

# Projekt gry na telefony typu *smartphone* propagującej wiedzę o Polsce i kulturze polskiej wśród cudzoziemców

**ARMINA MUSZYŃSKA**

*Uniwersytet Łódzki*

**PAWEŁ KAPUSTA**

*Politechnika Łódzka*

## **Abstract**

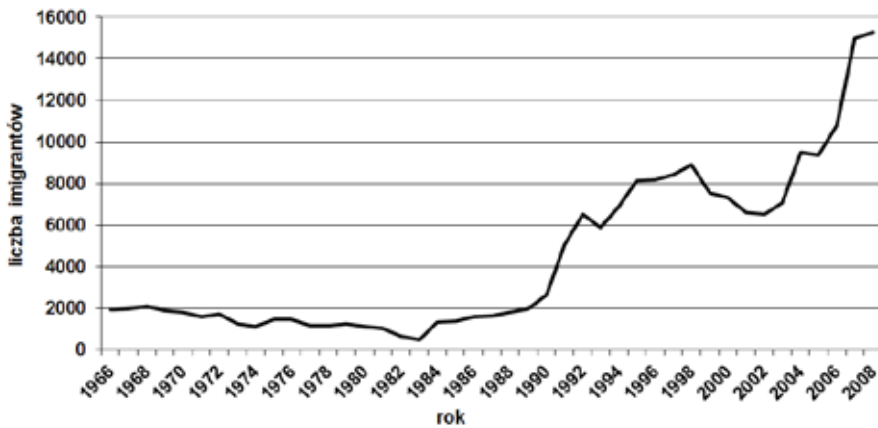
Design of a *smartphone* game promoting knowledge about Poland and Polish culture among foreigners

*Recognizing the increasing role of smartphones in the dissemination of educational content, as well as the lack of games that promote knowledge about Poland and Polish culture among foreigners, the authors have decided to prepare an innovative multimedia application for language teaching. Thanks to the game presented in the article, individuals who study Polish will have an opportunity for development outside classes. Gradation of questions in terms of language and content difficulty will allow the game to be adapted to the player's personal skills and preferences.*

**Key words:** *Polish language teaching, educational games, mobile games, multicultural learning and teaching*

## Wstęp

W ostatnich latach pozycja Polski na arenie międzynarodowej ulega korzystnym zmianom, przez co staje się ona atrakcyjnym krajem dla imigrantów. Dość wspomnieć, że w latach 2003–2008 liczba imigrantów w Polsce uległa podwojeniu (ryc. 1), z czego liczba przybywających z samych tylko krajów europejskich była 2,7 raza wyższa. Tym samym wzrasta też zainteresowanie językiem polskim oraz polską kulturą.



Ryc. 1. Liczba imigrantów w Polsce w latach 1966–2008 (opracowanie własne według danych GUS)

Nauczyciele kształcący cudzoziemców coraz częściej stosują metodę eklektyczną, zakładającą aktywny udział ucznia w poznaniu języka, w tym w rozwijaniu kompetencji socjokulturowej (Piegzik, 2004). Samodzielne poszukiwania są niezwykle trudne i często ograniczają poznanie do dziedzin, które są przedmiotem zainteresowania studenta. Ważnym aspektem jest możliwość szybkiego, a zarazem przyjemnego przyswajania jak najszerszej wiedzy. Naszym zdaniem do tego celu idealnie nadają się *smartphone'y*, które można wykorzystać jako platformę do nauki poprzez zabawę, z pewnymi elementami rywalizacji. Ze względu na rosnącą popularność oraz niezwykle szybki rozwój technologii we współczesnym świecie *smartphone'y* odgrywają znaczącą rolę. Powstaje na nie coraz więcej aplikacji, niewiele z nich ma jednak charakter glottodydaktyczny. Ich atutem jest natomiast fakt, iż telefon jest urządzeniem osobistym i przez to ma się go niemal zawsze przy sobie. Umożliwia to użytkownikowi uruchomienie aplikacji i kontynuowanie nauki w dowolnym momencie.

