

# Video igre na društvenoj mreži Facebook

---

**Tutan, Hany**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2016**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:690258>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-04-26**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti

**HANY TUTAN**

**VIDEOIGRE NA DRUŠTVENOJ MREŽI FACEBOOK**

Diplomski rad

Pula, listopad 2016. godine

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti

**HANY TUTAN**

**VIDEOIGRE NA DRUŠTVENOJ MREŽI FACEBOOK**

Diplomski rad

**JMBAG: 0303032188, redoviti student**

**Studijski smjer: Integrirani diplomski i preddiplomski sveučilišni učiteljski studij**

**Predmet: Uporaba računala u razrednoj nastavi II**

**Znanstveno područje: društvene znanosti**

**Znanstveno polje: informacijske i komunikacijske tehnologije**

**Znanstvena grana: informacijski sustavi i informatologija**

**Mentor: izv. prof. dr.sc. Maja Ružić - Baf**

Pula, listopad 2016. godine



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Hany Tutan, kandidat za magistra primarnog obrazovanja ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

---

U Puli, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine



## **IZJAVA**

### **o korištenju autorskog djela**

Ja, Hany Tutan dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Videoigre na društvenoj mreži Facebook koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, \_\_\_\_\_

Potpis

\_\_\_\_\_

# SADRŽAJ

|  |    |
|--|----|
| SAŽETAK .....                              | 6  |
| SUMMARY .....                              | 7  |
| 1. UVOD .....                              | 8  |
| 2. DRUŠTVENA MREŽA FACEBOOK .....          | 11 |
| 3. IGRE NA DRUŠTVENOJ MREŽI FACEBOOK ..... | 13 |
| 3.1. Candy Crush Saga .....                | 19 |
| 3.2. Bubble Witch 2 Saga .....             | 24 |
| 3.3. Texas HoldEm Poker .....              | 26 |
| 3.4. 8 Ball Pool .....                     | 28 |
| 3.5. Pet Rescue Saga .....                 | 31 |
| 3.6. Criminal Case .....                   | 33 |
| 3.7. FarmVille .....                       | 38 |
| 3.8. Rekvizit .....                        | 40 |
| 4. FACEBOOK KAO ALAT ZA UČENJE .....       | 43 |
| 5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA .....         | 45 |
| 5.1. Cilj istraživanja .....               | 45 |
| 5.2. Metode rada .....                     | 45 |
| 5.3. Rezultati istraživanja .....          | 46 |
| ZAKLJUČAK .....                            | 60 |
| LITERATURA .....                           | 61 |

## SAŽETAK

Istraživanja o društvenim mrežama nisu novost te se gotovo svakodnevno provode. No, vrlo je malo istraživanja na temu igara na društvenim mrežama. Igre se smatraju razonodom koja čovjeka rastereti u užurbanom svijetu. Što kada razonoda prijeđe u ovisnost? Ljudi se od davnina smatraju kao društvena bića, te upravo taj poriv ih tjera na korištenje društvenih mreža i virtualno druženje s prijateljima. Jesu li ljudi svjesni opasnosti koje vrebaju iza šarenih boja videoigara? U ovom diplomskom radu govori se o društvenoj mreži Facebook, popularnim videoigrama, opisu i raširenosti istih. Prikazuju se rezultati istraživanja o uporabi društvenih igara na društvenoj mreži Facebook, provedeni na uzorku od 55 ispitanika Sveučilišta Juraj Dobrila u Puli, Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti.

Ključne riječi: društvena mreža, Facebook, videoigre, povijest društvenih mreža, podjela videoigara na društvenoj mreži Facebook.

## **SUMMARY**

Research about social networks are nothing new and they are being done on everyday bases. Yet, there is not a lot of research on games available on social networks. Those kind of games are considered as a relaxation in peoples everyday busy lives. But what happens when that kind of relaxation turns into addiction? People are known as social beings and that kind of urge makes them use social networks and virtual socializing with friends. Are people actually aware of dangers that are hidden behind videogames? This paper is written about the social network Facebook, popular videogames and their description and diversity. The paper also shows the results of research about the using of social games on Facebook on the sample of 55 respondents of Juraj Dobrila University of Pula.

Key words: social network, Facebook, videogames, history of social networks, division of videogames on the social network Facebook.



## 1. UVOD

Još 1968. godine u svom eseju Licklider je rekao kako je ljudska potreba za druženjem stvorila društvene mreže i kako će se u budućnosti to samo još više razvijati. Nisu bili daleko od istine. Naime, u današnjem vremenu u kojemu ljudi kao da imaju sve manje vremena za prava druženja, oči u oči, posežu za druženjima nove generacije – virtualno i digitalno. Tehnologija nam u trenutku pruža sve – druženje, igru, posao. U svom užurbanom rasporedu ljudi posežu za brzom raznodom – videograma. Još ako su te videoigre udružene s društvenim mrežama i nude kontakt igre s „prijateljima“ tim bolje. Sve to zvuči divno, no što kada se izgubi kontakt s realnosti i ta igra zapravo okuje korisnika u beskonačnu petlju? Jesu li ljudi svjesni opasnosti od ovisnosti koja vreba iza šarenih videoigara? U ovom diplomskom radu prikazuju se popularne igre planetarno poznate društvene mreže Facebook, njihovi opisi te mogućnosti igranja.

Čovjek je društveno biće i kao takav radi sve u svojoj moći kako bi bio bliže ljudima iz svoje okoline, prijateljima, obitelji i slično. Upravo družeći se čovjek raste, uči te prosperira. Zato i ne treba čuditi izum interneta te posljedično i izum društvenih mreža. Računalo ima svoj puni utjecaj tek kada je umreženo i povezano s drugim računalima.

Licklider, Taylor (1968) u svom eseju „Računalo kao komunikacijsko sredstvo“ postavili su pitanje: „Kakve će interaktivne online zajednice biti? Na većini područja činit će ih zemljopisno razdvojeni članovi, koji će katkad biti okupljeni u malenim skupinama, a katkad djelovati samostalno. To neće biti zajednice sa zajedničkom lokacijom, već zajedničkim interesima“. Time je već Licklider dao nagoviještaj za današnje društvene mreže.

Jedan od autora ovog eseja bio je J.C.R. Licklider (Igrić, 2012) zaposlenik ARPA-e, Agencije za napredne istraživačke projekte. Povijest društvenih mreža tako kreće 1971. godine kada su znanstvenici iz ARPA-e poslali prvi e-mail koji je u sebi imao kratku poruku 'qwertyuiop', što su u biti prva slova na tipkovnici. Ono što je iz svega nastalo je ARPANET, preteča interneta te desetak godina kasnije Usenet – preteča današnjih foruma“. Iz toga možemo vidjeti kako su ljudska potreba za druženjem i komunikacijom već tada izrodili prvu društvenu mrežu – Usenet. Iako je Usenet bio prvenstveno forum, u ono vrijeme imao je sve karakteristike današnjih društvenih

mreža. Omogućavali su korisnicima pretraživanje korisnika, nepoznatim ljudima da komentiraju zajedničke teme, ulaze u debate ili se jednostavno druže. Jedina razlika u odnosu na današnje društvene mreže jest to da se korisnici nisu mogli povezivati i pratiti na način na koji to danas omogućuju društvene mreže.

Ipak, prvom pravom društvenom mrežom možemo smatrati Six Deegres. Prema Igrić (2012) stoji: da godine 1995. nastala je mreža Classmates.com na kojoj ste mogli potražiti svoje bivše školske kolege i s njima komunicirati. Međutim, opciju da se povežete, da postanete prijatelji ova stranica dobila je tek kasnije, kada ju je vidjela kod SixDeegreesa. Bila je to prva, prava društvena mreža sa svim funkcijama koje imaju i one današnje.“

Društvena mreža SixDeegres bazirala se na principu da se do svih ljudi na svijetu može doći u šest koraka. Naime, jedan čovjek može znati 100 ljudi, a svatko od tih 100 ljudi zna još 100 ljudi. Na taj način, kroz šest stupnjeva dolazimo do svih ljudi na cijelom svijetu. Upravo odatle dolazi i ime.

Negdje u vrijeme i nakon SixDeegresa nastale su brojne društvene mreže koje su se specijalizirale za razne ciljeve: Match.com za traženje ljubavnih partnera, Ryze.com za poslovnjake. Međutim, ono što je nedostajalo bila je mreža za tzv. obične ljude; one koji jednostavno žele komunicirati sa svojim prijateljima i preko interneta. Tom potrebom 2003. godine nastala je društvena mreža Friendster. Ideja osnivaču Johnatanu Abramsu došla je preko SixDeegresa. Njegova zamisao bila je prikazivanje pravih identiteta korisnika. Mreža se ubrzo proširila. Fasciniran i opčinjen uspjehom, Abrams je odbio Google – ovu ponudu vrijednu 30 milijuna dolara. No, kako je rasla stranica tako su rasli i prvi problemi – presporo učitavanje stranice, lažni profili i slično. Zbog velikih novčanih gubitaka Abrams je tražio ulagače. Spasio ga je investitor Reid Hoffmann. Upravo je Hoffmann pokrenuo svoju mrežu – LinkedIn. Hoffman je smatrao kako LinkedIn neće biti konkurencija Abramsovom Friendsteru s obzirom da je njegova zamisao njegove društvene mreže bila poslovna te je samim time ciljana populacija ovih dviju mreža potpuno različita. U samim počecima, LinkedIn je bio strogo poslovan - na njemu se mogao postaviti životopis, a fotografije su bile zabranjene. Osim što je ulagao u Friendster i osnovao LinkedIn, Hoffman je također bio važan i zbog toga što je od vlasnika SixDeegresa otkupio patent za društvene mreže. (Igrić, 2012).

Rastom novog, zanimljivog MySpacea koji je pokrenut 2003. i pružao je objave blogova i igranje igara, publika je vrlo brzo uvidjela da je Friendster prespor i previše zatvoren. Održati ga na životu nije uspio niti investitor Sean Parker koji je nažalost, sa svojim klijentima stigao prekasno. Friendster je već bio na izdisaju.

Nedugo zatim javlja se planetarno popularna društvena mreža Facebook.

## 2. DRUŠTVENA MREŽA FACEBOOK

Facebook je društvena mreža dizajnirana kako bi povezala korisnike. Facebook dopušta korisnicima izradu profila koji uključuju njihove osobne interese, slike, afinitete i, uz neka ograničenja – sve virtualno što korisnik želi objaviti. Podaci koje korisnici unose u svoj profil povezuju ih s ostalim korisnicima koji su objavili slične informacije.<sup>1</sup>



Slika 1. Službena web stranica Facebook - a

Facebook je uglavnom promatran kao web stranica virtualne društvene mreže gdje korisnici međusobno djeluju putem skupa mreža koje se konstantno nižu, a temelje se na uglavnom zajedničkim kriterijima npr. sveučilište, fakultet ili koledž, prijateljstvo, interesne skupine, omiljeni filmovi i drugim kriterijima (Šimović, Ružić – Baf, 2013).

<sup>1</sup> Izvorni citat (prema izvoru: <https://net.educause.edu/ir/library/pdf/eli7017.pdf>, 7 things you should know about... Facebook, 11.3.2016.): „Facebook is a social networking site designed to connect users. Facebook allows individuals to create profiles that include personal interests, affiliations, pictures, and—with some limitations—virtually anything else a user wants to post. Information entered in a profile links that user to others who have posted similar information.“ (slobodan prijevod dijela engl. citata: Facebook je društvena mreža dizajnirana kako bi povezala korisnike.) ...

Društvenoj mreži Facebook može se svatko pridružiti: korisnici ne trebaju biti povezani samo u svojstvu studenta, diplomata, profesora ili drugo. Stranica nudi mrežne veze utemeljene i na drugim kriterijima, primjerice lokacije, radno mjesto, srednja škola i drugo.

Prema istraživanju agencije ComScore (2012) upravo društvena mreža Facebook je najpopularnija društvena mreža posljednjih pet godina.

Harvardski student i izvrсни programer Mark Zuckerberg, zajedno sa svojim cimerima, pokrenuo je društvenu mrežu namijenjenu studentima njegovog sveučilišta. Samo ime dolazi od činjenice da je Zuckerberg fotoalbume studenata želio postaviti online gdje bi ih svi mogli vidjeti. Međutim, kada mu je fakultet zabranio koristiti se službenim fotografijama studenata, odlučio je omogućiti svima s harvardskom e-mail adresom otvaranje profila na Thefacebooku. Na taj način legalno bi zaobišao odluku fakulteta.

