

Designing a Theoretical Model of Challenges and Strategies for the Development of Board Games in Iran with a Grounded Theory Approach

Alireza Hosseinpour, Graduate student of Islamic Studies and culture and communication, Tehran, Iran.
(Corresponding author) Email: alireza.hosseinpour.1380.edu@gmail.com

Saber Akbari Khezri, PhD student in anthropology at the University of Tehran, Tehran, Iran.
Email: saber.akbari.kh@gmail.com

Extended Abstract

Introduction: Despite the remarkable global growth of the tabletop game industry and its increasing cultural, social, and economic significance, this field in Iran continues to face limited public reception and numerous structural and institutional challenges. The absence of coherent policymaking, weaknesses in local content production, lack of educational and distribution infrastructure, and public unfamiliarity with the potential of such games are among the major barriers contributing to the stagnation of this industry in the country. The present study aims to design a theoretical model to identify the key challenges and propose strategies for the development of the tabletop game industry in Iran. Through this model, the study seeks to provide a foundation for effective policymaking, strategic planning, and the generation of indigenous knowledge in this field.

Method: This qualitative research is based on a grounded theory approach within the interpretive paradigm. It seeks to inductively derive a theory from field data collected through semi-structured interviews with 20 experts and stakeholders in the game industry, including designers, producers, publishers, researchers, policymakers, and cultural officials. Participants were selected using purposive-theoretical sampling, and after conducting 10 in-depth interviews and reaching theoretical saturation, the data were analyzed using a three-stage coding process (open, axial, and selective).

Findings: Findings indicate that the main challenges facing the development of tabletop games in Iran can be categorized into five key domains: (1) Policymaking, including poor institutional coordination, lack of a national strategy, and organizational overlap; (2) Consumption and audience culture, involving limited public knowledge of tabletop games, lack of audience cultivation, and insufficient attention to cultural preferences; (3) Content and narrative, affected by a shortage of indigenous storytelling, dependence on imported models, and the absence of meaningful local narratives; (4) Design and production, encompassing a lack of trained professionals, inadequate support systems for independent creators, and the absence of professional standards; and (5) Distribution and marketing, which suffer from underdeveloped sales infrastructure, restricted market access, and ne-



glect of technological tools across the supply chain.

In response to these challenges, the study proposes three core strategies for transforming the industry. First, redefining the role of tabletop games within the discourse of social sciences and cultural studies, emphasizing their potential as tools for social engagement, informal education, and the strengthening of social capital-particularly through cooperative, problem-solving game design. This calls for the development of indigenous theoretical frameworks that offer alternatives to dominant international models.

Second, reforming cultural governance structures and policymaking mechanisms by establishing a centralized body, such as a “National Board Game Organization,” with clear legal authority to coordinate licensing, support local production, and formulate comprehensive cultural policies. Successful models in countries like Malaysia, which have integrated creative industries into their national development agendas, offer valuable lessons in this regard.

Third, strengthening educational and technological infrastructure, including the creation of design-focused schools and workshops, the promotion of localized storytelling, and the launch of digital platforms for sales and audience analytics-enabling more targeted production and improved market accessibility.

Conclusion: By utilizing the grounded theory method, this study endeavors to provide a conceptual and theoretical framework to better understand the current landscape, identify concrete obstacles, and formulate operational strategies for the sustainable development of the tabletop game industry in Iran. The findings may serve as a foundation for cultural policy initiatives, educational planning, and innovation in the creative industries, while also paving the way for future research on gaming and cultural governance.

Keywords: Board games; Cultural Policy; Grounded Theory; Entertainment; Leisure.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



طراحی مدل نظری چالش‌ها و راهبردهای توسعه بازی‌های رومیزی در ایران با رویکرد داده‌بنیاد

