacij* ocenjevali na 5-stopenjski lestvici, pri kateri je 1 pomenila *sploh se ne strinjam*, 5 pa *popolnoma se strinjam*. Glavnina je izbrala sredinsko vrednost 3 (42,99 %), sledili sta oceni 2 (19,16 %) in 4 (16,36 %). S trditvijo se je strinjalo 22,59 % respondentov (oceni 4 in 5), medtem ko se jih 34,42 % ni strinjalo (oceni 1 in 2), kar kaže na zmerno oziroma previdno stopnjo zaupanja v slovenske medije.

Slika 41 Zaupanje v slovenske medije glede informacij s strani respondentov (n=642)

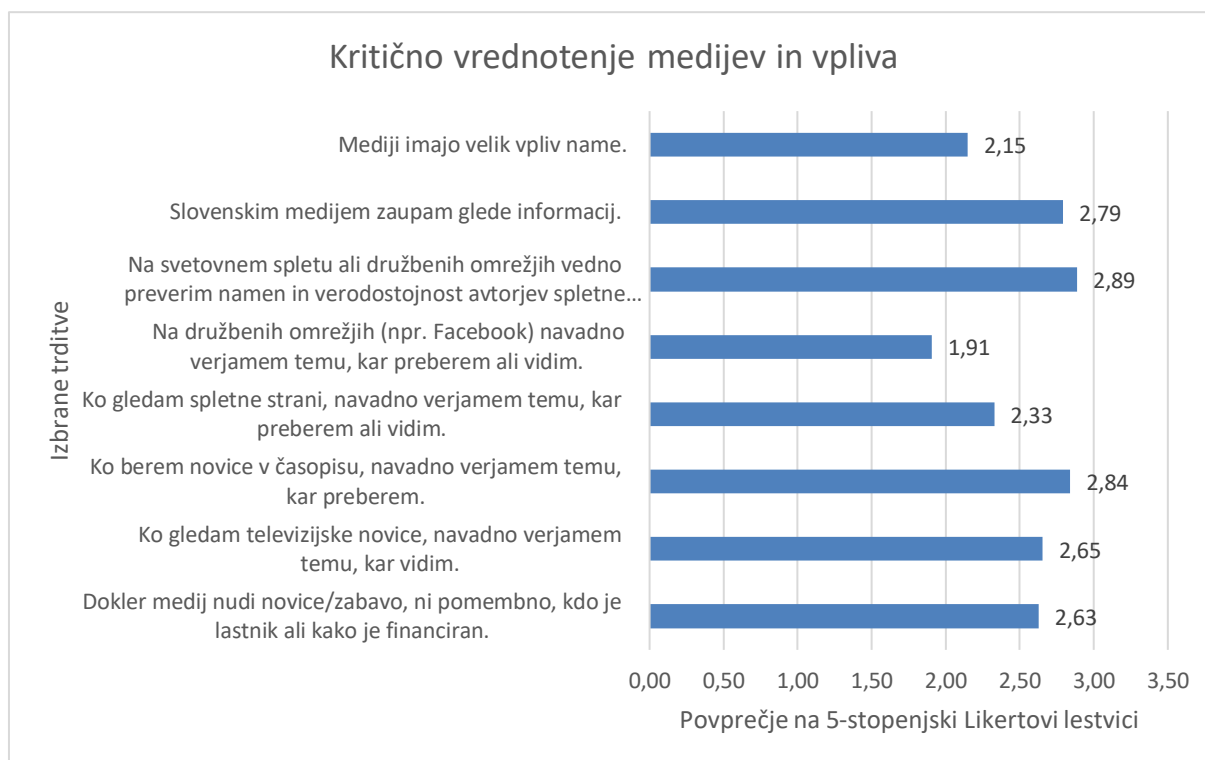


Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### 3.6.11 Kritično vrednotenje medijev in vpliva