U samim počecima, ova mreža rasla je iz tri jednostavna razloga: Zuckerberg ju je kroz aplikacije učinio zanimljivom (npr. Facemash<sup>2</sup>), utjecao je na dolazak novih korisnika pa je stranica bila stabilna i brza (na to je uvijek pazio), doveo je Seana Parkera. Upravo je Parker upoznao Zuckerberga s Reidom Hoffmanom, osnivačem LinkedIna i vlasnikom patenta za društvene mreže. Iako je Hoffman bio oduševljen Thefacebookom, ipak nije želio biti glavni ulagač, ali je predložio svog suradnika Petera Thiela. Baš će se Thiel, kao jedan od bivših menadžera i suosnivača PayPal, iskristalizirati u ključnu osobu za dovođenje kapitala u mladi Thefacebook.

Zuckerbergova zamisao bila je u tome da mreža konstantno mora rasti, pa i unatoč tome što možda pritom ne zarađuje novac. Često se znalo dogoditi da odbije postaviti reklamu ako bi ona narušavala izgled stranice.

Zuckerberg je 2007. omogućio svakom programeru da osmisli i postavi aplikaciju na stranicu: ova jednostavna ideja omogućila je na tisuće igara i sustava bez kojih bi današnji Facebook bio neprepoznatljiv (Igrić, 2012)

---

<sup>2</sup> Facemash, projekt – svrha projekta bilo je ustanoviti tko je najzgodniji na sveučilištu uz pomoć računalnog koda koji se koristi pri rangiranju šahovskih igrača. (Kirkpatrick D: Facebookov efekt, 31.str.)

### 3. IGRE NA DRUŠTVENOJ MREŽI FACEBOOK

Godina 2009. bila je godina kada su društvene igre doživjele nagli porast, odnosno eksploziju u ljudskoj svijesti. Dok je što se društvenih igara tiče fokus bio na MMORPGs (*Massive Multiplayers Role Playing Games*), primjerice igra World of Warcraft (WoW), veliki dio svijesti o društvenim igrama bio je usmjeren usponu društvenih igri na društvenim mrežama. Iako mnoge društvene mreže, MySpace, primjerice su doprinijele rastu ovog trenda ističući rastući broj aplikacija, upravo je društvena mreža Facebook gdje su aplikacije igara imale najveći uticaj.<sup>3</sup> Igre na Facebook – u igraju korisnici svih dobnih skupina.

Facebook društvena mreža u svojem izborniku aplikacije nudi izbor aplikacije igre koje korisnik može izmijeniti ovisno o željama. Može izmijeniti postavke u slučaju da ne želi primati obavijesti ili zahtjeve igre koju ne igra.

Slika 2 nam prikazuje izbornik Aplikacije u kojoj se nalazi aplikacija Igre.

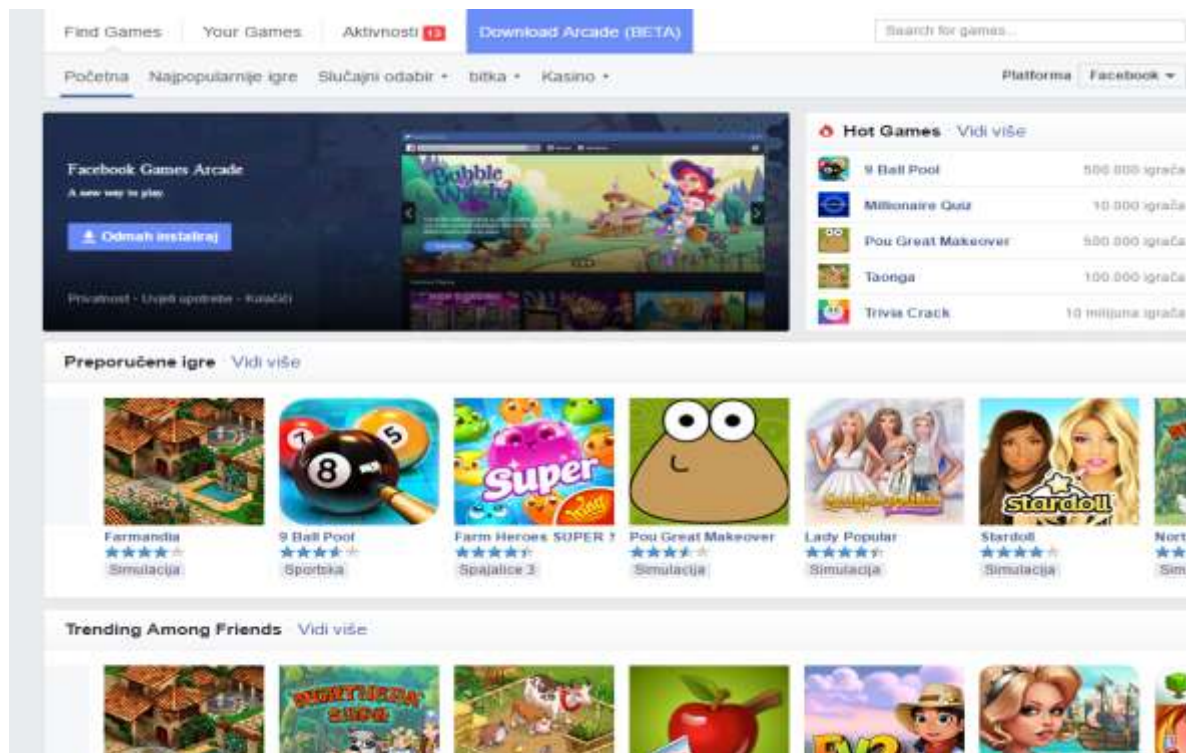
Na Slici 3 možemo vidjeti popularne te igre po kategorijama na platformi Facebook.

---

<sup>3</sup> Izvorni citat (prema izvoru: [http://www.mirlabs.org/ijcism/regular\\_papers\\_2011/Paper80.pdf](http://www.mirlabs.org/ijcism/regular_papers_2011/Paper80.pdf), Facebook Games: Between Social and Personal Aspects. 13.3.2016.): „2009 was the year social games exploded into the mainstream consciousness. While most of the focus on social games was due to MMORPGs (Massive Multiplayers Role Playing Games) such as World of Warcraft (WoW), a large part of social games awareness was generated by the rise of social games in social networks. Although many social networks (such as MySpace and Bebo) have contributed to the growth of this trend by featuring a growing range of applications, Facebook is the social network where games applications have had the hugest impact.“ (slobodan prijevod dijela engl. citata: 2009. je bila godina kada su društvene igre doživjele nagli porast, odnosno eksploziju u ljudskoj svijesti...)



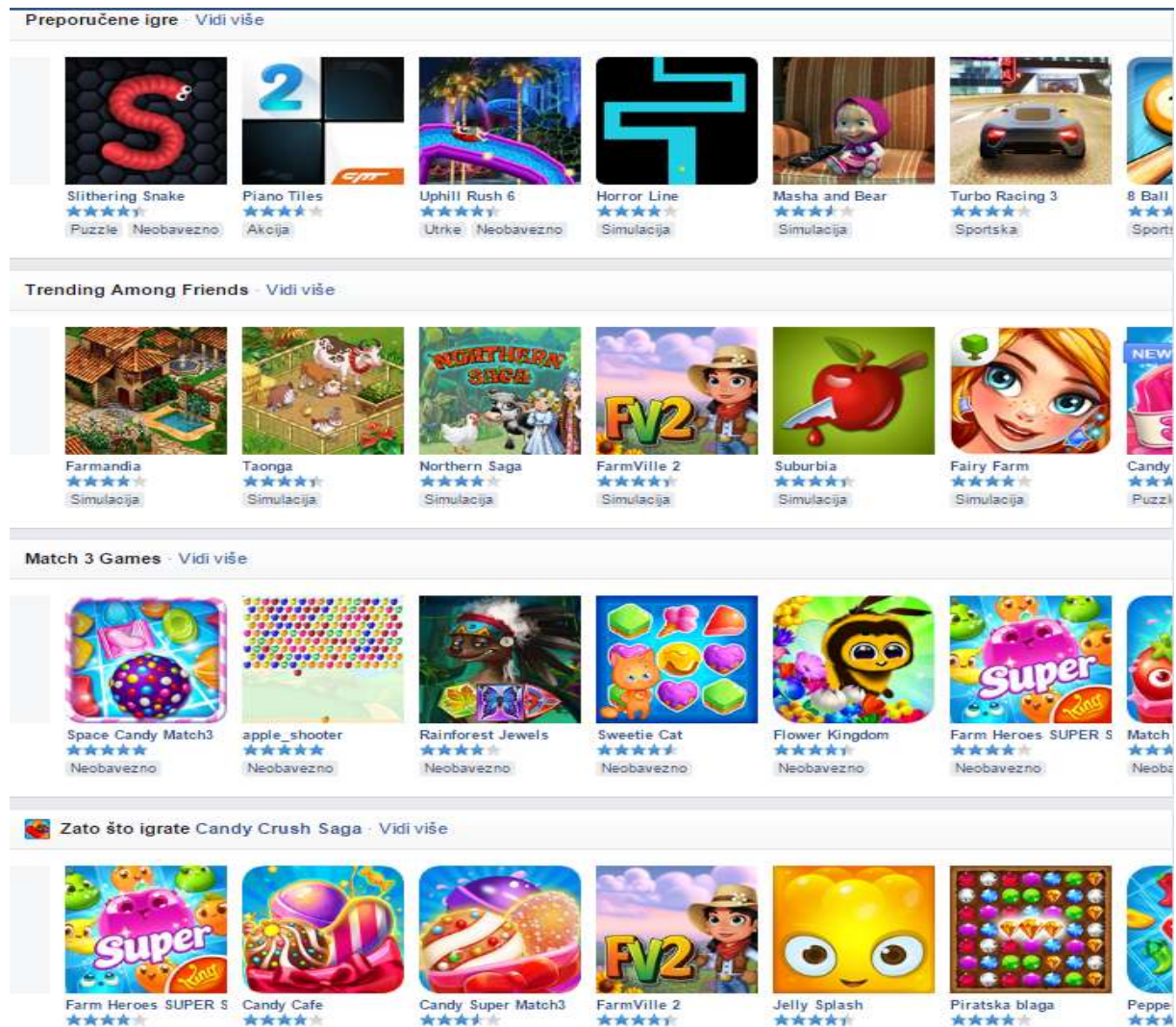
Slika 2. Izbornik Aplikacije na društvenoj mreži Facebook



Slika 3 Prikaz sučelja za igre na društvenoj mreži Facebook

Na početnoj strani aplikacije igre nalaze se preporučene igre za korisnika temeljem igara koje je prethodno igrao. Zatim mogu pronaći popularne igre među prijateljima

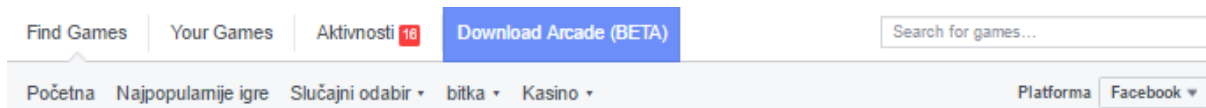
korisnika te igre na temelju igara koje korisnik igra najviše.