علیرضا حسین پورا^۱، صابر اکبری خضری^۲

چکیده

با وجود رشد روزافزون صنعت بازی‌های رومیزی در سطح جهانی، این حوزه در ایران همچنان با استقبال کم و موانع ساختاری و نهادی متعددی روبه‌رو است. نبود سیاست‌گذاری منسجم، چالش‌های تولید بومی و عدم شناخت فرهنگی مخاطبان، از جمله موانعی هستند که مانع از شکوفایی بالقوه این صنعت می‌شوند. این پژوهش باهدف طراحی مدلی نظری برای شناسایی چالش‌ها و ارائه راهبردهای توسعه صنعت بازی‌های رومیزی در ایران انجام شده است تا از رهگذر آن، زیرساخت‌های نظری و کاربردی لازم برای رشد این حوزه فراهم آید. این مطالعه به روش کیفی و با بهره‌گیری از رویکرد داده‌بنیاد انجام شده است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته با فعالان و خبرگان حوزه بازی، از جمله تولیدکنندگان، طراحان، ناشران، سیاست‌گذاران و مسئولان حاکمیتی به‌دست‌آمده و پس از کدگذاری باز، محوری و انتخابی، مدل نهایی چالش‌ها و راهبردها استخراج شده است. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که چالش‌های توسعه بازی‌های رومیزی در ایران را می‌توان در پنج عرصه اصلی دسته‌بندی کرد: سیاست‌گذاری، مصرف، محتوا و مضمون، طراحی و تولید و پخش، توزیع و فروش. از جمله چالش‌های کلیدی می‌توان به اختلال در چرخه تصویب، نبود سیاست‌های حمایتی، کمبود دانش مخاطب، ضعف روایت‌های بومی، عدم آموزش تخصصی و فقدان زیرساخت‌های توزیع اشاره کرد. در بخش راهبردها نیز سه پیشنهاد محوری شناسایی شده است: ۱. بازتعریف جایگاه بازی‌های رومیزی در گفتمان علوم اجتماعی به‌مثابه ابزارهای مهندسی اجتماعی مبتنی بر ارزش‌های بومی؛ تحول در حکمرانی فرهنگی با ایجاد نهادی متمرکز و کارآمد برای ساماندهی این حوزه؛ توسعه زیرساخت‌های فناورانه و آموزشی برای ارتقاء سطح طراحی، تولید و دسترسی به بازار، با الهام از تجربه‌های موفق بین‌المللی.

واژگان کلیدی

بازی‌های رومیزی، سیاست‌گذاری فرهنگی، داده‌بنیاد، سرگرمی، فراغت.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۲۴

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

alireza.hosseinpour.1380.edu@gmail.com

۲. دانشجوی دکترای مردم‌شناسی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

saber.akbari.kh@gmail.com

مقدمه

در سال‌های اخیر، هم‌راستا با روند جهانی، استقبال از بازی‌های رومیزی در ایران نیز افزایش یافته است. این اقبال فزاینده، نه تنها به واسطه جذابیت سرگرمی و تعامل اجتماعی این بازی‌ها، بلکه در پی توجه به مقولاتی چون گذران اوقات فراغت، تقویت هویت فرهنگی و تمایزهای بومی در طراحی بازی‌ها، جایگاهی ویژه یافته است (جلالی و حکیم، ۱۴۰۱: ۷۸). درحالی‌که بازی‌های رومیزی می‌توانند ظرفیت ویژه‌ای در ارتباطات، آموزش و انتقال فرهنگی و اجتماعی داشته باشند و بازار بزرگی در عرصه بازی و سرگرمی را تشکیل دهند، زیست‌بوم‌های فرهنگی و اقتصادی در ایران هنوز نتوانسته‌اند ظرفیت‌های این صنعت را به‌طور کامل شناسایی و بروز دهند.

پژوهش‌های پیشین درباره بازی‌های رومیزی از منظرهای گوناگون فنی، اجتماعی و روان‌شناختی به این حوزه پرداخته‌اند. برخی از این مطالعات، بازی‌های رومیزی را به‌عنوان رسانه‌ای آموزشی و بستری برای انتقال فرهنگی (اعم از اسطوره‌ای و افسانه‌ای) بررسی کرده‌اند. برخی دیگر، این بازی‌ها را به‌مثابه عاملی تأثیرگذار بر ارتباطات بین‌فرهنگی و سواد میان‌فرهنگی در نظر گرفته و به نقش آن‌ها در تعاملات فرهنگی پرداخته‌اند. همچنین، گروهی از پژوهش‌ها بر بازتاب هوش، مهارت و خرد در ساختار این بازی‌ها تمرکز داشته‌اند، درحالی‌که برخی دیگر به بازی‌های رومیزی به‌عنوان ابزاری برای بازنمایی جهان‌های روایی و استعاره‌های ساختاری تاریخی نگاه کرده‌اند. علاوه بر این، برخی مطالعات به بازتاب ادراک خاص از فضا و مکان در بازی‌های رومیزی توجه نشان داده‌اند.