Respondenti so posamezne trditve ocenjevali na 5-stopenjski lestvici, pri kateri je 1 pomenila sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam. Najvišjo povprečno oceno je dosegla trditev *Na svetovnem spletu ali družbenih omrežjih vedno preverim namen in verodostojnost avtorjev spletne strani (lastnik, avtor ipd.)* ( $M = 2,89$ ), sledili sta trditvi *Ko berem novice v časopisu, navadno verjamem temu, kar preberem* ( $M = 2,84$ ) in *Slovenskim medijem zaupam glede informacij* ( $M = 2,79$ ). Najnižjo povprečno oceno je dosegla trditev *Na družbenih omrežjih (npr. Facebook) navadno verjamem temu, kar preberem ali vidim* ( $M = 1,91$ ), kar kaže na razmeroma nizko stopnjo zaupanja v vsebine na družbenih omrežjih.

*Slika 42 Kritično vrednotenje medijev in vpliva s strani respondentov (n=573–652)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### *3.6.10.1 Odstopanja povprečnih ocen izbranih trditev po skupinah respondentov od povprečja celotnega vzorca*

V spodnji tabeli je prikazano, za koliko povprečne ocene posameznih skupin respondentov odstopajo od povprečnih ocen celotnega vzorca. Te vrednosti so v besedilu navedene v oklepajih.

Primerjava kaže razmeroma majhna odstopanja. Nekoliko izrazitejše razlike opazimo med starostnima skupinama. Respondenti, stari 75 let in več, v povprečju pogosteje menijo, da lastništvo in financiranje medijev ni pomembno (+0,32), nekoliko bolj zaupajo televizijskim novicam (odstopanje od povprečja celotnega vzorca je +0,14), tiskanim medijem (+0,16) in slovenskim medijem (+0,15). Nasprotno mlajši starejši pogosteje preverjajo namen in

verodostojnost spletnih virov (+0,13), medtem ko je pri starejših odstopanje negativno (-0,25).

Po spolu so razlike manj izrazite. Moški v povprečju nekoliko bolj zaupajo medijskim vsebinam, predvsem televizijskim novicam (+0,18), tiskanim medijem (+0,16) in slovenskim medijem (+0,12), hkrati pa nekoliko pogosteje ocenjujejo, da imajo mediji velik vpliv nanje (+0,16).

Razlike glede družbene vključenosti se kažejo pri preverjanju verodostojnosti informacij. Vprašani, ki niso vključeni v društva, redkeje preverjajo namen in verodostojnost avtorjev spletnih vsebin (-0,34), nekoliko manj pa zaupajo tudi spletnim stranem (-0,17) in družbenim omrežjem (-0,23). Nasprotno so pri tistih, vključenih v vsaj eno društvo, odstopanja od povprečja majhna.

Pozitivna odstopanja pri preverjanju verodostojnosti informacij so opazna tudi pri respondentih, ki svoje vidne sposobnosti ocenjujejo kot dobre ali zelo dobre (+0,23), medtem ko je pri ostalih zaznano negativno odstopanje (-0,18). Podoben, vendar nekoliko manj izrazit vzorec se kaže tudi pri samooceni sluha (+0,13 oziroma -0,16). Razlike glede telesne aktivnosti in kraja bivanja so razmeroma majhne ter ne kažejo izrazitejših odstopanj od skupnega povprečja.

Pri interpretaciji odstopanj je treba upoštevati, da je skupno povprečje odvisno tudi od zastopanosti posameznih skupin v vzorcu. Številčnejše skupine imajo nanj večji vpliv, zato so lahko njihova odstopanja od skupnega povprečja manjša.