*Smartphone'y* są urządzeniami bardzo zaawansowanymi, a twórca aplikacji nie jest ograniczany w przekazywaniu treści multimedialnych takich jak zdjęcia, wideo czy nawet grafika trójwymiarowa. Dzięki temu aplikacje o charakterze edukacyjnym przygotowywane z wykorzystaniem tego rodzaju telefonów urozmaicają proces kształcenia i zachęcają ucznia do zdobywania wiedzy. Wychoząc naprzeciw oczekiwaniom glottodydaktyków oraz uczących się języka polskiego jako obcego, przygotowujemy grę na *smartphone'y*, poprzez którą możliwe będzie poznanie Polski i jej kultury.

### **Inspiracja**

Ucząc się języków obcych w Polsce, a także pogłębiając ich znajomość podczas wyjazdów zagranicznych, zaobserwowaliśmy, jak dużym utrudnieniem w komunikacji jest nieznanostwo historii, geografii, kultury, a nade wszystko realiów życia w danym kraju. Podobnych obserwacji dostarczyła opieka nad studentami zagranicznymi przebywającymi w Polsce oraz nauczanie cudzoziemców języka polskiego tak w kraju, jak i za granicą. Z ich ust częściej niż „co to znaczy?” usłyszeć można pytanie „dlaczego?”. Pobyt w obcym kraju to czas nieustających zaskoczeń, które owocują poszukiwaniami odpowiedzi na nurtujące pytania.

Wiele osób, chcąc poznać i zrozumieć kraj, stawia na łatwy i przystępny sposób przekazywania informacji. Jedną z ciekawszych możliwości nauki przy jednoczesnym sprawdzaniu siebie i własnych postępów jest rozwiązywanie *quizów* – gier edukacyjnych.

### **Tworzenie gry – aspekt glottodydaktyczny**

Przygotowując grę, mamy świadomość, że odbiorcy będą pochodzić z różnych kręgów kulturowych, a zakres ich wiedzy o Polsce nie będzie jednorodny. Pytania dla jednych banalne dla innych mogą okazać się trudne. Uważamy, że nie stanowi to przeszkody, gdyż gra edukacyjna powinna zarówno wprowadzać nowe treści, jak i utrwalać wiedzę uprzednio zdobytą. Ponadto sama konstrukcja gry umożliwi dostosowanie treści i poziomu trudności do indywidualnych potrzeb.

Gra uwzględnia potrzeby studentów i wykorzystuje dorobek glottodydaktyków oraz specjalistów zajmujących się nauczaniem interkulturowym (np. Myczko, 2005; Piekarczyk, 2007; Andrzejewska-Kwiatkowska, 2008; Rapacka, 2009; Mackiewicz, 2010), łącząc tym samym treści, których oczekują cudzoziemcy, z informacjami istotnymi dla Polaków. Poznanie potrzeb i oczekiwań cudzoziemców umoż-

liwiają przeprowadzane z nimi wywiady, lektura pozycji książkowych, takich jak *Swego nie znacie... czyli Polska oczami obcokrajowców* (Fibiger, 2010), czy *Black Factor* (Nnaka, 2010), a ponadto programy telewizyjne (*Europa da się lubić*) czy telewizja internetowa POLAND'ia (<<http://polandia.wp.tv/>>). Informacje uzyskane tą drogą pozwalają wysnuć istotne wnioski: cudzoziemcy poszukują informacji o Polsce najczęściej u swoich znajomych, w mniejszym stopniu w *mass mediach*, a zdobywanie wiedzy w ten sposób cechuje przypadkowość.

W analizie treści kulturowych istotnych dla Polaków brane są pod uwagę wywiady z nauczycielami języka polskiego jako obcego oraz nauczycielami przedmiotowymi kształcącymi cudzoziemców, wydawnictwa o charakterze popularnonaukowym (artykuły prasowe, *quizy* internetowe, programy telewizyjne typu *Kocham Cię Polsko*, gry planszowe), a także prace pozwalające sformalizować elementy gry. Do tekstów tego ostatniego rodzaju zaliczyć należy dorobek Komisji ds. Certyfikacji Języka Polskiego jako Obcego MENiS. Komisja ta opracowała wymagania kulturowe, jakie miały być stawiane przed cudzoziemcami zdającymi egzamin z języka polskiego jako obcego. Choć ostatecznie testy kompetencji kulturowej zostały usunięte przez Rządowe Biuro Legislacyjne, prace Komisji zaowocowały zmianami w podejściu do nauczania wiedzy o Polsce i kulturze polskiej. Efekty widoczne są także w treści podręczników.