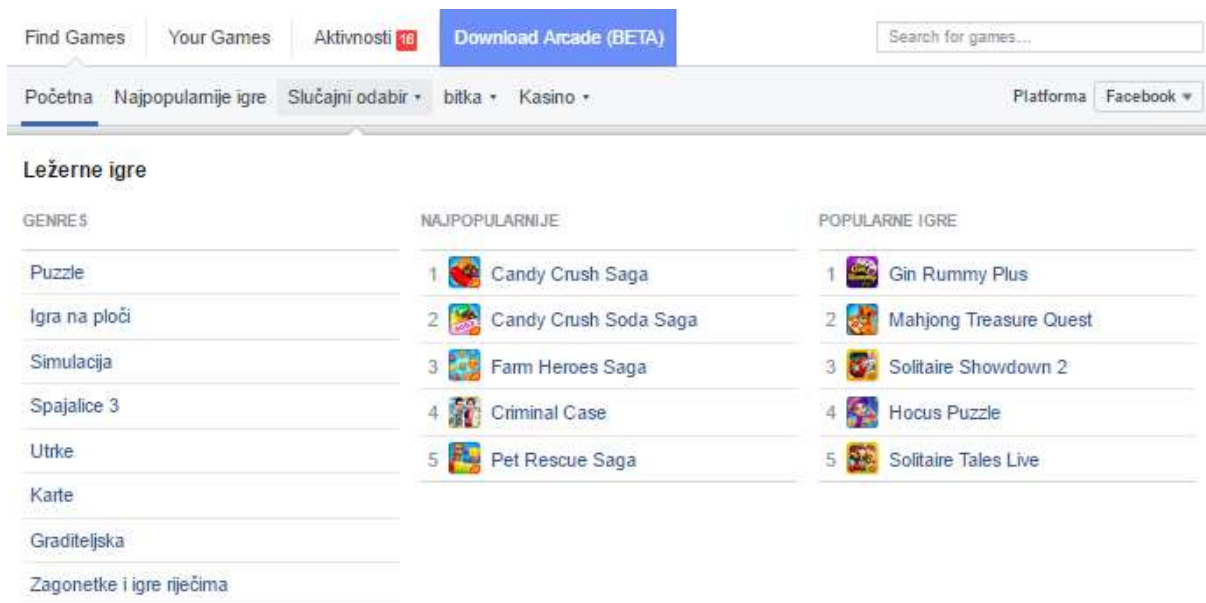
**Slika 4.** Prikaz igara koje se nude korisniku na početnoj strani aplikacije Igre

Izbornici u aplikaciji igre (Slika 5) nude mogućnosti pronalaska igara, mogućnost da korisnik vidi igre koje igra na jednom mjestu, aktivnosti prijatelja. Izbornik pronalaska igara nudi sljedeće izbornike: početna, najpopularnije igre, slučajni odabir (Slika 6) u kojem se nalaze žanr ležerne igre s ponuđenim igrama, nadalje slijedi izbornik bitka (Slika 7) u kojem se nalaze ratne igre te ponuđene najpopularnije i posljednji izbornik nudi kasino (Slika 8) u kojem se nalaze kockarske igre.





Slika 5. Prikaz izbornika aplikacije Igre



Slika 6. Mogućnosti koje nudi izbornik Slučajni odabir

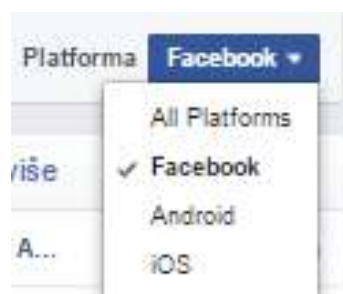


Slika 7. Mogućnosti koje nudi izbornik Bitka








**Slika 8.** Mogućnosti koje nudi izbornik Kasino

Društvena mreža Facebook također nudi mogućnost promjene platforme na kojoj se nalaze igre. Tako među ponuđenim platformama se nalazi izbor svih platformi ili izbor platformi pojedinačno. Platforme koje su ponuđene su: Facebook, Android, iOS.



**Slika 9.** Izbor platformi

Ispod izbornika platforma nalazi se izbornik naziva Hot games koji pokazuje koje su igre trenutno najpopularnije na društvenoj mreži te koliko ih korisnika u ovom trenutku igra.

| Hot Games - Vidi više   |                        |                |
|---|------------------------|----------------|
|  | UFO Mix: Save the A... | 100.000 igrača |
|  | Hangman                | 500.000 igrača |
|  | Traffic Racer          | 500.000 igrača |
|  | World's Hardest Game   | 100.000 igrača |
|  | Pinata Cookies         | 10.000 igrača  |

**Slika 10.** Izbornik Hot Games

Podjela igara na Facebooku je sljedeća:

- Match 3 Games
- Casual Games
- Sportske igre
- Table Games
- Akcijske igre
- Role Playing Games
- Igre na ploči
- Runner Games
- Avanturističke igre
- Poker & Table Games
- Arcade Games
- Trivia & Word Games
- Card Games
- Puzzle Games
- Simulation Games
- Igre sa skrivenim objektima
- Casino Games
- Builder Games
- Slots Games
- Card Battle Games

Slijede kratki opisi najpopularnijih igara na društvenoj mreži Facebook.

### 3.1. Candy Crush Saga

Candy Crush Saga, često nazivana i Candy Crush je najpopularnija video igra na svijetu koju svakodnevno igra više od 15 milijuna igrača na Facebook - u. Igra je za Facebook izdana 12. travnja 2012. godine, a za pametne telefone kasnije iste godine, 14. studenog. Popularnost te jednostavne igre, u kojoj je cilj razbiti što više bombončića, raste iz dana u dan.

Podaci iz 2013. godine pokazuju da je Candy Crush Saga bila najtraženija igrice na Facebook – u, iOS – u i Android Play store – u. Igra je razvijena od strane King.com<sup>4</sup>. Od ožujka 2013. igra je nadmašila do tada popularnu igru FarmVille 2 te sa prosječno 45 miliona igrača mjesečno postala najpopularnija igra. Igra ima nasljednika Candy Crush Soda. Candy Crush dostupna je i na platformama: Android, Windows 10, iOS, Windows Phone, Fire OS. Igrica je izdana 12. travnja 2012.

2014. i 2015. godine igra je bila nominirana za nagradu Nickelodeon Kids' Choice za omiljenu videoigru.

Candy Crush Saga trenutno ima nevjerojatne 2,470 razine u 166 epizoda. Svaka epizoda ima 15 razina, izuzev dvije epizode. Svaki tjedan izdaju se nove razine.<sup>5</sup>

Različiti „posebni bomboni“ mogu se formirati u odgovarajuće kombinacije od 4 ili 5 bombona. To tvori primjerice *Striped candy* koji uništava cijeli redak ili stupac bombona. *Wrapped candy*, koji djeluje kao bomba, čisti sve u krugu 8 bombona. *Color bomb* uklanja sve bombone iste boje. Ovi posebni bomboni mogu se kombinirati i zajedno dajući različite efekte: primjerice, kombinirajući *Color bomb* s *Striped candy* svi bomboni koju su boje kao *Striped candy* postaju upravo *Striped candy*. U igri se javljaju i bombe koje ako se ne spoje s bombonima iste boje eksplodiraju te tako korisnik gubi život. Svaki korisnik na raspolaganju ima pet života. Životi se „pune“ sami – svakih 25 minuta jedan život ili korisnik može poslati zahtjev prijatelju na Facebooku za život. Za prelazak na sljedeću epizodu potrebno je otključati nastavak. To se čini ili slanjem zahtjeva triju Facebook prijatelja ili

---

<sup>4</sup> King razvija igre za web, za mobilne telefone (iOS, Android, Windows Phone), Facebook i Windows (Izvor: [https://en.wikipedia.org/wiki/King\\_\(company\)](https://en.wikipedia.org/wiki/King_(company)), 13.3.2016.)

<sup>5</sup> Izvorni citat (prema izvoru: <http://candycrush.wikia.com/wiki/Levels>, Levels, 13.3.2016.): „Candy Crush Saga currently holds a whopping 2,470 levels in 166 episodes .Every episode has 15 levels except for Reality and Dreamworld episodes one (Candy Town and Sleepy Slopes) and two (Candy Factory and Funky Factory), which only has 10. New levels are being released every week.“ (slobodan prijevod dijela engl. citata: Candy Crush Saga trenutno ima nevjerojatne 2,470 razine u 166 epizoda...)

plaćanjem pravih novcima. Korisnik također može kupiti zlatne poluge kojima u igri može imati dodatne prednosti.



Slika 11. Prikaz Candy Crush igre na platformi Facebook



**Slika 12.** Prikaz kako igrati igru Candy Crush na iOS platformi



Slika 13. Prikaz kako igrati igru Candy Crush na iOS platformi

## ***Igrajte ovako:***

Povezivanje 4 ili 5 istih slatkiša u različite formacije stvara posebne slatkiše!



***Sljedeće***

Slika 14. Prikaz spajanja slatkiša



### 3.2. Bubble Witch 2 Saga

Igra je izdana 12. svibnja 2012. godine. Bubble Witch 2 Saga je bubble shooter game, odnosno igra u kojoj je cilj pucati, pogoditi i razbiti „mjehuriće“. Nastavak je to Bubble Witch Sage u kojoj su uživali milijuni igrača diljem svijeta. Poboljšanja uključuju privlačnu i u isto vrijeme ćudljivu priču poboljšanju očaravajućim likovima, dinamičnim prikazom te uzbudljivim epizodnim avanturama.

Igrači postižu rezultate stvaranjem grupa od tri ili više „čarobnih mjehurića“ te miniranjem istih zadanim potezima. Za svaki hitac kojim korisnik uništi mjehuriće on zaradi pauke koji se nalaze na dnu ekrana. Pucajući u mjehuriće oni padaju u kotao te i na taj način igrač zarađuje dodatne bodove. Svi dodaci se plaćaju pravim novcem. Postoje tjedne, dnevne ili pak godišnje ponude gdje korisnik može proći jeftinije.

Bubble Witch Saga je pokrenuta u drugom tromjesečju 2014. Godine na Facebook društvenoj mreži. Iste je godine postala dostupna kao i aplikacija za mobitel.<sup>6</sup>

Igra trenutno ima 1100 razina koji se nalaze unutar 57 epizoda. Svaka razina ima drukčiji izgled i oblik. Razvijena je od strane King.com.

---

<sup>6</sup> Izvorni citat (prema izvoru: <http://company.king.com/our-games/>, 13.3.2016.): „Bubble Witch 2 Saga is a bubble shooter game and presents a spellbinding next chapter to Bubble Witch Saga, which has been enjoyed by millions of devoted players on both Facebook and mobile devices. Enhancements include an appealing and whimsical storyline, upgraded bewitching characters, dynamic visuals, exciting episodic adventures, and much more. Players can achieve top scores by creating groups of three or more magical bubbles and blasting them within the specified move limits. For every shot that makes a bubble crackle and burst, players earn new spiders at the bottom of the screen and receive higher points by making the bubbles fall into more valuable cauldrons. Bubble Witch 2 Saga was launched in the second quarter of 2014 on Facebook and mobile.“ (slobodan prijevod dijela engl. citata: Bubble Witch 2 Saga je bubble shooter game, odnosno igra u kojoj je cilj pucati, pogoditi i razbiti „mjehuriće“..“)



Slika 15. Prikaz Bubble Witch 2 Saga na platformi Facebook

### 3.3. Texas HoldEm Poker

U Texas HoldEmu, kao i u ostalim varijantama pokera, pojedinci se natječu za svotu novca ili chipova uloženu od strane samih igrača, što se naziva pot. Pošto se karte dijele nakon detaljnog miješanja, one su izvan kontrole samih igrača, što njih tjera na kontroliranje količine novca u potu prema kartama koje su u toj ruci dobili. Sama igra sastoji se od velikog broja ruku (*handova*). Nakon kraja svake ruke, pot se dodjeljuje igraču s najboljom rukom. Ruka može završiti pokazivanjem karata (*showdown*), u kojemu ih igrači otkrivaju i uspoređuju, a pot se dodjeljuje onom s najjačom kombinacijom (postoji mogućnost da dva ili više igrača podijele pot jer je najbolja ruka zajednička, što se naziva *split pot*). Drugi način završavanja ruke je odustajanje (*fold*) svih igrača osim jednog, koji postaje i pobjednik te ruke.

Cilj igre nije osvajanje svake ruke, nego donošenje ispravnih odluka o količini novca koju će igrač uložiti, povisiti ulog, pratiti ili odustati u svakoj pojedinoj ruci. Ispravnim odlukama igrači maksimalno povećavaju izgleda da će, dugoročno gledano, novčano profitirati.

Naravno, svaki dodatak se plaća. Tako korisnik može podebljati svoj račun plaćajući pravim novcem. Postoje kratkotrajne ponude koje donose pogodnosti.

Na Facebook – u postoji više verzija ove igre, odnosno poker od različitih izdavača.



Slika 16. Prikaz ponude igre Texas HoldEm



Slika 17. Primjer najpopularnije igre Texas HoldEm, Zynga Poker



Slika 18. Prikaz novčane ponude u igri Texas HoldEm

### 3.4. 8 Ball Pool

8 Ball Pool tvrtke Miniclip je najveća svjetska besplatna online igra. U lipnju 2015., 8 Ball Pool je rangiran kao broj jedan od sto u Top listi Miniclip tvrtke. Igra nudi besplatan sadržaj te se može igrati s bilo kojeg uređaja – bilo da se radi o stolnom računalu, tabletu ili pak pametnom telefonu.