*Tabela 4 Odstopanja povprečnih ocen (1-5) izbranih trditev po skupinah respondentov od povprečja celotnega vzorca (število veljavnih odgovorov (n) se med posameznimi analizami razlikuje glede na manjkajoče vrednosti in uporabljene filtre.)*

| <b>Vprašanje</b> | <b>Dokler medij nudi novice/zabavo, ni pomembno, kdo je lastnik ali kako je financiran.</b> | <b>Ko gledam televizijske novice, navadno verjamem temu, kar vidim.</b> | <b>Ko berem novice v časopisu, navadno verjamem temu, kar preberem.</b> | <b>Ko gledam spletne strani, navadno verjamem temu, kar preberem ali vidim.</b> | <b>Na družbenih omrežjih (npr. Facebook) navadno verjamem temu, kar preberem ali vidim.</b> | <b>Na svetovnem spletu ali družbenih omrežjih vedno preverim namen in verodostojnost avtorjev spletne strani (lastnik, avtor ipd.).</b> | <b>Slovenskim medijem zaupam glede informacij.</b> | <b>Mediji imajo velik vpliv name.</b> |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>Enote</b>     | Odstopanje od povprečne ocene celotnega vzorca                                              |                                                                         |                                                                         |                                                                                 |                                                                                             |                                                                                                                                         |                                                    |                                       |
| 65-74 let        | -0,19                                                                                       | -0,05                                                                   | -0,08                                                                   | -0,05                                                                           | -0,02                                                                                       | 0,13                                                                                                                                    | -0,06                                              | -0,03                                 |
| 75 let in več    | 0,32                                                                                        | 0,14                                                                    | 0,16                                                                    | 0,05                                                                            | 0,07                                                                                        | -0,25                                                                                                                                   | 0,15                                               | 0,10                                  |

|                                   |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ženski                            | -0,07 | -0,05 | -0,05 | -0,04 | -0,01 | -0,01 | -0,04 | -0,05 |
| moški                             | 0,27  | 0,18  | 0,16  | 0,15  | 0,02  | 0,03  | 0,12  | 0,16  |
| vključen v<br>vsaj eno<br>društvo | -0,03 | 0,01  | 0,00  | 0,04  | 0,05  | 0,05  | 0,00  | 0,02  |
| ni vključen v<br>društva          | 0,17  | -0,02 | -0,02 | -0,17 | -0,23 | -0,34 | 0,02  | -0,05 |
| zelo dobro ali<br>dobro vidi      | 0,05  | 0,07  | 0,10  | 0,07  | 0,03  | 0,23  | 0,12  | 0,03  |
| ostali glede<br>vida              | -0,04 | -0,04 | -0,06 | -0,04 | -0,02 | -0,18 | -0,08 | -0,01 |
| zelo dobro ali<br>dobro sliši     | 0,01  | 0,04  | 0,08  | 0,01  | -0,03 | 0,13  | 0,09  | 0,01  |
| ostali glede<br>sluha             | -0,02 | -0,03 | -0,09 | 0,00  | 0,03  | -0,16 | -0,10 | 0,00  |
| Zelo dobro ali<br>dobro je        | -0,07 | 0,00  | 0,02  | 0,01  | 0,00  | 0,06  | 0,06  | 0,09  |

