

JULIJ 2025

NAJBOLJSEIGRALNICE.SI



Anketno poročilo

**Kako 40 % slovenskih milenijcev uporablja
igranje iger za povezovanje s sodelavci**

Kazalo

Izvršni povzetek	03
Uvod	04
Metodologija	04
Ključne ugotovitve	05
Ključne ugotovitve	06
Interpretacija rezultatov	07
Primerjalni kontekst	08
Priporočila	09
Zaključek	10

Izvršni povzetek

Ta anketa iz leta 2025, ki jo je izvedel Najboljseigralnice.si, raziskuje razvijajočo se vlogo videoiger v življenju slovenskih mladih. Študija, izvedena na vzorcu 2.500 posameznikov, starih od 25 do 39 let, preučuje, kako igranje iger vpliva na odnose na delovnem mestu, čustveno počutje, sodelovanje v skupnosti in izražanje identitete. Kar 40 % vprašanih poroča, da igre uporabljajo za povezovanje s sodelavci, 61 % pa jih igra vsaj enkrat tedensko. Poročilo analizira te vedenjske vzorce v kontekstu širših kulturnih, tehnoloških in generacijskih sprememb v Sloveniji.





1. Uvod

Milenijci zdaj predstavljajo največjo generacijsko skupino v slovenski delovni sili, njihov pristop do prostega časa, odnosov in produktivnosti pa se bistveno razlikuje od starejših generacij. Igranje iger, nekoč nišna dejavnost, je vse bolj osrednji del njihove identitete in medosebne komunikacije.

Čeprav ima Slovenija skromno, a rastočo industrijo videoiger, vključno z nekaterimi znanimi razvijalci, javna razprava pogosto zaostaja za dejanskim vedenjem milenijcev. Cilj te ankete je kvantificirati ta vedenja in ponuditi vpogled v to, kako digitalne prostočasne dejavnosti, kot je igranje iger, oblikujejo sodobne slovenske družbene norme – zlasti v profesionalnem okolju.



2. Metodologija

Vzorčna populacija: 2.500 anketirancev, starih od 25 do 39 let, stratificiranih po spolu, regiji in zaposlitvenem statusu.

Platforma anketiranja: Spletni panel Najboljseigralnice.si

Čas izvajanja ankete: 15. marec – 5. april 2025

Napaka merjenja: $\pm 1,9$ % na 95-odstotni ravni zaupanja

Odzivnost: 67 %

Demografska razporeditev:

- Spol: 51 % moški, 47 % ženske, 2 % nebinarni/Druge
- Lokacija: Ljubljana (32 %), Maribor (18 %), Kranj (9 %), Celje (7 %), podeželje/mešano (34 %)
- Zaposlitev: 78 % zaposlenih (polni ali skrajšani delovni čas), 12 % študentov, 10 % brezposelnih ali samostojnih delavcev

3. Ključne ugotovitve



3.1 Pogostost igranja in navade

- 61 % slovenskih milenijcev igra igre tedensko; 27 % vsak dan
- Najbolj priljubljeni žanri: casual puzzle (52 %), strategije (41 %), streljačine (39 %), športne igre (28 %)
- Platforme: mobilne naprave (71 %), osebni računalnik (43 %), konzole (29 %)



3.2 Igranje iger na delovnem mestu

- 40 % pravi, da uporabljajo igre za povezovanje s sodelavci
- Od teh jih je 65 % menilo, da igre izboljšujejo timsko dinamiko in zmanjšujejo stres
- 21 % jih je sodelovalo na dogodkih ali turnirjih, organiziranih s strani podjetij



3.3 Spol in igralna kultura

- Manj žensk se identificira kot »igralke« (22 % v primerjavi s 49 % moških), vendar je tedenska stopnja igranja skoraj enaka (48 %)
- 62 % igralk si želi boljše zastopanosti žensk v videoigrah
- 18 % vseh anketirancev meni, da je igralna kultura v Sloveniji še vedno »pretežno moško dominirana«