با این حال، آنچه در این حوزه کمتر مورد توجه قرار گرفته است، رویکرد سیاست‌گذارانه به بازی‌های رومیزی با هدف فهم جامعی از شبکه مسائل، چالش‌ها و طبعاً کشف راهبردها و پیشنهادهای متناظر برای استفاده از ظرفیت بازی‌های رومیزی به‌عنوان یک منبع فرهنگی برای تحقق خط‌مشی‌هاست. رویکرد سیاست‌گذارانه به بررسی نسبت دولت و حاکمیت با موضوع و نحوه دخالت و اثرگذاری آن اشاره دارد (آشنا و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۰۹). این پژوهش درصدد است تا با پرداختن به چالش‌ها و مسائل راهبردی توسعه صنعت بازی‌های رومیزی در ایران از منظر سیاست‌گذاری فرهنگی، خلأ موجود در مطالعات پیشین را پوشش داده و نقش بازی‌های رومیزی را نه تنها به‌عنوان رسانه‌ای سرگرم‌کننده، بلکه به‌عنوان بستری برای بازتولید، تغییر یا تقویت هویت‌های فرهنگی مورد بررسی قرار دهد.

با توجه به اینکه مسئله بازی‌های رومیزی در سالیان اخیر مورد توجه قرار گرفته و ادبیات علمی پیرامون آن اندک است، در ادامه اشاره‌ای به ابعاد مختلف اهمیت پرداختن به موضوع بازی‌های رومیزی می‌شود؛ چراکه خود پدیده بازی‌های رومیزی را از منظرهای مختلفی می‌توان بررسی نمود که در ادامه به اختصار اشاره می‌گردد.

اهمیت فرهنگی

بازی‌های رومیزی در چند دهه اخیر جایگاه برجسته‌ای در فرهنگ عمومی پیدا کرده‌اند و از سطح سرگرمی صرف به عرصه‌هایی با ابعاد هنری، فرهنگی و حتی آموزشی گسترش یافته‌اند. این بازی‌ها نه تنها به تقویت خرده‌فرهنگ‌های مرتبط با بازیکنان حرفه‌ای کمک کرده‌اند، بلکه به بستری برای رسوب نشانه‌ها و انتقال ارزش‌های فرهنگی و معنایی تبدیل شده‌اند. این بازی‌ها می‌توانند در ایجاد منظومه مشترک علائق و حافظه جمعی نیز ایفای نقش کنند (کانرتون، ۱۴۰۱: ۶۶۳-۶۶۴). بازی‌های رومیزی از ظرفیت انتقال فرهنگی و بازآفرینی اساطیر نیز برخوردارند (خراسانی‌زاده و جلالی، ۱۴۰۰: ۱۷۷). خرده‌فرهنگ‌ها دارای سبک و ساختار نظام‌مند هستند (هبدیج، ۱۳۹۸: ۱۴۷-۱۵۰) و بازی‌های رومیزی به واسطه انتقال مفاهیم، ارزش‌ها و ساخت تمایلات و گرایش‌های خاص می‌توانند در شکل‌دهی به خرده‌فرهنگ بازیکنان حرفه‌ای مؤثر باشند. بازی‌های رومیزی از جنبه‌هایی چون شکل‌گیری خرده‌فرهنگ بازیکنان، انتقال معانی و ارزش‌ها، پیوند با سنت‌های محلی و تقویت تعاملات جمعی، زمینه‌هایی برای مطالعه فرهنگی فراهم می‌کنند.

اهمیت تربیتی

بازی‌های رومیزی‌ها می‌توانند نقشی اساسی در حفظ و ارتقای میراث فرهنگی ایفا کنند. با طراحی بازی‌هایی که داستان‌ها، آثار هنری یا عناصر فرهنگی را به تصویر می‌کشند، می‌توان این میراث را به نسل‌های آینده منتقل کرد (خراسانی‌زاده و جلالی، ۱۴۰۰: ۱۷۶). قدرت بازنمایی بازی‌های رومیزی از مهم‌ترین عوامل اثرگذاری تربیتی این بازی‌ها به شمار می‌آید (یادگاری و حاجی‌کاظم‌تهرانی، ۱۴۰۱: ۱۴). همچنین، بازی‌هایی که ارزش‌های جهانی همچون صلح و عدالت را ترویج می‌دهند، می‌توانند فرصتی برای بهبود فهم و ارتباطات میان‌فرهنگی ایجاد کنند. این بازی‌ها با طراحی‌های متنوع و اهداف آموزشی، به بازیکنان امکان می‌دهند تا در فضایی تعاملی، مهارت‌های زندگی فردی و اجتماعی را در فضای بازی تجربه کنند. در مجموع، بازی‌های رومیزی‌ها