W 2002 roku Anna Burzyńska przedstawiła krytyczną analizę podręczników do nauczania języka polskiego jako obcego z lat 80. i 90., w których – jak zauważa badaczka – wiedza o Polsce i jej kulturze jest przypadkowa, a autorzy kierują się dowolnością w wyborze treści. Podążając śladem Burzyńskiej, a także chcąc, by gra była bliska osobom uczącym się z polskich podręczników do nauki języka polskiego jako obcego, analizujemy treść podręczników dostępnych obecnie na rynku (przykładowe pozycje: Bartnicka i in., 1994; Kucharczyk, 1992, 1994; Miodunka, 1996, 2001; Lipińska, 2010; Małolepsza, Szymkiewicz, 2010). Studenci zaawansowani językowo mogą w tej chwili korzystać z podręczników napisanych z myślą o nauczaniu kultury polskiej: *Kultura Polska. Silva rerum* (Cudak, Tambor, 2002), *Blżej Polski. Wiedza o Polsce i jej kulturze* (Butcher, Guziuk-Świca, Laskowska-Mańko, 2003) i innych. W podręcznikach dla początkujących i słabo zaawansowanych nadal niewiele jest treści kulturowych. Pojawiają się głównie polskie imiona i nazwiska, nazwiska znanych Polaków (z których najczęściej wymieniani są Fryderyk Chopin i Mikołaj Kopernik), nazwy potraw, święta (przeważnie Boże Narodzenie i Wielkanoc), największe miasta (Warszawa, Kraków, a także Gdańsk, Poznań, Łódź, Wrocław). W każdym z analizowanych podręczników uwzględniane są natomiast treści socjokulturowe.

Podobnie jak Burzyńska możemy stwierdzić, że obraz Polski w podręcznikach jest wybiórczy, a jej znajomość przez uczących się – uzależniona od

lektora. Dostępne obecnie na rynku podręczniki dla początkujących, choć zawierają zdecydowanie więcej treści kulturowych i przekazują więcej informacji o Polsce niż podręczniki z lat dziewięćdziesiątych, w większości nie realizują w pełni założeń Komisji ani też nie wykorzystują założeń opracowywanego przez Zarzycką i Jelonkiewicza *Małego leksykonu kultury polskiej dla cudzoziemców*, którego koncepcję oraz indeks haseł autorzy przedstawili w 2004 r. (Zarzycka, 2004; Zarzycka, Jelonkiewicz, 2004).

Wiedza o Polsce i jej kulturze jest coraz szerzej rozpowszechniana, a nauczyciele przywiązują do niej znaczną wagę. Brak natomiast pomocy dydaktycznych, które propagowałyby ją w sposób uporządkowany (szczególnie na poziomie podstawowym). O ile osoby zaawansowane językowo mają szerokie spektrum możliwości, o tyle osoby znające język polski w stopniu podstawowym mają problemy z systematycznym poznawaniem i ugruntowywaniem wiedzy o Polsce i kulturze polskiej.

### **Tworzenie gry – możliwości aplikacyjne *smartphone'ów***

*Smartphone'y* oferują znacznie większe możliwości niż zwykłe telefony. Mogą być traktowane jako podręczne komputery pozwalające użytkownikowi na zainstalowanie i uruchomienie bardziej zaawansowanych aplikacji przygotowanych dla określonej platformy. Wyposażone są w systemy operacyjne pozwalające twórcom oprogramowania tworzyć (przy użyciu specjalnych narzędzi) złożone programy. Stają się też coraz popularniejsze – według badań przeprowadzonych przez comScore w październiku 2010 roku ponad 60 milionów ludzi w samych tylko Stanach Zjednoczonych posiadało *smartphone'a* i był to najszybciej rozwijający się segment rynku urządzeń mobilnych (comScore Reports October 2010 U.S. Mobile Subscriber Market Share, 2010).