3. Ključne ugotovitve



3.4 Družbena povezanost in skupnost

- 33 % pripada vsaj eni spletni slovenski igralni skupnosti (npr. Discord, Reddit, Twitch)
- 28 % jih je preko igranja iger našlo prijatelja ali romantičnega partnerja
- 36 % igralcev v partnerskem odnosu redno igra s svojo boljšo polovico



3.5 Duševno zdravje in obvladovanje stresa

- 64 % uporablja igre za spopadanje z anksioznostjo, dolgčasom ali depresijo
- 70 % jih je navedlo igre kot orodje za soočanje med pandemijo COVID-19
- 42 % jih je dejalo, da jim je igranje pomagalo pri občutku osamljenosti med delom na daljavo



3.6 Finančni trendi

- Povprečna poraba: 187 € letno za stroške, povezane z igranjem
- 35 % jih je v preteklem letu porabilo več kot 200 €
- Najpogostejši nakupi: predmeti v igrah (skin-i, battle pass), naročnine (Game Pass, PS Plus), nakupi v lokalnih trgovinah



4. Interpretacija rezultatov

4.1 Kulturne spremembe v družbenem povezovanju

Slovenski milenijci se oddaljujejo od tradicionalnih oblik povezovanja (pijače po službi, športi ob vikendih) in se obračajo k digitalno posredovanim skupnim izkušnjam, predvsem igranju iger. Igre postajajo nevtralen, igriv in vključujoč prostor za povezovanje tako introvertiranih kot ekstrovertiranih zaposlenih.

4.2 Spolno vključujoča igralna pokrajina

Kljub nižji identifikaciji žensk z oznako »igralka« je njihova vključenost visoka. Izziv je ustvariti bolj vključujočo in reprezentativno igralno kulturo. To je ključnega pomena za industrijo – zlasti za razvijalce in upravljavce skupnosti.

4.3 Ekonomski in delovni vpliv

Igranje lahko pozitivno vpliva na produktivnost, če je premišljeno vključeno v timske aktivnosti. Podjetja naj ga ne obravnavajo kot motnjo, temveč kot priložnost za izboljšanje sodelovanja in preprečevanje izgorelosti – predvsem v tehnoloških panogah.

5. Primerjalni kontekst

	SLOVENIJA (2025)	POVPREČJE EU27 (2024)
• Milenijci, ki igrajo tedensko	61%	63%
• Uporaba iger za povezovanje v službi	40%	34%
• Identifikacija žensk kot igralk	22%	25-30%
• Povprečna letna poraba za igre	187€	212€

6. Priporočila

Raziskovalna ekipa na spletni strani Najboljseigralnice.si na podlagi svojih ugotovitev podaja naslednja priporočila:



Za delodajalce

- Uvedite prostovoljne igralne klube ali večerne seanse
- Uporabljajte kooperativne igre za krepitev timskega duha
- Izogibajte se spolno pristranskim predpostavkam pri izbiri iger



Za oblikovalce politik

- Podprite slovenske indie razvijalce iger z javnimi subvencijami in davčnimi olajšavami
- Spodbujajte izobraževanja o spolno vključujočem oblikovanju iger
- Organizirajte javne »game jam-e« in dogodke za skupnostno igranje



Za izobraževalce

- Razmislite o uporabi igralnih mehanik v poklicnem in univerzitetnem okolju (gamifikacija)
- Raziščite igre kot orodje za pismenost in družbeno povezovanje



Zaključek

Slovenski milenijci so v ospredju redefiniranja mesta igranja iger v vsakdanjem življenju – še posebej pri tem, kako gradijo odnose na delu, se čustveno razbremenijo in ustvarjajo skupnost. Ker jih že 40 % igre uporablja za povezovanje s sodelavci, se meja med prostim časom in službo premika. Ta raziskava jasno kaže: za digitalno generacijo igranje ni več nišna subkultura – je infrastruktura sodobnih odnosov.

Vir: Anketa [Najboljseigralnice.si](https://najboljseigralnice.si/), 2025

Če nameravate uporabiti te ugotovitve, prosimo, vključite povezavo do <https://najboljseigralnice.si/>