Igra je jedna od najvećih multiplayer igri u svom žanru brojeći nekoliko desetaka tisuća igrača dnevno. Od veljače 2013- godine igra je imala osamnaest milijuna aktivnih igrača.<sup>7</sup>

Ball Pool se odvija u realnim – tematskim sobama u kojoj dva igrača igraju jedan protiv drugoga za takozvani pool novac koji korisnik može potrošiti na opremu potrebnu za igru (bolji štap i slično). Također, igrači pobjedom dobivaju iskustvene bodove koji im služe da prijeđu na višu razinu. Igrači mogu kupiti novčiće, štapove te dodatnu opremu potrebnu za igru.

8 Ball ili biljar igra se sa štapom i 16 kugli: jedna bijela kugla i 15 ostalih kugli koje se sastoje od 7 prugastih kugli, 7 istobojnih kugli i jedne crne kugle. Nakon što se sve kugle rasprše udarcem u bijelu kuglu po stolu igračima su dodijeljene kugle zavisno od toga koja kugla je prva ušla u takozvani džep na stolu igrača koji je prvi raspršio kugle. Krajnji cilj igre je ubaciti sve kugle kojima su igračima dodijeljene, uključujući i crnu ubaciti u džep. Korisnik Facebooka –a može igrati s prijateljima koje ima na društvenoj mreži ili može nasumičnim putem biti dodijeljen drugom korisniku Facebook – a.

Igra je dostupna i za Android i iOS platformu.

---

<sup>7</sup> Izvorni citat (prema izvoru: [http://8ballpool.wikia.com/wiki/8\\_Ball\\_Pool](http://8ballpool.wikia.com/wiki/8_Ball_Pool), 14.3.2016.): 8 Ball Pool is an online and mobile-based billiard-themed pool simulation sports game maintained and operated by MiniclipBall Pool was ranked number one of one-hundred in Miniclip's Top 100 List.

8 Ball Pool offers free content and is able to be played from any computer device and runs in any ordinary flash-enabled browser fluently. 8 Ball Pool is the largest multiplayer game of its genre, netting thousands of players daily. As of February 2013, the game had eighteen million active players.“ (slobodan prijevod dijela engl. citata: 8 Ball Pool tvrtke Miniclip je najveća svjetska besplatna online igra..)



Slika 19. Prikaz kupovine novčića u igri 8 Ball Pool



**Slika 20.** Prikaz igre 8 Ball Pool na Facebook platformi za igre

### 3.5. Pet Rescue Saga

Pet Rescue Saga je igra slaganja puzzli (engl. *puzzle game*) u kojoj je cilj očistiti blokove i time spasiti ljubimce. Igra je kao video igra za Facebook objavljena 26. listopada 2012. godine, dok je za mobilne aplikacije izdana nešto kasnije, 12. srpnja 2013.

Igra ima četiri tipa razina:

- Klasični tip (engl. „*Classic*“) u kojem korisniku nije zadana količina blokova koju mora očistiti. Boja koja označava ovaj tip jest zelena.
- Spšavanje ljubimaca (engl. „*Rescue Pets*“) jest razina u kojoj čišćenjem blokova treba spustiti ljubimca koji se nalazi na vrhu svih blokova i time ga spasiti. Boja ove razine je crvena.
- Potezi (engl. „*Moves*“) u kojoj je cilj sa zadanim potezima za čišćenje blokova spasiti zadani broj ljubimaca. Boja Moves razine je plava.
- Hibridni tip (engl. „*Hybrid*“) ima za zadatak spustiti ljubimce s vrha blokova na dno prije nego što se blokovi spuste sami. Boja koja označava ovaj tip je ljubičasta.

Igra je podijeljena u epizode. Trenutno broji devet epizoda. U svakoj epizodi se nalazi jedanaest razina. Početni broj života iznosi pet života. Životi se pune svakih pet minuta te također postoji mogućnost slanja zahtjeva za život prijateljima.

Pet Rescue Saga također je igra koju je izradio King.com.





Slika 21. Prikaz Pet Rescue Saga igre na Facebook platformi



Slika 22. Prikaz kupovine zlatnih pločica na Pet Rescue Saga igri

### 3.6. Criminal Case

Criminal Case je detektivska igra. Izdana je 15. studenog 2012. Za Facebook. Verzija za iOS objavljena je dvije godine kasnije cijelom svijetu – 28. kolovoza 2014. Nakon toga slijedi verzija za Android objavljenja 15. travnja 2015. godine.

Igra je razvijena i objavljena od strane francuskog studija Pretty Simple. Criminal Case mjesečno u prosjeku ima deset miliona korisnika. Od 2013. godine igra je postala popularna te svojom popularnošću konkurirala čak i Candy Crush Sagi. Iste je godine, u prosincu dobila nagradu za Facebook igru godine i time potukla Candy Crush Sagu.

Igrač je u igri u ulozi detektiva koji rješava ubojstva, istražujući relevantne tragove na mjestu zločina klikćući na predmete koje se nalaze na mjestu zločina. Visoki rezultati se mogu zaraditi nalazeći predmete što je prije moguće. Dobiveni bodovi će popuniti takozvanu polugu na svakoj sceni. Punjenje poluge donosi igraču zvijezde koje se kasnije mogu koristiti za obavljanje zadataka kao primjerice ispitivanje osumnjičenih ili ispitivanje dokaza. Tijekom ovog procesa igrač također mora odraditi autopsije i analize istih što može uzeti nekoliko sati da se dovrši. Također, igrač može naći i nagovještaje koji mogu biti ključni i pomoći u hvatanju ubojice. U zadnjem stadiju svakog slučaja igrač mora obrazložiti tko je ubojica od svih osumnjičenih koristeći se profilom ubojice koje je dobio tijekom istrage. Nakon uspješne identifikacije osumnjičenih igrač može nastaviti na sljedeće scene. Nakon što riješi zagonetke ostalih scena igrač nastavlja dalje dobivajući sljedeći slučaj koji mora riješiti.

U igri se također nalaze elementi puzzli. Nekoliko jednostavnih aktivnosti koje podrazumijevaju klik i povlačenje pod nazivom forenzičke mini igre. Cilj tih mini igara jest dodati malo raznolikosti u igračevoj rutini rješavanja slučaja. Dodatne scene u svakom slučaju mogu se otključati koristeći gore spomenute zvijezde koje skupi igrač. Upravo te dodatne scene nude dodatni sadržaj u obliku mini igara otkrivajući time, primjerice, vrijeme napada na žrtvu. Primjer jedne mini igre je naći nekoliko razlika između dvije scene.

Igra sadrži 171 slučaj s 45 zvijezda koje igrač može osvojiti u svakom slučaju (iznimka je prvi slučaj koji sadrži svega 15 zvijezda i druge scene koja ima 30 zvijezda). U svakom slučaju se mogu zaraditi i po 3 medalje i 3 prstena. Zlatne medalje se dobivaju kada se u svakom slučaju sakupe sve 45 zvijezde. Zlatne medalje otključavaju različite trgovine koje igraču omogućuju kupovinu policijskih

pasa koji donose u svakom slučaju dodatnu energiju, bodove iskustva i sretne karte. Ostale zvijezde mogu se iskoristiti za kupovinu energije, novčića i slično. Sretne karte mogu se dobiti i zatražiti od prijatelja na Facebook – u koji su također igrači igre. Karte se mogu mijenjati za različite predmete uključujući bodove iskustva i nagovještaje.

Jedna od najvažnijih stvari u Criminal Case igri jest mjerač energije. Naime, energija je bitna kako bi igrač mogao istražiti mjesto zločina. Energija se može napuniti s predmetima, primjerice sokom od naranče, čips od krumpira ili raznim hamburgerima. S tim predmetima energija može prelaziti svoje ograničenje čime igrač ne mora brinuti o tome da će mu nestati energija.

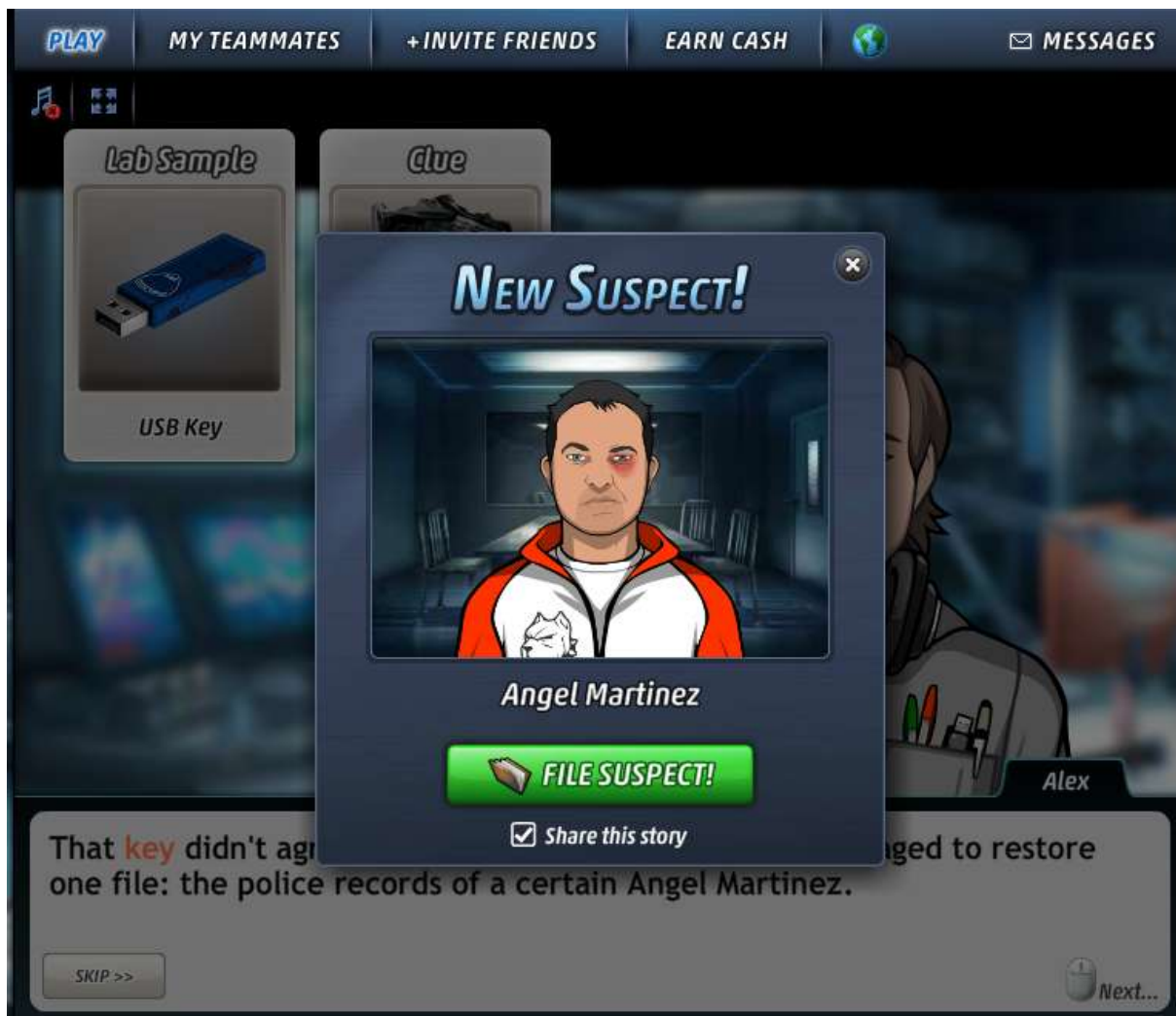
Radnja igre se odvija u Sjedinjenim Američkim Državama.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Criminal Case (video game) (Izvor: [https://en.wikipedia.org/wiki/Criminal\\_Case\\_\(video\\_game\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Criminal_Case_(video_game))) (4.6.2016.)



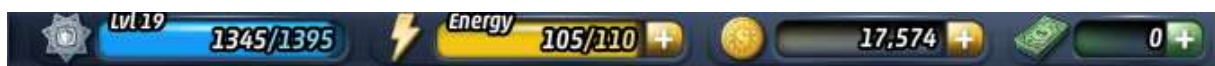
Slika 23. Prikaz položaja prijatelja i scena za istraživanje na Facebook platformi



Slika 24. Prikaz osumnjičenog u igri



Slika 25. Prikaz scene



Slika 26. Prikaz poluge s razinom, energijom, novčićima

### 3.7. FarmVille

FarmVille je naziv za računalnu videoigru koju je razvila tvrtka Zynga 2009. godine. To je browserska igra u obliku istovremene, daljinske simulacije farme. Dostupna je kao aplikacija na društvenoj mreži Facebook i posebnoj aplikaciji za Apple iPhone.