از طریق ایجاد موقعیت‌های تربیتی هدفمند، به بازیکنان کمک می‌کنند تا مهارت‌های مهمی را برای زندگی شخصی و اجتماعی خود توسعه دهند. این بازی‌ها ابزاری هستند که علاوه بر سرگرمی، نقشی کلیدی در رشد فکری و رفتاری افراد ایفا می‌کنند. بازی‌های رومیزی همچنین در بازی‌درمانی جهت بهبود و تقویت سلامت جسمانی و روانی استفاده می‌شوند (گروزوسکی، ۲۰۲۰: ۸).

اهمیت اجتماعی و سیاسی

بازی‌های رومیزی‌ها، با ماهیت تعاملی و اجتماعی خود، نقشی ویژه در شکل‌دهی و تقویت ارتباطات اجتماعی و سیاسی ایفا می‌کنند و می‌توانند بدیلی برای بازی‌های دیجیتالی باشند. این بازی‌ها از طریق ایجاد فضای مشارکتی و ترویج ارتباطات انسانی، نه تنها به بهبود مهارت‌های اجتماعی کمک می‌کنند، بلکه بستری برای تقویت تعاملات سیاسی و فرهنگی نیز فراهم می‌آورند. بازی‌های رومیزی از طریق تقویت ارتباطات انسانی و گسترش الگوهای تعاملی، می‌توانند نقشی مؤثر در بهبود کیفیت روابط اجتماعی و ایجاد بستری برای تعامل و گفتگو ایفا کنند (Booth, 2014).

وجه مسئله‌بودگی صنعت بازی‌های رومیزی در ایران

امروزه بازی‌های رومیزی با رونق زیادی در سطح جهان مواجه شده‌اند و مخاطبان بسیاری پیدا کرده‌اند. در ایران نیز به دلیل مسئله شدن و اهمیت یافتن چگونگی گذراندن اوقات فراغت و مصرف فرهنگی زمینه و فرصت مناسبی برای پرداختن به این صنعت فراهم شده است (جلالی و حکیم، ۱۴۰۱: ۷۸). با توجه با اهمیت چندوجهی و چندبعدی بازی‌های رومیزی و ملاحظه تجربه سایر کشورهای پیشرو در این زمینه متوجه می‌شویم که ورود سیاست‌گذارانه در این حوزه دیر یا زود باید انجام گیرد. تفاوت در این است که اگر به موقع و به هنگام صورت نگیرد، فرصت‌های ایجابی محدودتر می‌شود و ابتکار عمل از دست می‌رود و در نهایت مواجهه قهری و زوری ناگزیر می‌شود. مسائل مختلف از جمله مسائل فرهنگی و اقتصادی اگر در زمان مناسب مورد توجه قرار نگیرند، تبدیل به بحران می‌شوند (کلهر، ۱۴۰۱: ۲۰-۲۴). اگر وجوه مسئله‌ای این عرصه به زمان مورد توجه قرار نگیرد، در ادامه امکان سیاست‌گذاری منطقی و جامع از بین می‌رود چراکه با رشد این عرصه، بازیگران فرهنگی و اقتصادی آن بزرگ‌تر و وسیع‌تر می‌شوند و ظرفیت ورود همه‌جانبه حاکمیت کاهش می‌یابد. بدون نگاه مسئله‌شناسانه به صنعت بازی‌های رومیزی نمی‌توان به اهداف مطلوب