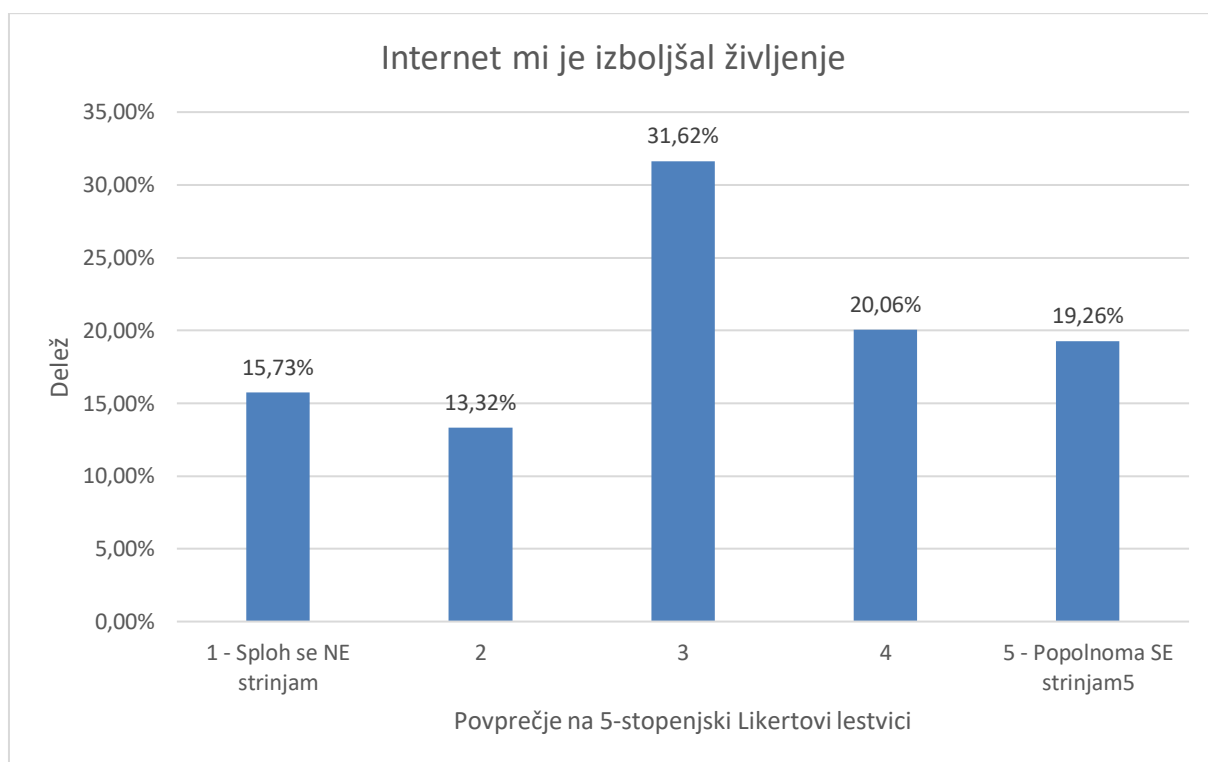
|                                       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| telesno<br>aktiven                    |       |       |       |       |       |       |       |       |
| ostali glede<br>telesne<br>aktivnosti | 0,14  | 0,01  | -0,01 | 0,01  | 0,02  | -0,11 | -0,11 | -0,14 |
| mesto                                 | -0,03 | 0,02  | 0,03  | 0,03  | 0,06  | 0,05  | 0,02  | -0,06 |
| podeželje                             | 0,06  | -0,05 | -0,06 | -0,06 | -0,10 | -0,07 | -0,03 | 0,10  |
| povprečno                             | 2,63  | 2,65  | 2,84  | 2,33  | 1,91  | 2,89  | 2,79  | 2,15  |

Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

### 3.6.12 Koristnost naprav in pripomočkov

Respondenti so trditev *Internet mi je izboljšal življenje* ocenjevali na 5-stopenjski lestvici, pri kateri je 1 pomenila *sploh se ne strinjam*, 5 pa *popolnoma se strinjam*. Največji delež je izbral sredinsko oceno 3 (31,62 %), sledili sta 4 (20,06 %) in 5 (19,26 %). S trditvijo se je strinjalo 39,32 % vprašanih (oceni 4 in 5), medtem ko se jih 29,05 % ni strinjalo (oceni 1 in 2). To kaže na pretežno pozitiven odnos do vpliva interneta na kakovost življenja.