FarmVille trenutno ima više od 35 milijuna mjesečno aktivnih igrača što čini ovu igru jednom od najpopularnijih igara na društvenoj mreži Facebook. Oko 10% svih korisničkih računa na Facebooku pokreće aplikaciju

Nakon što igrač započne s igranjem FarmVilla, odnosno napravi svoju farmu, mora napraviti i svoj avatar koji mogu mijenjati u bilo kojem trenutku. Igrač započinje s praznom farmom te s određenom količinom novčića koji je primarni novac u igri. Igrači moraju zaraditi iskustvene bodove. Zараđuju ih tako da izvedu određenu aktivnost u igri kao oranje zemlje ili kupovanje predmeta. Na određenoj količini iskustvenih bodova igrač napreduje u igri prelaskom na višu razinu. Kako igrač napreduje kroz razine, dobiva više predmeta tako mu usjevi i životinje budu dostupne na „tržištu“ gdje sve te stavke mogu kupiti koristeći se novčićima ili pravim novcem. Farma novac se zaradi kada se napreduje ili ako ga se kupi za pravi novac.

Glavni način da igrač zaradi novac u igri jest kroz žetvu svojih usjeva ili posjeda susjedu. Igrač plaća u novčićima za sadnju sjemena što će mu se naposljetku isplatiti kada plod rodi. Zadatak igrača je žeti. Kontaktiranjem s drugim igračima omogućuje brži napredak farme tako da drugi igrači, pomognu ili da sam igrač pomogne drugima u branju žetve i slično. Ponekad je upravo to zamjena za novac. Odnedavno je Facebook dopustio dodavanje susjeda kojih igrač ne mora imati na listi prijatelja. Susjedi si međusobno pomažu posjećivanjem farme ili slanjem poklona.



Slika 27. Prikaz dobrodošlice ulaska u igru



Slika 28. Izgled farme prilagođene od strane igrača



### 3.8. Rekvizit

U travnju 2010. godine programer iz Splita Zoran Prnjak želio je napraviti nešto zabavno i jednostavno i tako se izrodila ideja za igru Rekvizit. Igra je pokrenuta prvo u tvrtki u kojoj Prnjak radi. Budući da je igra oduševila šefove tvrtke darovali su mu mjesto na serveru na koji se mogu spojiti svi oni s Facebook računom. Kako je povezoao igru s Facebook – on isprogramirao je samo „bot“, odnosno program koji generira pitanja i čeka točan odgovor.

Ime Rekvizit igra je dobila tako što je Zoran želio nazvati ime igre tako da se rimuje s kviz. Kako se nije mogao sjetiti ničega, nastao je ReKVIZit.

Cilj igre je što brže odgovoriti na postavljeno pitanje i na taj način sakupljati bodove. Pitanja su šarolika te se sastoje od pitanja opće kulture, povijesti, geografije sve do zabave. Postoje dvije podvrste igre: u prvoj brznoj igri igrač koji prvi točno odgovori dobije sve bodove, a u drugoj sporij igri svi koji točno odgovore dijele bodove.

Pitanja za kviz mogu smišljati i sami korisnici igre te ih slati administratorima.

Budući da je kviz na hrvatskom jeziku igru koristi više od 150 tisuća igrača diljem Balkana(Arhiva, 2010)



Slika 29. Izgled igre Rekvizit

Korisnici igre imaju mogućnost kupovine Turbo bodova i zlatnika. Turbo na korisnikov točan odgovor umnaža vrijednost odgovora s Turbo bodovima. Ostalim igračima točan odgovor na igračevo Turbo pitanje zbraja vrijednost odgovora s Turbo bodovima.

Zlatnici

Turbo

Naplata karticom/paypalom putem Facebook-a, iz Hrvatske i cijelog svijeta



100

\$0.99 USD

Naplata SMS-om, samo iz Hrvatske i BiH



100

6.20 kn

1. Pošalji SMS sadržaja **rekvizit** na **667667**  
Cijena: **6.20 kn**
2. Ubrzo, dobit ćeš SMS na svoj mobitel u kojem je aktivacijski kod
3. Primljeni aktivacijski kod unesi ovdje:
4.

Služba za korisnike: podrška11@gmail.com customer.care@ccsupport.biz / Tel: 042 500 871  
Tehnička podrška(davatelj usluge): Telekomunikacijske usluge d.o.o., Međimurska 28, 42 000 Varaždin, MB: 070096612, OIB 12385860076. Tel: 042 500 870

**Slika 30.** Mogućnost kupovine Turbo bodova na igri Rekvizit

## 4. FACEBOOK KAO ALAT ZA UČENJE

Facebook se može koristiti od strane učitelja u smislu podijele izvora i resursa za učenje, kao alat za diskusije te u smislu poboljšanja odnosa među samim učenicima. Također mogu se ugraditi razni alati za učenje poput video zapisa, slika, razgovora i slično. Također može ga se koristiti i u kombinaciji s drugim društvenim mrežama poput Twittera. Facebook ima bezbroj prednosti koje su čvrsta podloga za društveno učenje.

Brojne su mogućnosti korištenja Facebook –a:

- **Kreiranje zatvorenih grupa.** Sudionici mogu grupi pristupiti jedino putem poziva drugih članova. Nitko drugi osim članova ne može vidjeti sadržaj grupa niti pristupiti diskusijama.
- **Kreiranje otvorenih grupa.** Otvorene grupe služe za privlačenje šire publike određenog tečaja ili škole.
- **Kreiranje anketa.** Ovo je dobar način da se dobije povratna informacija tečaja ili programa, mišljenja sudionika na određenu temu.
- **Kreiranje upitnika.** Kroz upitnike može se saznati što se preferira ili pak interese sadašnjih i budućih učenika.
- **Prijenos podataka.** Putem Facebook –a mogu se prenositi sadržaji, materijale i izvore. Sve je to dostupno i na dohvat ruke 24 sata dnevno. U slučaju kakve pogreške sadržaj se može ponovno prenijeti. Također povratne informacije su brze i sigurne.
- **Dostupnost multimedije i alata za učenje.** Facebook nudi mnoge alate poput video zapisa, prezentacija, fotografija, diskusijskih grupa, privatnih poruka, dijeljenja, promocije i slično.
- **Povezivanje s pametnim telefonima.** Učenici mogu brzo povezati Facebook račun s pametnim telefonom i tako biti u mogućnosti pristupiti sadržajima i materijalima bilo kada i bilo gdje.
- **Kreiranje Facebook aplikacija.** Kreiranjem aplikacija može se stvoriti zanimljiva podloga za programere i dodavanje novih funkcija te privlačenje novih sudionika.
- **Pozivanje učenika na predstavljanje, povezivanje s drugima.** Može se

stvoriti grupa zadataka kako bi se dodatno promovirala suradnja i povezanost među učenicima. Moguće je izgubiti nekakvu hijerarhiju ovim postupkom, ali je zato važno napomenuti kako je zabava jedno, a početni cilj svega je drugo – učenje.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Izvorni citat (prema Izvoru: <https://elearningindustry.com/how-to-use-facebook-for-social-learning>, 10 Tips On How To Use Facebook For Effective Social Learning, 15.6.2016.): „Facebook can be used by the instructor to share course resources, fire up discussions, promote collaboration, improve relationships between students, incorporate an array of learning tools (such as videos, images, boards, chatting and private messaging), and use it in conjunction with other social media platforms, like Twitter...” (slobodan prijevod dijela engl. citata: „Facebook se može koristiti od strane učitelja u smislu podijele izvora i resursa za učenje, kao alat za diskusije te u smislu poboljšanja odnosa među samim učenicima.“)

## 5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je provedeno među studentima prve, treće i pete godine Sveučilišta Juraj Dobrila u Puli Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti tijekom 2016. godine. Uzorak je činio 55 ispitanika studenata prve, treće i pete godine fakulteta, te od toga je bilo 51 studentice i 4 studenta. U daljnjem tekstu biti će prikazani ciljevi istraživanja, metode rada, te rezultati istraživanja.

### 5.1. Cilj istraživanja

Puno puta su studenti raspravljajući o navikama igranja videoigara kod djece spominjali pojmove poput ovisnost, neprimjerenost, trajanje igranja i slično. Pogotovo ako se ti pojmovi vežu sa nekom od društvenih mreža. Također, ti isti studenti zaboravili su promotriti sebe. Upravo zbog toga cilj istraživanja bio je ispitati koliko studenti prve, treće i pete godine Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti provode vremena na društvenoj mreži igrajući svoju omiljenu igru, te smatraju li oni sami jesu li ovisni o tome.

### 5.2. Metode rada

U svrhu ovog rada istraživanje je provedeno među studentima prve, treće i pete godine Sveučilišta Juraj Dobrila u Puli Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti. Uzorak ispitanika čine 55 studenata koji su podijeljeni u tri skupine i to: prva, treća i peta godina te prema spolu: muški i ženski. Ispitivanje je provedeno anketnim upitnikom koji je sadržavao 12 pitanja, a za svako pitanje postavljene su varijable. Anketni upitnik sadržavao je sljedećih 12 pitanja i tvrdnji:

1. Spol (Spol)
2. Godina studija (Gstudij)
3. Koristite li društvenu mrežu Facebook? (Kface)
4. Koliko godina koristite društvenu mrežu Facebook? (Godface)
5. Za što najviše koristite društvenu mrežu Facebook? (Najviseface)
6. Jeste li igrali neku od igara ponuđenih na društvenoj mreži Facebook?

(Igraface)

7. Koju ste igru najduže igrali? (Najduzeface)
8. Koliko vremena tjedno ste proveli igrajući tu igru? (Vtigra)
9. Koliko vremena vikendom ste proveli igrajući tu igru? (Vvigra)
10. Jeste li kupovali dodatke u igrama? (Životi, žetoni, novce,...) (Kdigre)
11. U kojem dijelu dana ste aktivniji u igranju? (Ddigra)
12. Smatrate li se ovisnikom o igranju igara na društvenoj mreži Facebook?  
(Ovisnikigra)

Istraživanje je provedeno putem anketnog upitnika kojeg su studenti ispunjavali dobrovoljno i anonimno.

### 5.3. Rezultati istraživanja

U Tablici 1 prikazano je koliko studenata koristi društvenu mrežu Facebook. Tvrdnja je uspoređivanja po spolu. Daljnje tvrdnje također su uspoređivane na taj način. Dakle, u Tablici 1 može se vidjeti da 100% pripadnika muškog spola (dalje u tekstu studenti) koristi društvenu mrežu Facebook, dok postotak pripadnica ženskog spola (dalje u tekstu studentice) koji koristi društvenu mrežu Facebook je nešto manji te on iznosi 98%.

**Tablica 1. Koristite li društvenu mrežu Facebook?**

| Crosstab |        |               |        |      |        |
|----------|--------|---------------|--------|------|--------|
|          |        |               | Kface  |      | Total  |
|          |        |               | Da     | Ne   |        |
| Spol     | musko  | Count         | 4      | 0    | 4      |
|          |        | % within Spol | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
|          | zensko | Count         | 50     | 1    | 51     |
|          |        | % within Spol | 98,0%  | 2,0% | 100,0% |
| Total    |        | Count         | 54     | 1    | 55     |
|          |        | % within Spol | 98,2%  | 1,8% | 100,0% |

Tablica 2 prikazuje koliko ispitanici godina koriste društvenu mrežu Facebook. Iz Tablice 2 može se iščitati da od 1 – 3 godine Facebook koriste 3,9% studentica, studenata 0%, od 4-6 godina Facebook koristi 25% studenata (odnosno 1 student), dok isti broj godina Facebook koristi svega 42,1% studentica, od 7-8 godina Facebook društvenu mrežu koristi 75% studenata i 54,9% studentica.

**Tablica 2.** Koliko godina koristite društvenu mrežu Facebook?

| <b>Crosstab</b> |        |               |            |            |            |        |
|-----------------|--------|---------------|------------|------------|------------|--------|
|                 |        |               | Godface    |            |            | Total  |
|                 |        |               | 1-3 godine | 4-6 godine | 7-8 godina |        |
| Spol            | musko  | Count         | 0          | 1          | 3          | 4      |
|                 |        | % within Spol | 0,0%       | 25,0%      | 75,0%      | 100,0% |
|                 | zensko | Count         | 2          | 21         | 28         | 51     |
|                 |        | % within Spol | 3,9%       | 41,2%      | 54,9%      | 100,0% |
| Total           |        | Count         | 2          | 22         | 31         | 55     |
|                 |        | % within Spol | 3,6%       | 40,0%      | 56,4%      | 100,0% |

U sljedećoj tablici, Tablici 3 vidi se da na pitanje za što se najviše koriste društvenu mrežu Facebook 100% studenata je odgovorilo da društvenu mrežu koriste za komunikaciju porukama, dok je 7,8% studentica odgovorilo da na društvenoj mreži pregledavaju statuse, njih 2,0% koristi Facebook za objavljivanje fotografija, dok 90,2% studentica putem Facebook –a komunicira porukama.