خود و نقش آفرینی در این صنعت رسید. با رویکرد فرصت‌محور می‌توان به وجوه فرهنگی و اقتصادی این عرصه توجه کرد. بازی‌های رومیزی رسانه و ابزار بسیار مؤثری برای انتقال مفاهیم و ارزش‌های فرهنگی هستند. در این مورد اهدافی مانند ترویج ابعاد هویتی (ملی، جنسی، فراملی، نژادی و دینی)، تقویت مؤلفه‌های تربیتی و گسترش ارتباطات پویا و فعال را می‌توان پی گرفت. از منظر اقتصادی نیز صنعت بازی‌های رومیزی هرچند هنوز در ایران رشد چشمگیری نداشته است، اما با توجه به روند روبه‌رشد تولید و مصرف آن و افزایش تدریجی مخاطبان آن، در آینده عرصه‌ای قابل ملاحظه خواهد بود. صنعت بازی‌های رومیزی دو بازار بزرگ داخلی و بین‌المللی دارد که اکنون در ایران کوچک است و مغفول مانده اما ظرفیت ایجاد کانال و بستر ارتباطی صادراتی وجود دارد و با توجه به تجربه‌ی موفق غیررسمی استقبال از بازی‌های رومیزی ایرانی در بازارها و نمایشگاه‌های جهانی می‌توان ورود جدی حاکمیتی در این زمینه را مفید و مؤثر دانست. در حال حاضر، بیشتر بازار داخلی بازی‌های رومیزی در ایران را بازی‌های خارجی ترجمه‌شده پر کرده است (خراسانی‌زاده و جلالی، ۱۴۰۰: ۱۴۵) و این امر نیز از حیث فرهنگی و اقتصادی حائز اهمیت است.

با وجود فرصت‌ها و کارکردهای مثبت بازی‌های رومیزی، نمی‌توان از آسیب‌ها، مسائل و چالش‌های فرهنگی آن چشم‌پوشی کرد. یکی از چالش‌های مهم در این زمینه، پدیده قمار و شرط‌بندی است که در میان برخی کاربران و گروه‌های بازی رایج می‌شود و منجر به سایر آسیب‌های اجتماعی در سطح فردی، خانوادگی و اجتماعی می‌شود (فاطمی‌نیا، پروین و درویشی‌فرد، ۱۳۹۹: ۴۱). استفاده از سازوکارهایی همچون امتیازدهی‌های مبادله‌پذیر، جوایز مالی یا تبادلات کالایی میان بازیکنان، می‌تواند به مرور زمینه‌ساز پدیده قمار در بستر بازی گردد. افراط در بازی و غفلت از مسئولیت‌های فردی و اجتماعی و بروز رفتارهای پرخاشگراانه در شرایط رقابتی نیز از جمله پیامدهای منفی محتمل هستند که نیازمند برنامه‌ریزی و نظارت فرهنگی و تربیتی دارند.

پیشینه پژوهش

با توجه به نوظهور بودن رواج و توسعه عمومی بازی‌های رومیزی مدرن در ایران، در این موضوع مطالعات زیادی وجود ندارد و عمده پژوهش‌های موجود نیز با رویکردهای تربیتی و روان‌شناختی به بررسی تأثیر این بازی‌ها بر مؤلفه‌های مختلف شناختی، یادگیری، سلامت روان و روابط بین‌فردی پرداخته‌اند. در این میان تنها به دو

سه پژوهش می‌توان دست یافت که تا حدودی رویکردهای اجتماعی و سیاست‌گذارانه در آن لحاظ شده است و بازی‌های رومی‌زی را به‌عنوان یک رسانه یا ابزار برای ترویج فرهنگی و پلتفرمی برای کنش نمادین متقابل اجتماعی در نظر گرفته‌اند.

همچنین در پژوهش‌های خارجی نیز شاهد دو رویکرد اصلی هستیم؛ اول همان مواجهه روان‌شناختی که توضیح آن ذکر شد و دیگری نظریه انتقادی اجتماعی که عمدتاً بازی‌های رومی‌زی را به‌عنوان یک کنش نمادین اجتماعی در نظر گرفته و با استفاده از تحلیل‌های نشانه‌شناختی یا نظریه انتقادی، شیوه یادگیری اجتماعی و بازتولید سلسله‌مراتب و درونی‌شدن نظام‌های رفتاری و ایده‌های مسلط اجتماعی از طریق این بازی‌ها بررسی می‌کند.