Na rynku istnieje wiele urządzeń, które można zaliczyć do grona *smartphone'ów*. Głównym czynnikiem rozróżniającą różne rodzaje tych urządzeń jest system operacyjny – program, który stanowi warstwę pośredniczącą między sprzętem a wszelkimi aplikacjami i programami uruchamianymi na danym telefonie. W pracach nad grą skupiamy się na wybranych systemach, które cechuje najbardziej dynamiczny rozwój.

#### **1. OS**

iOS (przed czerwcem 2010 r. znany jako iPhone OS) jest mobilnym systemem operacyjnym firmy Apple. Opracowany pierwotnie dla telefonu iPhone, był również stosowany w innych urządzeniach tej firmy, takich jak iPod Touch,

iPad oraz Apple TV. Jest systemem zamkniętym – firma Apple nie udostępnia kodu źródłowego ani też nie zezwala na uruchamianie iOS na urządzeniach innych firm.

Interfejs użytkownika iOS jest oparty na koncepcji bezpośredniej manipulacji za pomocą gestów wykonywanych na ekranie dotykowym. Został opracowany tak, aby system reagował natychmiastowo na wszystkie polecenia użytkownika oraz aby wszystkie przejścia między ekranami odbywały się płynnie.

OS skierowany jest przede wszystkim do osób, które oczekują prostej obsługi, przejrzystego interfejsu oraz niezawodności. Ponadto na system ten powstało do tej pory najwięcej aplikacji rozbudowujących jego funkcjonalność (ponad 300 tys. pod koniec 2010 r. według strony firmy Apple: <<http://www.apple.com>>), a sam system jest wciąż rozwijany i ulepszany przez programistów.

## 2. Android

Android jest mobilnym systemem operacyjnym opartym na zmodyfikowanej wersji jądra Linux, opracowanym przez firmę Android Inc., a od 2005 roku rozwijanym przez Google. W roku 2007 została powołana do życia organizacja zwana Open Handset Alliance, zrzeszająca 79 firm, a jej celem jest utrzymanie oraz dalszy rozwój systemu. Według danych z drugiego i trzeciego kwartału 2010 r. system ten był najczęściej wybierany przez użytkowników (dane dotyczące rynku w USA: Android Most Popular Operating System in U.S. Among Recent Smartphone Buyers, 2010). Android skierowany jest do zaawansowanych użytkowników. Wiele jego funkcji jest ukrytych lub zablokowanych i aby się do nich dostać, trzeba posłużyć się różnego rodzaju sztuczkami (tzw. *hacks*). Dzięki temu jednak system ten można dostosować do indywidualnych potrzeb użytkownika.

## 3. BlackBerry OS

BlackBerry OS jest zamkniętym, mobilnym systemem operacyjnym, opracowanym przez Research In Motion dla linii urządzeń przenośnych BlackBerry. System ten może być obsługiwany zarówno za pomocą ekranów dotykowych, jak i z użyciem *trackpadu*, *trackwheela* itp. Platforma BlackBerry jest najbardziej znana dzięki natywnemu wsparciu dla korporacyjnej poczty elektronicznej – pozwala na bezprzewodową synchronizację poczty *e-mail*, kalendarzy, zadań, notatek i kontaktów z platformami Microsoft Exchange, Lotus Domino, Novell GroupWise. We wrześniu 2010 roku RIM ogłosiło nową wersję systemu, opartą na rozwiązaniach opracowanych przez firmę QNX i specjalnie przystosowaną do tabletów – BlackBerry Tablet OS. Pierwszym urządzeniem wspierającym ten

system będzie tablet BlackBerry Playbook. Zgodnie z planami RIM system ten ma całkowicie zastąpić BlackBerry OS we wszystkich urządzeniach tej firmy.