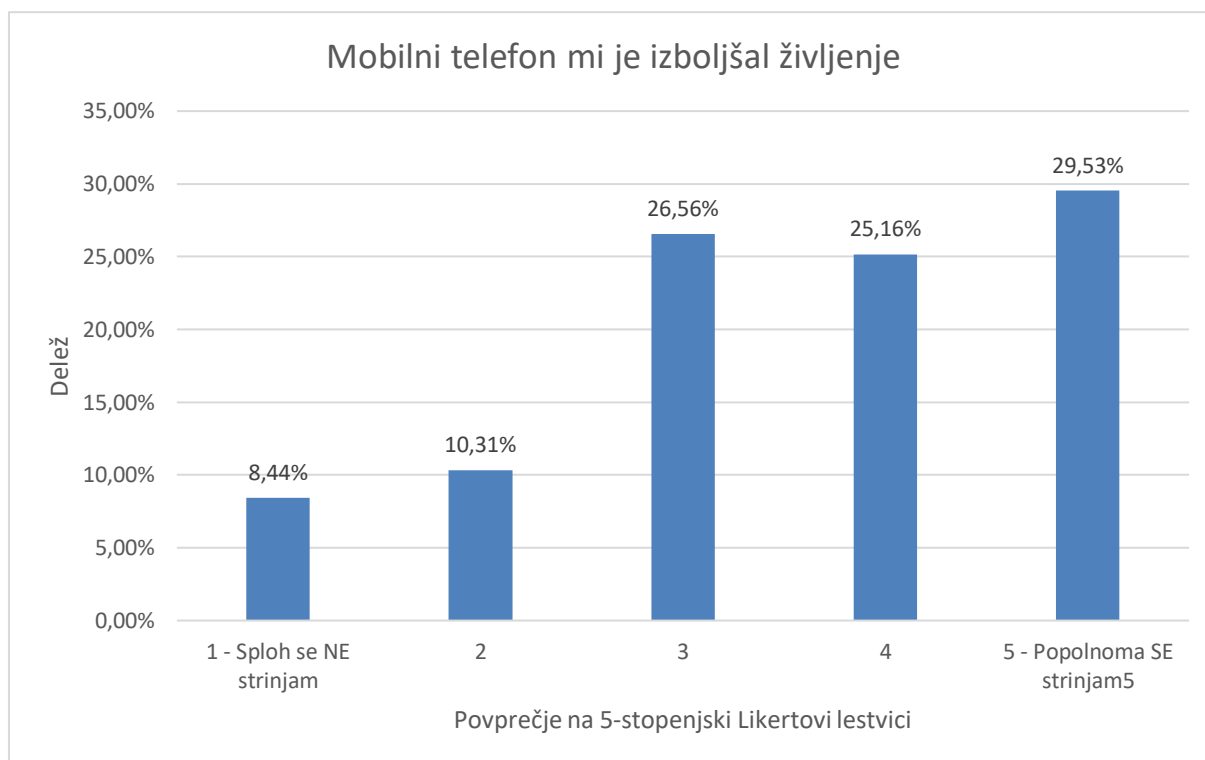
*Slika 43 Ocena respondentov glede vpliva interneta na kakovost življenja (n=623)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Respondenti so trditev *Mobilni telefon mi je izboljšal življenje* ocenjevali na 5-stopenjski lestvici, pri kateri je 1 pomenila *sploh se ne strinjam*, 5 pa *popolnoma se strinjam*. Največji delež je izbral oceno 5 (29,53 %), sledili sta oceni 3 (26,56 %) in 4 (25,16 %). S trditvijo se je strinjalo 54,69 % respondentov (oceni 4 in 5), medtem ko se jih 18,75 % ni strinjalo (oceni 1 in 2), kar kaže na izrazito pozitiven odnos do vpliva mobilnega telefona na kakovost bivanja.