در این میان اشاره‌های بسیار اندکی به وجوه سیاستی و سیاست‌گذارانه یافت می‌شود که خود نشان از نوظهور بودن این پدیده و ضرورت توسعه ادبیات نظری برای پایه‌ریزی خط‌مشی‌ها و سیاست‌های فرهنگی متناظر با چارچوب‌های فرهنگی هر بوم است. در این پژوهش، هدف اصلی ما برجسته‌سازی همین رویکرد سیاستی است که به مسائل فرهنگی و نسبت آن با اهداف و خط‌مشی‌های کلان فرهنگی جامعه می‌پردازد و تاکنون در پژوهش‌های داخلی ابداً مورد توجه قرار نگرفته و در پژوهش‌های خارجی نیز در حاشیه مطالعات واقع شده است. در همین راستا دو پژوهش داخلی و یک پژوهش خارجی بررسی می‌شود.

در مقاله «بازی رومی‌زی «دیوان»؛ رسانه‌ای برای انتقال فرهنگ افسانه‌های ایرانی و بازآفرینی شخصیت‌های آن‌ها»، خراسانی‌زاده و جلالی (۱۴۰۰) به بررسی بازی رومی‌زی ایرانی دیوان از جهت ظرفیت انتقال فرهنگی و بازآفرینی اساطیر پرداخته‌اند. این بازی بر اساس بازی معروف مافیا بازآفرینی شده است. این پژوهش بر آن است تا نشان دهد که افسانه‌های ایرانی از قابلیت کاربردی‌سازی زیادی برخوردار هستند و می‌توان از آن‌ها در قالب‌های رسانه‌ای جدید نیز استفاده کرد. از نظر نگارندگان، سازندگان بازی دیوان توانسته‌اند به‌خوبی این فرایند را اجرا کنند و افسانه‌های ایرانی را از دل ادبیات عامه بیرون کشند و با تسلط علمی کافی بر آن و با خلق ۱۵ شخصیت متفاوت، بازی دیوان را به یک رسانه انتقال فرهنگ افسانه‌ای ایران تبدیل کنند. این پژوهش با مورد مطالعه قرار دادن یک نمونه بازی رومی‌زی ایرانی موفق سعی در نشان دادن ظرفیت غنی منابع کهن ملی برای بازآفرینی و اقتباس در رسانه‌های جدید و نوظهور دارد. از نظر خراسانی‌زاده و جلالی بازی‌های رومی‌زی، برخلاف بسیاری از تولیدات رسانه‌ای مدرن،

نه تنها امکان تعامل مستقیم بازیکنان را با محتوای فرهنگی ایجاد می‌کنند، بلکه از طریق درگیری ذهنی و مشارکت جمعی، درک عمیق‌تری از مفاهیم فرهنگی و تاریخی را نیز تسهیل می‌کنند. در پژوهش حاضر، بازی رومیزی به مثابه یک رسانه آموزشی و بستر انتقال فرهنگی در نظر گرفته شده است.

مهم‌ترین مسئله پژوهش رضا مشایخی (۱۴۰۰)، در رساله دکتری با عنوان «تدوین مدل مفهومی طراحی بازی‌های رومیزی ایرانی»، چگونگی بازنمایی هنر و فرهنگ در بازی‌های رومیزی و بررسی تأثیرات بینا فرهنگی آن‌ها برای دستیابی به الگویی تعمیم‌پذیر در طراحی و ساخت بازی‌ها بر اساس هنرهای ملی و بومی است. نگارنده ابتدا به شناسایی ظرفیت بازی‌های رومیزی در استفاده از منابع فرهنگی و هنری مختلف پرداخته و سپس به سراغ نحوه بازنمایی مفاهیم مرتبط با منابع فرهنگی و هنری رفته است. در نهایت نیز به نقش آن‌ها در ارتباطات بینا فرهنگی جوامع پرداخته است. هدف نهایی این پژوهش عبارت است از طراحی یک مدل بازی رومیزی با ریشه در هنرهای بومی و ایرانی که از دل بخش‌های قبلی پژوهش به دست آمده است. در این پژوهش بازی رومیزی در مرکز مطالعات قرار دارد و نسبت آن با هنرهای ملی و ایرانی مورد مطالعه قرار گرفته است. در این پژوهش همچنین به موفقیت بازی‌های رومیزی خارجی در بازآفرینی فرهنگی و تأثیرگذاری فرهنگی و ضعف بازی‌های رومیزی ایرانی در این زمینه اشاره شده است و از همین رو به سمت ایجاد مدل طراحی و تولید بومی‌سازی گام برداشته است.