BlackBerry OS skierowany był początkowo głównie do klientów biznesowych, ale wraz ze zmieniającą się sytuacją na rynku firma RIM coraz bardziej stara się przekonać do siebie również użytkowników indywidualnych.

#### 4. Windows Phone 7

Windows Phone 7 jest mobilnym systemem operacyjnym opracowanym przez firmę Microsoft jako następcą platformy Windows Mobile. W przeciwieństwie do poprzednika, którego główną grupą docelową byli użytkownicy biznesowi, skierowany jest na rynek konsumencki. Wraz z premierą Windows Phone 7 Microsoft wprowadził integrację z wybranymi serwisami zewnętrznymi (takimi jak Facebook czy Xbox Live) oraz minimalne wymagania sprzętowe dla urządzeń, na których system ten ma być uruchamiany. Przede wszystkim jednak uruchomił nowy interfejs użytkownika (wraz z językiem projektowania o nazwie Metro) wykorzystujący technologię *multi-touch* pozwalającą na wygodną obsługę za pomocą gestów i dotyku.



Fot. 1. Projekt interfejsu użytkownika

System Windows Phone 7 był od początku projektowany dla ludzi, którzy wykorzystują *smartphone'a* jako narzędzie pracy, ale też lubią czasem zagrać lub wykorzystać multimedialne możliwości telefonu. Projektanci starają się w ten sposób trafić do jak największej grupy użytkowników i chociaż jest to system

dość nowy, zawierający jeszcze błędy i niedociągnięcia, to jednak opiera się na solidnych założeniach i powinien zająć ważne miejsce na rynku urządzeń mobilnych.

Dla pokazania prototypu gry (fot. 1) zdecydowaliśmy się na wykorzystanie systemu Windows Phone 7 ze względu na relatywną prostotę tworzenia aplikacji oraz specyficzny styl graficzny systemu, dobrze wpasowujący się w charakter gry. Przy opracowywaniu aplikacji na inne platformy będziemy się starali zachować ten styl, łącząc go z indywidualnym charakterem każdej z platform, tak aby użytkownik zaznajomiony w obsłudze danego systemu był w stanie intuicyjnie i bez żadnego przygotowania obsługiwać interfejs naszej aplikacji.

W przypadku Windows Phone 7 interfejs aplikacji będzie składał się z widoków w tzw. panoramie, pomiędzy którymi użytkownik będzie mógł się przemieszczać, przesuwając palcem w lewo bądź w prawo. Naszym zamiarem jest, aby aplikacja była prosta i przejrzysta, ale jednocześnie miła dla oka, a takie podejście właśnie to umożliwi, dodatkowo pozwalając na wyraźny podział interfejsu ze względu na funkcjonalność.

## Konstrukcja gry

Pragnąc, aby gracz mógł dostosować grę do swojego poziomu znajomości języka i wiedzy o Polsce, a przez to w sposób systematyczny ugruntowywać informacje z różnych dziedzin, zdecydowaliśmy się na formę *quizu* (fot. 2a). Pytania przygotowywane są na trzech poziomach trudności: łatwe, średnie i trudne (fot. 1a), przy czym poziom złożoności dotyczy zarówno wiedzy, jak i kompetencji językowej.

W przypadku pytań łatwych zdecydowaliśmy się nie wprowadzać kategorii tematycznych. Zakładając, że odpowiadający na pytania oczekuje podstaw dotyczących kultury polskiej, przygotowujemy pytania z różnych dziedzin (geografia, historia, święta i tradycje, kuchnia, edukacja, podróżowanie, znani Polacy, symbole narodowe, *nomina propria*, kompetencje socjokulturowe), zadawane prostym językiem.

Pytania z działu pytań średnich i trudnych podzielone są na kategorie. W przypadku pytań średnich są to: geografia, historia i współczesność, święta i tradycje, znani Polacy, kultura i sztuka, sport. Pytania trudne odznaczają się większą szczegółowością kategorii: geografia i turystyka, historia, PRL, polityka, tradycje i folklor, znani Polacy, muzyka, sztuki plastyczne, literatura i język, teatr i film. W ten sposób gracz będzie mieć możliwość wyboru interesującego go zagadnienia. Pytania te cechuje także większa złożoność pod względem leksykalnym i gramatycznym.