**Tablica 3.** Za što najviše koristite društvenu mrežu Facebook?

| <b>Crosstab</b> |        |               |                       |                           |                       |        |
|-----------------|--------|---------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|--------|
|                 |        |               | Najviseface           |                           |                       | Total  |
|                 |        |               | Pregledavanje statusa | Objavljivanje fotografija | Komunikacija porukama |        |
| Spol            | musko  | Count         | 0                     | 0                         | 4                     | 4      |
|                 |        | % within Spol | 0,0%                  | 0,0%                      | 100,0%                | 100,0% |
|                 | zensko | Count         | 4                     | 1                         | 46                    | 51     |
|                 |        | % within Spol | 7,8%                  | 2,0%                      | 90,2%                 | 100,0% |
| Total           |        | Count         | 4                     | 1                         | 50                    | 55     |
|                 |        | % within Spol | 7,3%                  | 1,8%                      | 90,9%                 | 100,0% |



Tablica 4 kazuje jesu li ispitanici igrali neku od igara ponuđenih društvenom mrežom Facebook. Svi studenti, odnosno 100% ili 4 studenata igralo je igre ponuđene društvenom mrežom. 80,4% studentica također se izjasnilo da je igralo igre, dok 19,6% studentica je reklo da nisu igrale igre ponuđene društvenom mrežom Facebook.

**Tablica 4.** Jeste li igrali neku od igara ponuđenih na društvenoj mreži Facebook?

| Crosstab |        |               |          |       |        |
|----------|--------|---------------|----------|-------|--------|
|          |        |               | Igraface |       | Total  |
|          |        |               | Da       | Ne    |        |
| Spol     | musko  | Count         | 4        | 0     | 4      |
|          |        | % within Spol | 100,0%   | 0,0%  | 100,0% |
|          | zensko | Count         | 41       | 10    | 51     |
|          |        | % within Spol | 80,4%    | 19,6% | 100,0% |
| Total    |        | Count         | 45       | 10    | 55     |
|          |        | % within Spol | 81,8%    | 18,2% | 100,0% |

U Tablici 5 se vidi koje igre ispitanici igraju na društvenoj mreži Facebook. Što se tiče pripadnika muškog spola njih 75% izjasnilo se da igra Candy Crush Sagu, što je više od 61% studentica koje igraju istu igru. Texas HoldEm Poker igra 9,8% studentica, Ball Pool igra 4,9% studentica, dok Pet Rescue Sagu igra 2,4% studentica. FarmVille igra 25% studenata te 7,3% studentica. Druge igre koje nisu bile ponuđene upitnikom igra 14,6% studentica. U Drugo spadaju igre Rekvizit, SimCity.

**Tablica 5. Koju ste igru najduže igrali?**

| Crosstab |        |                  |                    |           |                 |           |       |       |        |
|----------|--------|------------------|--------------------|-----------|-----------------|-----------|-------|-------|--------|
|          |        | Najdužeface      |                    |           |                 |           |       | Total |        |
|          |        | Candy Crush Saga | Texas HoldEm Poker | Ball Pool | Pet Rescue Saga | FarmVille | Drugo |       |        |
| Spol     | musko  | Count            | 3                  | 0         | 0               | 0         | 1     | 0     | 4      |
|          |        | % within Spol    | 75,0%              | 0,0%      | 0,0%            | 0,0%      | 25,0% | 0,0%  | 100,0% |
|          | zensko | Count            | 25                 | 4         | 2               | 1         | 3     | 6     | 41     |
|          |        | % within Spol    | 61,0%              | 9,8%      | 4,9%            | 2,4%      | 7,3%  | 14,6% | 100,0% |
| Total    |        | Count            | 28                 | 4         | 2               | 1         | 4     | 6     | 45     |
|          |        | % within Spol    | 62,2%              | 8,9%      | 4,4%            | 2,2%      | 8,9%  | 13,3% | 100,0% |

U Tablici 6 se vidi koliko vremena tjedno su korisnici proveli igrajući igru na društvenoj mreži Facebook. Iz tablice se da iščitati da 1 sat tjedno igrajući igre provodi 50% studenata te 14,6% studentica. 2 sata tjedno se igra 25% studenata i 36,6% studentica. 3 sata tjedno igra 25% studenata, dok taj broj kod studentica iznosi 34,1%. Više od pet sati igre tjedno kaže da igra 14,6% studentica.

**Tablica 6. Koliko vremena tjedno ste proveli igrajući tu igru?**

| Crosstab |        |               |        |        |                |       |        |
|----------|--------|---------------|--------|--------|----------------|-------|--------|
|          |        | Vtigr         |        |        |                | Total |        |
|          |        | 1 sat         | 2 sata | 3 sata | Više od 5 sati |       |        |
| Spol     | musko  | Count         | 2      | 1      | 1              | 0     | 4      |
|          |        | % within Spol | 50,0%  | 25,0%  | 25,0%          | 0,0%  | 100,0% |
|          | zensko | Count         | 6      | 15     | 14             | 6     | 41     |
|          |        | % within Spol | 14,6%  | 36,6%  | 34,1%          | 14,6% | 100,0% |
| Total    |        | Count         | 8      | 16     | 15             | 6     | 45     |
|          |        | % within Spol | 17,8%  | 35,6%  | 33,3%          | 13,3% | 100,0% |

Tablica 7 daje uvid u pitanje koliko vremena vikendom provode ispitanici igrajući igre na društvenoj mreži Facebook. 1 sat vikendom igre igra 25% studenata i 42,5% studentica. 2 sata vikendom igra se 25% studenata i 27,5% studentica. 3 sata vikendom igrajući provede 50% studenata i 25% studentica, dok više od 5 sati igra se 5% studentica.

**Tablica 7.** Koliko vremena vikendom ste proveli igrajući tu igru?

| Crosstab |        |               |        |        |        |                |        |
|----------|--------|---------------|--------|--------|--------|----------------|--------|
|          |        |               | Vvigra |        |        |                | Total  |
|          |        |               | 1 sat  | 2 sata | 3 sata | Više od 5 sati |        |
| Spol     | musko  | Count         | 1      | 1      | 2      | 0              | 4      |
|          |        | % within Spol | 25,0%  | 25,0%  | 50,0%  | 0,0%           | 100,0% |
|          | zensko | Count         | 17     | 11     | 10     | 2              | 40     |
|          |        | % within Spol | 42,5%  | 27,5%  | 25,0%  | 5,0%           | 100,0% |
| Total    |        | Count         | 18     | 12     | 12     | 2              | 44     |
|          |        | % within Spol | 40,9%  | 27,3%  | 27,3%  | 4,5%           | 100,0% |

Na pitanje jesu li kupovali dodatke u igrama 100% ispitanika odgovorilo je da nije. 7,3% studentica odgovorilo je da je kupovalo dodatke u igrama, a njih 92,7% studentica odgovorilo je da nije kupovalo.

**Tablica 8.** Jeste li kupovali dodatke u igrama? (Životi, žetoni, novce,..)

| Crosstab |        |               |        |        |        |
|----------|--------|---------------|--------|--------|--------|
|          |        |               | Kdigre |        | Total  |
|          |        |               | Da     | Ne     |        |
| Spol     | musko  | Count         | 0      | 4      | 4      |
|          |        | % within Spol | 0,0%   | 100,0% | 100,0% |
|          | zensko | Count         | 3      | 38     | 41     |
|          |        | % within Spol | 7,3%   | 92,7%  | 100,0% |
| Total    |        | Count         | 3      | 42     | 45     |
|          |        | % within Spol | 6,7%   | 93,3%  | 100,0% |

Tablica 9 pokazuje u kojem dijelu dana su ispitanici aktivniji u igranju igara na društvenoj mreži Facebook. 75% muških ispitanika odgovorilo je da su aktivniji u igranju popodne, a njih 25% igra noću. Što se tiče studentica, one su odgovorile da njih 2,4% igra ujutro, 48,8% studentica voli igrati igre popodne, njih 48,8% igra noću.

**Tablica 9. U kojem dijelu dana ste aktivniji u igranju?**

| <b>Crosstab</b> |        |               |        |         |       |        |
|-----------------|--------|---------------|--------|---------|-------|--------|
|                 |        |               | Ddигра |         |       | Total  |
|                 |        |               | Ujutro | Popodne | Noću  |        |
| Spol            | musko  | Count         | 0      | 3       | 1     | 4      |
|                 |        | % within Spol | 0,0%   | 75,0%   | 25,0% | 100,0% |
|                 | zensko | Count         | 1      | 20      | 20    | 41     |
|                 |        | % within Spol | 2,4%   | 48,8%   | 48,8% | 100,0% |
| Total           |        | Count         | 1      | 23      | 21    | 45     |
|                 |        | % within Spol | 2,2%   | 51,1%   | 46,7% | 100,0% |

Na posljednje pitanje smatraju li se ispitanici ovisnicima o igranju igara na društvenoj mreži Facebook Tablica 10 prikazuje sljedeće postotke: 100% studenata smatra da nije ovisno o igranju, dok 7,3% studentica smatra se ovisnima o igranju igara na Facebook – u, a njih 92,7% se ne smatra ovisnima.

**Tablica 10. Smtrate li se ovisnikom o igranju igara na društvenoj mreži Facebook?**

| <b>Crosstab</b> |        |               |             |        |        |
|-----------------|--------|---------------|-------------|--------|--------|
|                 |        |               | Ovisnikigra |        | Total  |
|                 |        |               | Da          | Ne     |        |
| Spol            | musko  | Count         | 0           | 4      | 4      |
|                 |        | % within Spol | 0,0%        | 100,0% | 100,0% |
|                 | zensko | Count         | 3           | 38     | 41     |
|                 |        | % within Spol | 7,3%        | 92,7%  | 100,0% |
| Total           |        | Count         | 3           | 42     | 45     |
|                 |        | % within Spol | 6,7%        | 93,3%  | 100,0% |

Nakon analize ispitanika po spolu slijedi analzi ispitanika po godini studija. Pitanja i tvrdnje su iste kao i u prethodnim tablicama.

Tablica 11 prikazuje korištenje društvene mreže Facebook po godini studija ispitanika. 100% ispitanika prve godine koristi Facebook. Na trećoj godini 83,3% studenata koristi Facebook, dok njih 16,7% ne koristi tu društvenu mrežu. Na petoj godini studija svi ispitanici, odnosno njih 100% koriste društvenu mrežu Facebook. Vrijednost  $\chi^2$  testa (Hi kvadrat=7,824 (df=2), p=0,02) pokazala se većom od granične vrijednosti na drugom stupnju slobode pa ove podatke možemo smatrati statistički značajnima.

**Tablica 11.** Koristite li društvenu mrežu Facebook?

| Crosstab |          |                  |        |       |        |
|----------|----------|------------------|--------|-------|--------|
|          |          |                  | Kface  |       | Total  |
|          |          |                  | Da     | Ne    |        |
| Gstudij  | 1.godina | Count            | 31     | 0     | 31     |
|          |          | % within Gstudij | 100,0% | 0,0%  | 100,0% |
|          | 3.godina | Count            | 5      | 1     | 6      |
|          |          | % within Gstudij | 83,3%  | 16,7% | 100,0% |
|          | 5.godina | Count            | 18     | 0     | 18     |
|          |          | % within Gstudij | 100,0% | 0,0%  | 100,0% |
| Total    |          | Count            | 54     | 1     | 55     |
|          |          | % within Gstudij | 98,2%  | 1,8%  | 100,0% |

Tablica 12 daje odgovor na godine korištenja društvene mreže Facebook. Na prvoj godini studija 4-6 godina koristi 54,8% ispitanika, njih 45,2% Facebook koristi 7-8 godina. Treća godina pokazuje kako njih 16,7% koristi Facebook 1-3 godine, te kako 7-8 godina na Facebooku slavi njih 83,3%. Na petoj godini 5,6% studenata koristi Facebook 1-3 godine, 27,8% koristi Facebook 4-6 godina, te 7-8 godina Facebook koristi njih 66,7%.