پل بوث^۱ (۲۰۲۱) در کتاب «بازی‌های رومیزی به مثابه»^۲ رسانه، با توجه به اینکه پژوهش‌های علمی در این حوزه هنوز در مراحل اولیه خود قرار دارند، بر اهمیت بازی‌های رومیزی در چشم‌انداز پویای رسانه‌ها تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که این بازی‌ها نه تنها ابزار سرگرمی، بلکه وسیله‌ای برای ارتباط، معنای‌پردازی و تجربه‌های جمعی هستند. هدف اصلی این پژوهش، تحلیل چگونگی عملکرد بازی‌های رومیزی به عنوان یک فرم رسانه و ابزاری فرهنگی است. نویسنده با هدف ارائه یک چهارچوب تحلیلی برای درک ابعاد اجتماعی، فرهنگی و روایتی بازی‌های رومیزی، به تحلیل این پدیده از زوایای مختلف می‌پردازد و به دنبال برجسته‌سازی نقش این بازی‌ها در تعاملات انسانی و داستان‌گویی است.

از منظر روش‌شناختی نویسنده به استفاده از رویکردهای تحلیلی چندرشته‌ای و

1. Paul Booth

2. Board Games as Media

مطالعه‌های موردی برای بررسی نمونه‌های مختلف بازی‌های رومیزی می‌پردازد. این رویکرد به او این امکان را می‌دهد که ارتباطات بین رسانه‌های مختلف را بررسی کرده و نحوه انتقال روایت‌ها بین آن‌ها را تحلیل کند. با تحلیل‌های عمیق و مثال‌های واقعی، کتاب سعی می‌کند بینش‌های جدیدی درباره تأثیرگذاری بازی‌های رومیزی در عرصه فرهنگی و اجتماعی ارائه دهد و به لایه‌های پیچیده‌تری از تجارب و ارتباطات انسانی دست یابد.

این اثر از زوایای گوناگون به تحلیل بازی‌های رومیزی می‌پردازد. در بخش اول با بهره‌گیری از روش تحلیل متنی، عناصر اصلی بازی‌های رومیزی بررسی شده و نقش آن‌ها در روایت و تعامل بازیکنان تحلیل می‌شود. در ادامه به امکانات تعاملی بازی‌های رومیزی می‌پردازد و آن‌ها را به مثابه روایت‌های تعاملی از نوع ماجراجویی خواندنی بررسی می‌کند. پل بوث در کتابش به بررسی مطالعات فرهنگی بازی‌ها، نقش بازیکن به عنوان هوادار و انگیزه‌ها و میزان محبوبیت بازی‌ها تمرکز کرده است.

مبانی نظری پژوهش

بازی رومیزی

بازی رومیزی به هر نوع بازی گفته می‌شود که بر روی یک سطح مسطح یا تخته بازی انجام می‌شود. این بازی‌ها عموماً با استفاده از ابزارهایی همچون مهره‌ها، تاس‌ها، کارت‌ها یا دیگر اجزای فیزیکی بازی می‌شوند (باللی، ۱۴۰۱). هدف بازی معمولاً شامل کسب امتیاز، حرکت دادن اجزای مختلف بر اساس قوانین خاص یا رسیدن به یک هدف مشخص است. این بازی‌ها معمولاً بر تعاملات میان بازیکنان، تصمیم‌گیری‌های جمعی و فردی و پیش‌بینی نتایج مبتنی هستند. بازی‌های رومیزی از طریق شبیه‌سازی موقعیت‌های مختلف مانند میدان جنگ، بازار، مشاغل و عرصه سیاست به خلق ارتباطات رقابتی، مشارکتی، مخفیانه و استراتژیک مبتنی بر شانس، تفکر و یا ترکیب آن‌ها می‌پردازند (Bloom & Gibson, 2012).