Chcąc umożliwić graczowi natychmiastową weryfikację poprawności odpowiedzi, zdecydowaliśmy się zastosować uniwersalny kod kolorystyczny: wskazana odpowiedź poprawna sygnowana jest kolorem zielonym, zaś błędna – czerwonym. Dodatkowo w przypadku wskazania odpowiedzi błędnej ukazywana jest odpowiedź właściwa.

Pragnąc wzbudzać zainteresowanie gracza, a także doceniać jego trud i postępy, wprowadzamy sposób motywacji poprzez system medali i trofeów (fot. 1b, fot. 2b). System taki, w różnych formach, wykorzystywany jest przez twórców gier w celu zachęcenia użytkowników do spędzenia nad grą więcej czasu, niż zrobiliby to w innych okolicznościach. Uważamy, że sprawdzi się także w przypadku gier edukacyjnych, gdyż działa przez stawianie przed graczem wyzwania, zachęca do częstszej zabawy, a tym samym nauki. Istotną rolę odgrywają też premie, jakimi w przypadku naszej gry będą ciekawostki, zdjęcia i inne nagrody, które można odblokować po pomyślnym przejściu danego wyzwania (fot. 1c).



Fot. 2. Wygląd przykładowego testu

## Podsumowanie

Dokładamy wszelkich starań, aby przygotowywana gra promująca wiedzę o Polsce i kulturze polskiej była łatwa w obsłudze, przejrzysta i czytelna, a nade wszystko rozbudzała zainteresowanie polską kulturą. Gracze odczują wymierne

korzyści – gra edukacyjna to wszakże przyjemność, która poprzez repetycję ułatwia przyswajanie wiedzy faktograficznej, umożliwia utrwalanie struktur gramatycznych, wprowadza i utrwała leksykę, a jej aplikacja na *smartphone'ach* sprawi, że wiedza będzie zawsze w zasięgu ręki!

## LITERATURA

- Android Most Popular Operating System in U.S. Among Recent Smartphone Buyers* (5 października 2010). Online: <[http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online\\_mobile/android-most-popular-operating-system-in-u-s-among-recent-smartphone-buyers/](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/android-most-popular-operating-system-in-u-s-among-recent-smartphone-buyers/)>. Data dostępu: 10 grudnia 2010.
- Andrzejewska-Kwiatkowska, J. (2008). Stymulacja nauczania komunikacji interkulturowej za pomocą gier interkulturowych. *Homo communicativus*, 3(3), 81–88.
- Apple (strona firmy). Online: <<http://www.apple.com>>. Data dostępu: 20 grudnia 2010.
- Bartnicka, B., Jekiel, W., Jurkowski, M., Wasilewska, D., Wrocławski K. (1994). *Uczymy się polskiego*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Butcher, A., Guziuk-Świca, B., Laskowska-Mańko, A. (2003). *Bliżej Polski. Wiedza o Polsce i jej kulturze*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Burzyńska, A. (2002). *Jakże rad bym się nauczył polskiej mowy... O glottodydaktycznych aspektach relacji język a kultura w nauczaniu języka polskiego jako obcego*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- comScore Reports October 2010 U.S. Mobile Subscriber Market Share* (3 grudnia 2010). Online: <[http://www.comscore.com/Press\\_Events/Press\\_Releases/2010/12/comScore\\_Reports\\_October\\_2010\\_U.S.\\_Mobile\\_Subscriber\\_Market\\_Share](http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/12/comScore_Reports_October_2010_U.S._Mobile_Subscriber_Market_Share)>. Data dostępu: 12 grudnia 2010.
- Cudak, R., Tambor, J. (red.). (2002). *Kultura polska. Silva rerum*. Katowice: „Śląsk” Sp. z o.o. Wydawnictwo Naukowe.
- Fibiger, J. (2010). *Swego nie znacie... czyli Polska oczami obcokrajowców*. Warszawa: Element One.
- Kucharczyk, J. (1992). *Zaczynam mówić po polsku*. Łódź: Agencja WING.
- Kucharczyk, J. (1994). *Już mówię po polsku*. Łódź: Agencja WING.
- Lipińska, E. (2010). *Z polskim na ty*. Kraków: Universitas.
- Mackiewicz, M. (red.). (2010). *Kompetencja interkulturowa w teorii i praktyce edukacyjnej*. Poznań: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej.
- Małolepsza, M., Szymkiewicz, A. (2010). *Hurra!!! Po polsku*. Kraków: Prolog.
- Miodunka, W. (1996). *Uczmy się polskiego*. Warszawa: Polska Fundacja Upowszechniania Nauki.
- Miodunka, W. (2001). *Cześć, jak się masz?*. Kraków: Universitas.
- Myczko, K. (2005). Kompetencja interkulturowa jako cel kształcenia językowego. W: M. Mackiewicz (red.), *Dydaktyka języków obcych a kompetencja kulturowa i komunikacja interkulturowa* (s. 27–36). Poznań: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej.
- Nnaka, I. (2010). *Black Factor*. Częstochowa: Wydawnictwo „e media”.