Vrijednost  $\chi^2$  testa (Hi kvadrat=7,824 (df=2), p=0,02) pokazala se većom od granične vrijednosti na drugom stupnju slobode pa ove podatke možemo smatrati statistički značajnima.

**Tablica 12.** Koliko godina koristite društvenu mrežu Facebook?

| Crosstab |          |                  |            |            |            |        |
|----------|----------|------------------|------------|------------|------------|--------|
|          |          |                  | Godface    |            |            | Total  |
|          |          |                  | 1-3 godine | 4-6 godine | 7-8 godina |        |
| Gstudij  | 1.godina | Count            | 0          | 17         | 14         | 31     |
|          |          | % within Gstudij | 0,0%       | 54,8%      | 45,2%      | 100,0% |
|          | 3.godina | Count            | 1          | 0          | 5          | 6      |
|          |          | % within Gstudij | 16,7%      | 0,0%       | 83,3%      | 100,0% |
|          | 5.godina | Count            | 1          | 5          | 12         | 18     |
|          |          | % within Gstudij | 5,6%       | 27,8%      | 66,7%      | 100,0% |
| Total    |          | Count            | 2          | 22         | 31         | 55     |
|          |          | % within Gstudij | 3,6%       | 40,0%      | 56,4%      | 100,0% |

Tablica 13 prikazuje za što različite godine studija koriste Facebook. Tako na prvoj godini njih 9,7% koristi Facebook za pregledavanje statusa, nitko ne koristi Facebook za objavljivanje fotografija, ali zato njih 90,3% koristi Facebook za komunikaciju porukama. Studenti treće godine studija Facebook koriste za komunikaciju porukama, njih čak 100%, dok studenti pete godine, njih 5,6% koriste Facebook za pregledavanje statusa, isti broj, 5,6% za objavljivanje fotografija te njih 88,9% koristi društvenu mrežu za komunikaciju porukama.

Vrijednost  $\chi^2$  testa (Hi kvadrat=11,668 (df=4),  $p=0,02$ ) pokazala se većom od granične vrijednosti na četvrtom stupnju slobode pa ove podatke možemo smatrati značajnima.

**Tablica 13.** Za što najviše koristite društvenu mrežu Facebook?

| Crosstab |          |                  |                       |                           |                       |        |
|----------|----------|------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|--------|
|          |          |                  | Najviseface           |                           |                       | Total  |
|          |          |                  | Pregledavanje statusa | Objavljivanje fotografija | Komunikacija porukama |        |
| Gstudij  | 1.godina | Count            | 3                     | 0                         | 28                    | 31     |
|          |          | % within Gstudij | 9,7%                  | 0,0%                      | 90,3%                 | 100,0% |
|          | 3.godina | Count            | 0                     | 0                         | 6                     | 6      |
|          |          | % within Gstudij | 0,0%                  | 0,0%                      | 100,0%                | 100,0% |
|          | 5.godina | Count            | 1                     | 1                         | 16                    | 18     |
|          |          | % within Gstudij | 5,6%                  | 5,6%                      | 88,9%                 | 100,0% |
| Total    |          | Count            | 4                     | 1                         | 50                    | 55     |
|          |          | % within Gstudij | 7,3%                  | 1,8%                      | 90,9%                 | 100,0% |

Sljedeća tablica, Tablica 14 pokazuje jesu li studenti igrali neku od ponuđenih igara na društvenoj mreži Facebook. Prva godina se izjasnila kako je njih 83,9% igralo igre ponuđene Facebook – om, dok njih 16,1% nije igralo. Na trećoj godini postotak onih koji su igrali je 66,7%, dok postotak onih koji nisu igrali iznosi 33,3%. Peta godina kaže kako njih 83,3% je koristilo igre na Facebook – u, a njih svega 16,7% nije nikad igralo igru na društvenoj mreži Facebook.

Vrijednost  $\chi^2$  testa ( $H_i$  kvadrat=3,357 (df=4),  $p=0,50$ ).

**Tablica 14.** Jeste li igrali neku od igara ponuđenih na društvenoj mreži Facebook?

| Crosstab |          |                  |          |       |        |
|----------|----------|------------------|----------|-------|--------|
|          |          |                  | Igraface |       | Total  |
|          |          |                  | Da       | Ne    |        |
| Gstudij  | 1.godina | Count            | 26       | 5     | 31     |
|          |          | % within Gstudij | 83,9%    | 16,1% | 100,0% |
|          | 3.godina | Count            | 4        | 2     | 6      |
|          |          | % within Gstudij | 66,7%    | 33,3% | 100,0% |
|          | 5.godina | Count            | 15       | 3     | 18     |
|          |          | % within Gstudij | 83,3%    | 16,7% | 100,0% |
| Total    |          | Count            | 45       | 10    | 55     |
|          |          | % within Gstudij | 81,8%    | 18,2% | 100,0% |

Tablica 15 pokazuje igre koje su igrali studenti prve, treće i pete godine. Tako prva godina je najduže igrala igru Candy Crush Saga, njih 57,7%, Texas HoldEm Poker igra 7,7% studenata prve godine, Ball Pool 7,7%, Pet Rescue Saga ne igraju studenti prve godine, dok njih 7,7% igra FarmVille, a druge igre igra njih 19,2%. Treća godina je također najduže igrala Candy Crush – njih 75%, te FarmVille, njih 25%, ostale igre se nisu proslavile kod njih. Peta godina je također najduže igrala Candy Crush - njih 66,7%, Texas HoldEm Poker igra 13,3% ispitanika, Ball Pool nitko, Pet Rescue Sagu igra svega jedna osoba, odnosno 6,7%, isto je i s FarmVillom – 6,7% te s ostalim igrama – 6,7%.

Vrijednost x2 testa (Hi kvadrat=3,219 (df=2), p=0,20).

**Tablica 15. Koju ste igru najduže igrali?**

| <b>Crosstab</b> |          |                  |                  |                    |           |                 |           |       |        |
|-----------------|----------|------------------|------------------|--------------------|-----------|-----------------|-----------|-------|--------|
|                 |          |                  | Najduzeface      |                    |           |                 |           |       | Total  |
|                 |          |                  | Candy Crush Saga | Texas HoldEm Poker | Ball Pool | Pet Rescue Saga | FarmVille | Drugo |        |
| Gstudij         | 1.godina | Count            | 15               | 2                  | 2         | 0               | 2         | 5     | 26     |
|                 |          | % within Gstudij | 57,7%            | 7,7%               | 7,7%      | 0,0%            | 7,7%      | 19,2% | 100,0% |
|                 | 3.godina | Count            | 3                | 0                  | 0         | 0               | 1         | 0     | 4      |
|                 |          | % within Gstudij | 75,0%            | 0,0%               | 0,0%      | 0,0%            | 25,0%     | 0,0%  | 100,0% |
|                 | 5.godina | Count            | 10               | 2                  | 0         | 1               | 1         | 1     | 15     |
|                 |          | % within Gstudij | 66,7%            | 13,3%              | 0,0%      | 6,7%            | 6,7%      | 6,7%  | 100,0% |
| Total           |          | Count            | 28               | 4                  | 2         | 1               | 4         | 6     | 45     |
|                 |          | % within Gstudij | 62,2%            | 8,9%               | 4,4%      | 2,2%            | 8,9%      | 13,3% | 100,0% |

U Tablici 16 se vidi koliko su ispitanici vremena tjedno proveli igrajući igru na Facebook – u. Na prvoj godina studija provodi igrajući 1 sat tjedno 15,4% ispitanika, 2 sata njih 38,5%, tri sata tjedno se igra njih 30,8%, više od 5 sati igra se njih 15,4%. Na trećoj godini studija njih 25% igra se igre 1 sat tjedno, isti broj igra se 2 sata, 3 sata se ne igra nitko, a više od 5 sati igra se 50% ispitanika treće godine. Na petoj godini jedan sat igra se 20% ispitanika, 2 sata igra se 33,3% ispitanika, 3 sata njih 46,7% te više od 5 sati nitko se ne igra na petoj godini.



Vrijednost x2 testa (Hi kvadrat=9,342 (df=10), p=0,50)

**Tablica 16.** Koliko vremena tjedno ste proveli igrajući tu igru?

| Crosstab |          |                  |        |        |                |       |        |
|----------|----------|------------------|--------|--------|----------------|-------|--------|
|          |          | Vtigr            |        |        |                | Total |        |
|          |          | 1 sat            | 2 sata | 3 sata | Više od 5 sati |       |        |
| Gstudij  | 1.godina | Count            | 4      | 10     | 8              | 4     | 26     |
|          |          | % within Gstudij | 15,4%  | 38,5%  | 30,8%          | 15,4% | 100,0% |
|          | 3.godina | Count            | 1      | 1      | 0              | 2     | 4      |
|          |          | % within Gstudij | 25,0%  | 25,0%  | 0,0%           | 50,0% | 100,0% |
|          | 5.godina | Count            | 3      | 5      | 7              | 0     | 15     |
|          |          | % within Gstudij | 20,0%  | 33,3%  | 46,7%          | 0,0%  | 100,0% |
| Total    |          | Count            | 8      | 16     | 15             | 6     | 45     |
|          |          | % within Gstudij | 17,8%  | 35,6%  | 33,3%          | 13,3% | 100,0% |

Tablica 17 pokazuje koliko studenti prve, treće i pete godine provode vremena igrajući se na Facebook – u vikendom. 48% studenata prve godine vikendom se igra 1 sat, 2 sata se igra njih 28%, tri sata vikendom igra se 20% ispitanika i više od 5 sati igra se njih 4% s prve godine. Pola ispitanika treće godine igra se 1 sat, njih 50%, 25% igra se dva sata te više od 5 sati igra se njih 25%. Što se tiče pete godine, 26,7% igra se vikendom jedan sat, isti broj, 26,7% igra se 2 sata, 46,7% pete godine igra se 3 sata vikendom, više od 5 sati nitko ne igra.

Vrijednost x2 testa (Hi kvadrat=10,645 (df=6), p=0,10)

**Tablica 17.** Koliko vremena vikendom ste proveli igrajući tu igru?

| Crosstab |          |                  |        |        |        |                |        |
|----------|----------|------------------|--------|--------|--------|----------------|--------|
|          |          |                  | Vvigra |        |        |                | Total  |
|          |          |                  | 1 sat  | 2 sata | 3 sata | Više od 5 sati |        |
| Gstudij  | 1.godina | Count            | 12     | 7      | 5      | 1              | 25     |
|          |          | % within Gstudij | 48,0%  | 28,0%  | 20,0%  | 4,0%           | 100,0% |
|          | 3.godina | Count            | 2      | 1      | 0      | 1              | 4      |
|          |          | % within Gstudij | 50,0%  | 25,0%  | 0,0%   | 25,0%          | 100,0% |
|          | 5.godina | Count            | 4      | 4      | 7      | 0              | 15     |
|          |          | % within Gstudij | 26,7%  | 26,7%  | 46,7%  | 0,0%           | 100,0% |
| Total    |          | Count            | 18     | 12     | 12     | 2              | 44     |
|          |          | % within Gstudij | 40,9%  | 27,3%  | 27,3%  | 4,5%           | 100,0% |

U Tablici 18 vidi se kupuju li studenti prve, treće i pete godine dodatke u igrama. Studenti prve godine izjasnili su se da njih 3,8% kupuje dodatke u igrama, dok njih 96,2% ne kupuje dodatke u igrama. Ispitanici treće godine, njih 25% kupuje dodatke, dok njih 75% ne kupuje. Na petoj godini jedan ispitanik, točnije 6,7% kupuje dodatke te njih 93,3% ne kupuje.

Vrijednost x2 testa (Hi kvadrat= 3,219(df=2), p=0,20)

**Tablica 18.** Jeste li kupovali dodatke u igrama? (Životi, žetoni, novce,...)?

| Crosstab |          |                  |        |       |        |
|----------|----------|------------------|--------|-------|--------|
|          |          |                  | Kdigre |       | Total  |
|          |          |                  | Da     | Ne    |        |
| Gstudij  | 1.godina | Count            | 1      | 25    | 26     |
|          |          | % within Gstudij | 3,8%   | 96,2% | 100,0% |
|          | 3.godina | Count            | 1      | 3     | 4      |
|          |          | % within Gstudij | 25,0%  | 75,0% | 100,0% |
|          | 5.godina | Count            | 1      | 14    | 15     |
|          |          | % within Gstudij | 6,7%   | 93,3% | 100,0% |
| Total    |          | Count            | 3      | 42    | 45     |
|          |          | % within Gstudij | 6,7%   | 93,3% | 100,0% |

Tablica 19 pokazuje u kojem dijelu dana su studenti aktivniji u igranju. Studenti prve godine najviše igraju popodne, njih 65,4% te noću 34,6%. Studenti treće godine najviše igraju popodne, njih 75%, dok njih 25% igra noću. Studenti pete godine su jedini među ispitanim godinama koji igraju ujutro, njih 6,7%, 20% ispitanika igra popodne, dok ih noću igra 73,3%.