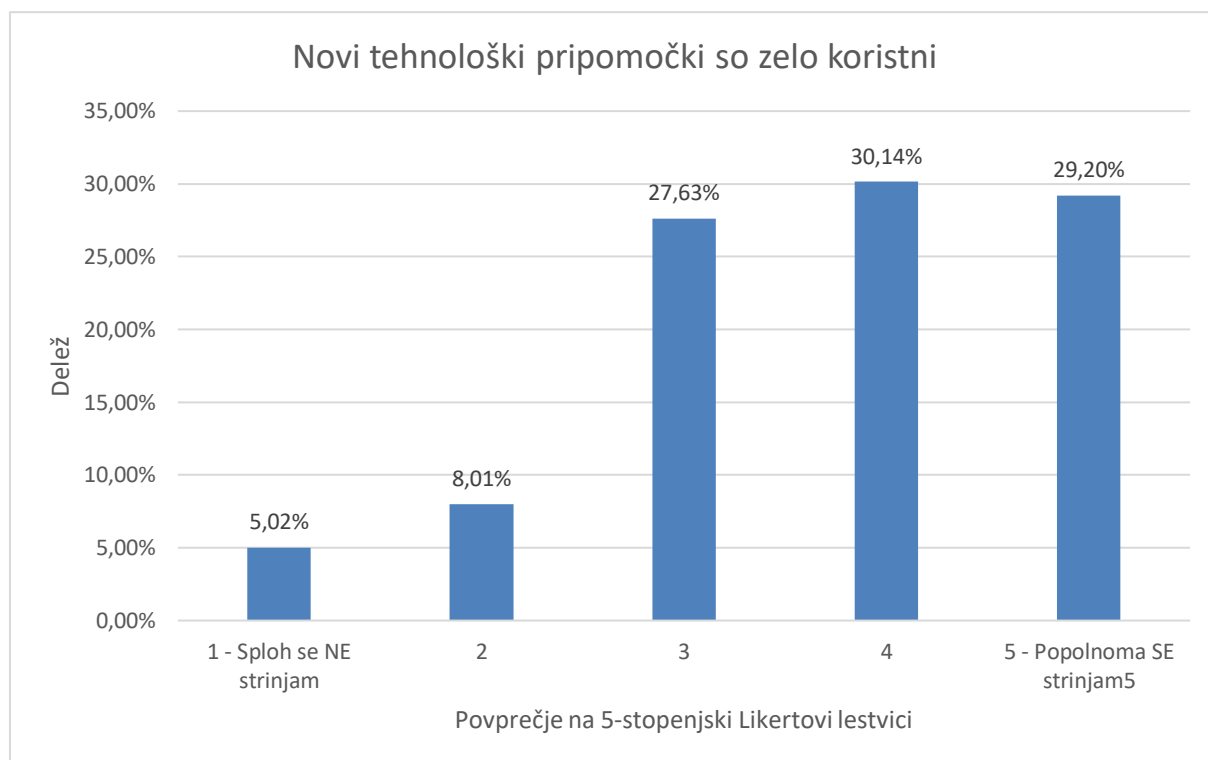
Slika 44 Ocena respondentov glede vpliva telefona na kakovost življenja (n=640)



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

Respondenti so trditev *Novi tehnološki pripomočki so zelo koristni* ocenjevali na 5-stopenjski lestvici, pri kateri je 1 pomenila *sploh se ne strinjam*, 5 pa *popolnoma se strinjam*. Največji delež respondentov je izbral oceno 4 (30,14 %), tesno ji je sledila ocena 5 (29,20 %), medtem ko je sredinsko oceno 3 izbralo 27,63 % respondentov. S trditvijo se je strinjalo 59,34 % respondentov (oceni 4 in 5), nasprotno mnenje pa je izrazilo 13,03 % respondentov (oceni 1 in 2), kar kaže na pretežno pozitiven odnos do novih tehnoloških pripomočkov.