- Piegiż, W. (2004). Współczesny eklektyzm glottodydaktyczny – rozważania nad metodą. *Języki Obce w Szkole*, 3, 3–7.
- Piekarczyk, M. (2007). Uczeń w świetle specyfiki interkulturowo nachylonego kształcenia neofilologicznego. *Neofilolog. Czasopismo Polskiego Towarzystwa Neofilologicznego*, 30, 78–84.
- POLAND'ia (telewizja internetowa). Online: <<http://polandia.wp.tv/>>. Data dostępu: 15 października 2010.
- Rapacka, S. (2009). *Kształcenie kompetencji interkulturowych uczestników procesu dydaktycznego poprzez rozwój komunikacji językowej*. Online: <<http://www.kms.polsl.pl/prv/spnjo/referaty/rapacka.pdf>>, data dostępu: 20 grudnia 2010.
- Zarzycka, G. (2004). Mały leksykon kultury polskiej dla cudzoziemców. Opis koncepcji. W: W.T. Miodunka (red.), *Kultura w nauczaniu języka polskiego jako obcego stan obecny – programy nauczania – pomoce dydaktyczne* (s. 151–160). Kraków: Universitas.
- Zarzycka, G., Jelonkiewicz, M. (2004). Indeks haseł do Małego leksykonu kultury polskiej dla cudzoziemców. W: W.T. Miodunka (red.), *Kultura w nauczaniu języka polskiego jako obcego stan obecny – programy nauczania – pomoce dydaktyczne* (s. 161–171). Kraków: Universitas.

**mgr Armina Muszyńska**, geograf, glottodydaktyk, doktorantka w Instytucie Geografii Miast i Turyzmu, Uniwersytet Łódzki, [armina5@interia.pl](mailto:armina5@interia.pl)

**mgr inż. Paweł Kapusta**, doktorant w Instytucie Informatyki Stosowanej, Politechnika Łódzka, [pkapust@kis.p.lodz.pl](mailto:pkapust@kis.p.lodz.pl)

### **Projekt gry na telefony typu *smartphone* propagującej wiedzę o Polsce i kulturze polskiej wśród cudzoziemców**

#### **Abstrakt**

*Dostrzegając zwiększającą się rolę telefonów typu *smartphone* w rozpowszechnianiu treści edukacyjnych oraz brak gier propagujących wiedzę o Polsce i polskiej kulturze wśród cudzoziemców, autorzy postanowili przygotować nowatorską aplikację multimedialną dla potrzeb glottodydaktyki. Dzięki zaprezentowanemu w artykule projektowi osoby uczące się języka polskiego będą miały możliwość indywidualnego rozwoju pozalekcyjnego. Gradacja stopnia trudności pytań pod względem językowym i merytorycznym umożliwi dostosowanie poziomu gry do własnych umiejętności i preferencji.*

**Słowa kluczowe:** *glottodydaktyka, gry edukacyjne, gry mobilne, nauczanie interkulturowe*