Vrijednost  $\chi^2$  testa (Hi kvadrat=11,668 (df=4), p=0,02) pokazala se većom od granične vrijednosti na četvrtom stupnju slobode pa ove podatke možemo smatrati značajnima.

**Tablica 19.** U kojem dijelu dana ste aktivniji u igranju?

| Crosstab |          |                  |        |         |       |        |
|----------|----------|------------------|--------|---------|-------|--------|
|          |          |                  | Ddgra  |         |       | Total  |
|          |          |                  | Ujutro | Popodne | Noću  |        |
| Gstudij  | 1.godina | Count            | 0      | 17      | 9     | 26     |
|          |          | % within Gstudij | 0,0%   | 65,4%   | 34,6% | 100,0% |
|          | 3.godina | Count            | 0      | 3       | 1     | 4      |
|          |          | % within Gstudij | 0,0%   | 75,0%   | 25,0% | 100,0% |
|          | 5.godina | Count            | 1      | 3       | 11    | 15     |
|          |          | % within Gstudij | 6,7%   | 20,0%   | 73,3% | 100,0% |
| Total    |          | Count            | 1      | 23      | 21    | 45     |
|          |          | % within Gstudij | 2,2%   | 51,1%   | 46,7% | 100,0% |

Tablica 20 pokazuje smatraju li studenti sebe ovisnikom o igranju na društvenoj mreži Facebook. Na prvoj godini nitko se ne smatra ovisnikom, ista stvar je i s trećom godinom. Jedino na petoj godini njih troje, odnosno 20% smatra se ovisnicima, dok njih 80% se ne smatra ovisnicima.

Vrijednost  $\chi^2$  testa (Hi kvadrat=7,824 (df=2), p=0,02) pokazala se većom od granične vrijednosti na drugom stupnju slobode pa ove podatke možemo smatrati značajnima.

**Tablica 20.** Smatrate li se ovisnikom o igranju igara na društvenoj mreži Facebook?

| <b>Crosstab</b> |          |                  |             |        |        |
|-----------------|----------|------------------|-------------|--------|--------|
|                 |          |                  | Ovisnikigra |        | Total  |
|                 |          |                  | Da          | Ne     |        |
| Gstudij         | 1.godina | Count            | 0           | 26     | 26     |
|                 |          | % within Gstudij | 0,0%        | 100,0% | 100,0% |
|                 | 3.godina | Count            | 0           | 4      | 4      |
|                 |          | % within Gstudij | 0,0%        | 100,0% | 100,0% |
|                 | 5.godina | Count            | 3           | 12     | 15     |
|                 |          | % within Gstudij | 20,0%       | 80,0%  | 100,0% |
| Total           |          | Count            | 3           | 42     | 45     |
|                 |          | % within Gstudij | 6,7%        | 93,3%  | 100,0% |

## ZAKLJUČAK

Društvena mreža Facebook sa preko 1.550,000,000 aktivnih korisnika ukorijenila se u svakodnevicu ljudi. Što, tko, kada i gdje je netko može se saznati jednim klikom. Popularnost Facebooka –a prepoznali su i mnogi distributeri video igara koji su to iskoristili u svoju korist te lansirali igre na platformu Facebook. Korisnici su to s oduševljenjem prihvatili. Popularnost igara na Facebook platformi nije mimoišla nikoga. Igraju se i mladi i stari. Tu problema ne bi bilo, da korisnici znaju dozirati korištenje i društvene mreže i videoigara na istoj. Upravo zbog lakog pristupa igre i društvena mreža je dostupna bilo kada i bilo gdje te korisnici nesvjesno posežu za aplikacijom. Istraživanje koje je provedeno među 55 studenata prve, treće i pete godine Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti pokazuje kako većina ispitanih koristi društvenu mrežu Facebook te igra videoigre na istoj platformi. Zadovoljavajuća je vijest kako tek mali postotak ispitanih igra videoigre više od 5 sati. Također nitko od ispitanih se ne smatra ovisnikom o videoigrama. Postoji svijest koju imaju studenti, a odnosi se na utjecaj videoigara. Može se primijetiti kako studenti prve i pete godine svi koriste društvenu mrežu Facebook, što nije slučaj s trećom godinom, gdje Facebook koristi nešto više od osamdeset posto ispitanih studenata. Također, ispitanici koji koriste društvenu mrežu Facebook u prosjeku se služe njome od 7 do 8 godina. Gotovo svi ispitanici igrali su videoigre ponuđene društvenom mrežom. Dobra je vijest kako rijetki igraju duže od 5 sati, što ukazuje kako studenti ipak svoje slobodno vrijeme ne provode ispred monitora i zaslona pametnih telefona već to vrijeme koriste u druge svrhe, čime svoju pozornost i energiju usmjeravaju ka njima bitnijim stvarima. Valja i spomenuti kako se studenti ne smatraju ovisnima o igranju videoigara na društvenoj mreži Facebook.

## LITERATURA

### KNJIGE

1. Šimović, V., Ružić – Baf, M. (2013): *Suvremeni informacijski sustavi*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

### ČLANCI

1. Petrović, D. (2009): *Internet u funkciji personalnog umrežavanja* Saobraćajni fakultet Univerzitet u Beograd, Sociologija, Vol. LI [mrežni izvor: <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/0038-0318/2009/0038-03180901023P.pdf>] [preuzeto 4.3.2016.].
2. Güzin Mazman, S., Koçak Usluel, Y. (2010): *Modeling educational usage of Facebook*, Volume 55, Issue 2 [mrežni izvor: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131510000424>] [preuzeto 11.3.2016.].

### KORIŠTENE INTERNETSKE STRANICE

1. Licklider, J.C., Taylor R. (1968): *The Computer as a Communication Device*, Science and Technology [mrežni izvor: <http://memex.org/licklider.pdf>] [preuzeto 11.3.2016.].
2. Igrić, D. (2012): *Six degrees i Friendster: Kratka povijest društvenih mreža* [1. dio] [mrežni izvor: <http://www.inpublic.hr/kratka-povijest-drustvenih-mreza-1-dio/>] [preuzeto 11.3.2016.].
3. Igrić, D. (2012): *Kako je nastao Facebook: Kratka povijest društvenih mreža* [2. dio] [mrežni izvor: <http://www.inpublic.hr/kratka-povijest-drustvenih-mreza-2-dio/>] [preuzeto 11.3.2016.].
4. Arhiva (2010): *Najbrži kviz na internetu: ReKVIZitom se zarazilo 150.000 igrača na netu* [mrežni izvor: <http://www.jutarnji.hr/life/tehnologija/najbrzi-kviz-na-internetu-rekvizitom-se-zarazilo-150.000-igraca-na-netu/1896843/>] [preuzeto 9.6.2016.].

## POPIS ILUSTRACIJA

1. Slika 1. Službena web stranica Facebook - a [mrežni izvor: <https://hr-hr.facebook.com/>] [preuzeto 11.3.2016.].
2. Slika 2. Izbornik Aplikacije na društvenoj mreži Facebook [mrežni izvor: <https://www.facebook.com/bookmarks/apps>] [preuzeto 13.3.2016.].
3. Slika 3 Prikaz sučelja za igre na društvenoj mreži Facebook [mrežni izvor: <https://www.facebook.com/games/?platform=1>] [preuzeto 13.3.2016.]
4. Slika 4. Prikaz igara koje se nude korisniku na početnoj strani aplikacije Igre [mrežni izvor: [https://www.facebook.com/games/?from\\_bookmark=1](https://www.facebook.com/games/?from_bookmark=1)] [preuzeto 13.3.2016.].
5. Slika 5. Prikaz izbornika aplikacije Igre [mrežni izvor: <https://www.facebook.com/games>] [preuzeto 13.3.2016.]
6. Slika 6. Mogućnosti koje nudi izbornik Slučajni odabir [mrežni izvor: <https://www.facebook.com/games>] [preuzeto 13.3.2016.].
7. Slika 7. Mogućnosti koje nudi izbornik Bitka [mrežni izvor: <https://www.facebook.com/games>] [preuzeto 13.3.2016.].
8. Slika 8. Mogućnosti koje nudi izbornik Kasino [mrežni izvor: <https://www.facebook.com/games>] [preuzeto 13.3.2016.].
9. Slika 9. Izbor platformi [mrežni izvor: <https://www.facebook.com/games>] [preuzeto 13.3.2016].
10. Slika 10. Izbornik Hot Games [mrežni izvor: <https://www.facebook.com/games>] [preuzeto 13.3.2016.].
11. Slika 11. Prikaz Candy Crush igre na platformi Facebook [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/candycrush/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/candycrush/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 13.3.2016.]
12. Slika 12. Prikaz kako igrati igru Candy Crush na iOS platformi [preuzeto s iPhone platforme]
13. Slika 13. Prikaz kako igrati igru Candy Crush na iOS platformi [preuzeto s iPhone platforme]
14. Slika 14. Prikaz spajanja slatkiša [preuzeto s iPhone platforme]
15. Slika 15. Prikaz Bubble Witch 2 Saga na platformi Facebook [mrežni izvor: <https://apps.facebook.com/bubblewitch->

- two/?fb\_source=appcenter&fbs=118&fb\_appcenter=1] [preuzeto 13.3.2016.].
16. Slika 16. Prikaz ponude igre Texas HoldEm [mrežni izvor: <https://www.facebook.com/games/query/gym1-tagged/?tag=poker-table>] [preuzeto 14.3.2016.]
17. Slika 17. Primjer najpopularnije igre Texas HoldEm, Zynga Poker [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/texas\\_holdem/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/texas_holdem/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 14.3.2016.]
18. Slika 18. Prikaz novčane ponude u igri Texas HoldEm [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/texas\\_holdem/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/texas_holdem/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 14.3.2016.]
19. Slika 19. Prikaz kupovine novčića u igri 8 Ball Pool [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/livepool/?fb\\_source=appcenter&fb\\_appcenter=1](https://apps.facebook.com/livepool/?fb_source=appcenter&fb_appcenter=1)] [preuzeto 14.3.2016.]
20. Slika 20. Prikaz igre 8 Ball Pool na Facebook platformi za igre [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/livepool/?fb\\_source=appcenter&fb\\_appcenter=1](https://apps.facebook.com/livepool/?fb_source=appcenter&fb_appcenter=1)] [preuzeto 14.3.2016.]
21. Slika 21. Prikaz Pet Rescue Saga igre na Facebook platformi [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/petrescuesaga/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/petrescuesaga/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 14.3.2016.]
22. Slika 22. Prikaz kupovine zlatnih pločica na Pet Rescue Saga igri [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/petrescuesaga/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/petrescuesaga/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 14.3.2016.]
23. Slika 23. Prikaz položaja prijatelja i scena za istraživanje na Facebook platformi [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/criminalcase/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/criminalcase/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 4.6.2016.].
24. Slika 24. Prikaz osumnjičenog u igri [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/criminalcase/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/criminalcase/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 4.6.2016.].
25. Slika 25. Prikaz scene [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/criminalcase/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/criminalcase/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 4.6.2016.].
26. Slika 26. Prikaz poluge s razinom, energijom, novčićima [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/criminalcase/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/criminalcase/?fb_source=appcenter)] [preuzeto



4.6.2016.].

27.Slika 27. Prikaz dobrodošlice ulaska u igru [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/onthefarm/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/onthefarm/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 4.6.2016.].

28.Slika 28. Izgled farme prilagođene od strane igrača [mrežni izvor: <https://en.wikipedia.org/wiki/FarmVille>] [preuzeto 4.6.2016.].

29.Slika 29. Izgled igre Rekvizit [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/rekvizit/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/rekvizit/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 9.6.2016.].

30.Slika 30. Mogućnost kupovine Turbo bodova na igri Rekvizit [mrežni izvor: [https://apps.facebook.com/rekvizit/?fb\\_source=appcenter](https://apps.facebook.com/rekvizit/?fb_source=appcenter)] [preuzeto 9.6.2016.].