*Slika 45 Ocena respondentov glede koristnosti novih tehnoloških pripomočkov (n=673)*



Vir: Rek, Ljubotina in Bratoš (2026)

#### **4 SKLEP**

Raziskava ponuja aktualen vpogled v medijske navade in digitalne prakse starejših, vključenih v priložnostni vzorec v Sloveniji. Med njihovimi vsakdanjimi navadami imajo še vedno pomembno mesto televizija, radio in tisk, ki jih dopolnjuje vse pogostejša uporaba interneta, pametnih telefonov in družbenih omrežij. Uporaba skupnih kazalnikov omogoča tudi primerjavo izbranih vidikov medijske in digitalne pismenosti z raziskavo iz leta 2018. Ta nakazuje predvsem večjo prisotnost sodobnih tehnologij v vsakdanu sodelujočih, zlasti interneta, do katerega je imela leta 2018 dostop manj kot polovica vprašanih, leta 2026 pa je bil ta delež precej višji. Pri razlagi razlik je kljub temu potrebna previdnost, saj sta raziskavi temeljili na različnih vzorcih, zato jih ni mogoče pripisati izključno časovnim spremembam.

Podatki hkrati nakazujejo, da večja dostopnost digitalnih tehnologij sama po sebi še ne pomeni nujno enakovredne digitalne vključenosti. Čeprav sta dostop do interneta in uporaba pametnih telefonov v vzorcu iz leta 2026 zelo razširjena, so sodelujoči pri ocenjevanju lastnih spretnosti bolj zadržani. Skoraj polovica (47,73 %) jih poroča, da zna internet dobro uporabljati, medtem ko približno petina svoje znanje ocenjuje slabše. Razlike so opazne tudi med starostnimi skupinami, saj mlajši starejši pogosteje uporabljajo nekatere sodobne tehnologije kot osebe, stare 75 let in več. Ob vse večji dostopnosti informacij in storitev na spletu tako v ospredje stopa pomen ustreznih kompetenc za samostojno uporabo tehnologij in sodelovanje v sodobni družbi.

Odgovori sodelujočih deloma osvetljujejo tudi njihov odnos do verodostojnosti medijskih vsebin. Nakazujejo določeno mero previdnosti pri presoji informacij, zlasti na družbenih omrežjih, ter uporabo različnih načinov preverjanja virov. Takšne prakse predstavljajo tehten vidik kritične medijske pismenosti, ki prispeva k samostojnemu in odgovornemu ravnanju v informacijskem prostoru.

Rezultate raziskave je nazadnje treba umestiti tudi v širši družbeni kontekst. Velik delež sodelujočih je vključen v društva in interesne dejavnosti, mnogi pa ohranjajo stike z več

generacijami. Pri interpretaciji je ključen tudi način pridobivanja respondentov, saj je bil del vzorca dosežen prek društev in drugih organizacij. Aktivnejši posamezniki so zato lahko zastopani v večji meri, kar omejuje možnost posploševanja rezultatov na celotno populacijo starejših v Sloveniji. Ob tem velja upoštevati še morebitno povezanost socialne in digitalne vključenosti. Medosebni stiki lahko olajšajo spoznavanje in uporabo tehnologij, te pa ponujajo dodatne možnosti za ohranjanje odnosov in sodelovanje v širši skupnosti.

Pomen pričujočega dela presega zgolj opis medijskih navad in digitalnih praks starejših. Raziskava prispeva k boljšemu razumevanju njihovih izkušenj in potreb ter ponuja izhodišča za oblikovanje prilagojenih izobraževalnih programov in drugih oblik podpore.

#### **4.1 Priporočila in prihodnje raziskave**

Na podlagi rezultatov se kaže potreba po nadaljnjem razvoju programov medijske in digitalne pismenosti, ki bi poleg tehničnega obvladovanja naprav krepili tudi sposobnost samostojnega in varnega delovanja v digitalnem okolju. Posebno pozornost velja nameniti uporabi spletnih storitev, varovanju zasebnosti ter kritični presoji informacij. Dodatno podporo bi bilo koristno zagotoviti predvsem posameznikom z manj digitalnimi izkušnjami in tistim, ki tehnologije uporabljajo v omejenem obsegu ali sploh ne. Načrtovanje izobraževalnih aktivnosti naj zato upošteva raznolikost starejše populacije, ki ji je treba prilagoditi vsebino in oblike pomoči. Osrednjo vlogo lahko prevzamejo društva, izobraževalne ustanove in lokalne organizacije, s katerimi so starejši že povezani.

Prihodnje raziskave bi lahko z nadaljevanjem primerljivih meritev omogočile vpogled v dolgoročne spremembe medijskih navad in uporabe tehnologij. Nadaljnje analize bi prispevale k razumevanju povezav med temi praksami, življenjskimi okoliščinami posameznikov ter njihovo socialno vključenostjo. Združevanje kvantitativnih in kvalitativnih pristopov omogoča tako prepoznavanje širših vzorcev in njihovega razvoja skozi čas kot tudi poglobljen vpogled v izkušnje in odločitve starejših.

## **VIRI IN LITERATURA**

Eurostat. 2026. *Demography of Europe – 2026 edition*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/demography-2026>.

Dostopno: 5. oktober 2026

Evropska komisija. 2026. »Media literacy.« *Shaping Europe's Digital Future*. [https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy?utm\\_source=chatgpt.com](https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy?utm_source=chatgpt.com). Dostopno: 5. oktober 2026.

Lamut, Urša. in Mirna Macur. (2012). *Metodologija družboslovnega raziskovanja: Od zasnove do izvedbe*. Vega.

Li, Wenjie idr. 2025. »Digital Literacy and Quality of Life in Community-Dwelling Older Adults: Exploring Mediating Roles of Social and Health Engagement.« *Journal of Aging & Social Policy*. DOI: 10.1080/08959420.2025.2587364.

OECD. 2025. Digital Skills for Seniors: Key Steps for Effective Training Programmes. OECD Policy Briefs, št. 35. Paris: OECD Publishing. [https://www.oecd.org/en/publications/digital-skills-for-seniors\\_9edfa7ef-en.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.oecd.org/en/publications/digital-skills-for-seniors_9edfa7ef-en.html?utm_source=chatgpt.com). Dostopno: 5. oktober 2026

Rek, Mateja, Andrej Kovačič in Kristina Brumat. 2018. *Medijske navade starejših (65 let in več)*. Ljubljana: Fakulteta za medije. <https://pismenost.si/medijske-navade-starejsih-65-let-in-vec/>. Dostopno: 5. oktober 2026

Statistični urad Republike Slovenije (SURS). 2025. »1. oktober, mednarodni dan starejših.« *Prebivalstvo*. <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/13859>. Dostopno: 5. oktober 2026

## **Priporočeni viri in literatura**

Medijska pismenost – osrednji portal o medijski pismenosti. 2024. <https://pismenost.si/>.

Dostopno: 12. avgust 2026

Rek, Mateja in Kristina Milanovski Brumat. 2016. *Mediji in srednješolci v Sloveniji*. Ljubljana: Fakulteta za medije. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://pismenost.si/pdf/Raziskava\_srednjesolci\_2016\_v13.pdf. Dostopno: 12. avgust 2026

Rek, Mateja, Predrag Ljubotina in Anja Bašin. 2023. *Mediji in osnovnošolski otroci (1. do 6. razred) v Sloveniji*. Ljubljana: Fakulteta za uporabne družbene študije. <https://pismenost.si/osnovnasola/>. Dostopno: 12. avgust 2026

Rek, Mateja, Predrag Ljubotina, Sabina Mešič in Anja Bašin. 2022. *Mediji in predšolski otroci v Sloveniji*. Ljubljana: Fakulteta za medije. <https://pismenost.si/otroci/>. Dostopno: 12. avgust 2026

Rek, Mateja. 2020. »Digital gap: Media habits of youth and senior citizens in Slovenia.« V: Matej Makarovič in Borut Rončević (ur.). *Technology and Social Choices in the Era of Social Transformations*. Berlin: Peter Lang, 15–31.

Rek, Mateja. 2021. *Medijska vzgoja in pismenost v Sloveniji*. Ljubljana: Vega.