بازی‌های رومیزی امروزه تبدیل به یکی از ابزارهای آموزش و سرگرمی شده‌اند که به واسطه بازنمایی‌های هویتی و هنجاری می‌توانند در هویت‌پذیری و تغییر هویت بازیکنان ایفای نقش کنند. بازیکنان در هنگام بازی کردن بازی‌های رومیزی با نقش‌ها و شخصیت‌های بازی و وظایف آن‌ها ارتباط فعال برقرار می‌کنند و در تعاملات میان

بازیکنان مشارکت دارند. عناصر سازنده تجربه‌ی بازی در تمامی ابعاد آن در مشارکت و اثرپذیری بازیکنان نقش دارند (ایزیستر، ۲۰۱۶، ۱۵). فرایندها، قوانین، مقررات، پیرنگ‌ها، شخصیت‌های بازی و دیگر مؤلفه‌های بازی نماینده و برسازنده هنجارهای هویتی متفاوتی هستند. بازی‌های رومیزی با هم‌آمیزی متن‌های رسانه‌ای، فناوری و قواعد بازی، در شکل‌دهی به ویژگی‌های فرهنگ همگرا نقش ایفا می‌کنند (Booth, 2014). از دیدگاه روان‌شناختی، بازی رومیزی‌ها به‌عنوان فعالیت‌هایی در نظر گرفته می‌شوند که شامل فرآیندهای تصمیم‌گیری پیچیده، حل مسئله، تعاملات اجتماعی و گاهی اوقات یادگیری استراتژیک هستند. این بازی‌ها ممکن است به تقویت مهارت‌های حل مسئله، تفکر استراتژیک، برنامه‌ریزی و مهارت‌های ارتباطی کمک کنند (Gobet, 2004). بازی‌های رومیزی همانند تماشای یک اثر نمایشی می‌توانند باعث تخلیه هیجانی بازیکنان به‌صورت فعال شوند (دانسی، ۱۳۹۶: ۱۹۹). از نظر فلسفی و هنری، بازی‌های رومیزی می‌توانند به‌عنوان یک فرم هنری و فرهنگی در نظر گرفته شوند که در آن بازی به‌عنوان وسیله‌ای برای بیان پیچیدگی‌های انسانی، روابط اجتماعی و حتی مفاهیم فلسفی مانند شانس، تقدیر، رقابت و همکاری عمل می‌کند. در این نگاه، بازی‌های رومیزی بخشی از فرهنگ مادی و معنوی جوامع هستند که از طریق آن‌ها می‌توان الگوهای انسانی، اجتماعات و ذهنیت‌های مختلف را تحلیل و بررسی کرد. بازی‌های رومیزی می‌توانند از طریق شبیه‌سازی استعاره‌های ساختاری با زمینه‌ی تاریخی در شکل‌دهی به حافظه فرهنگی نقش داشته باشند (Begy, 2015). از دیدگاه اقتصادی، بازی رومیزی‌ها به‌عنوان محصولاتی با بازار خاص خود شناخته می‌شوند که می‌توانند در دسته‌های مختلفی از سرگرمی‌های خانوادگی تا بازی‌های رقابتی پیچیده دسته‌بندی شوند. این صنعت، شامل طراحی، تولید و فروش بازی رومیزی‌هاست و به لحاظ فرهنگی و اقتصادی تأثیرات قابل توجهی دارد. بازی‌های رومیزی را می‌توان بخشی از صنایع خلاق و فرهنگی به‌شمار آورد چراکه محصولاتی هستند که به‌صورت توامان شامل رویکرد فرهنگی-هنری و رویکرد اقتصادی و تجاری می‌شوند (فری، ۱۴۰۱: ۴۹-۵۱).

رویکردهای نظری به بازی‌های رومیزی

در دهه‌های اخیر، محققان حوزه‌های مطالعات فرهنگی، رسانه، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی، با بررسی ابعاد نظری این بازی‌ها، نشان داده‌اند که مکانیک‌ها، قواعد و حتی طراحی فیزیکی این بازی‌ها، بازتاب‌دهنده و سازنده ارزش‌ها، روابط قدرت و

گفتمان‌های مسلط در جوامع هستند. در ادامه برخی از مهم‌ترین دیدگاه‌های نظری پیرامون بازی‌های رومیزی مرور می‌شود تا ابعاد مختلف پژوهش در ادامه راه، روشن گردد. این نظریات را می‌توان در قالب کلیدواژه‌های رسانه‌های فرهنگی، فضای سوم، بلاغت رویه‌ای، آزمایشگاه‌های اخلاقی و بازسازی حافظه تاریخی معرفی نمود.

وودز استدلال می‌کند که بازی‌های رومیزی مدرن اروپایی مانند «کاتان»^۱ یا «تیکت تو رایید»^۲، بازتاب‌دهنده ارزش‌های فرهنگی جامعه اروپای مدرن هستند، از جمله تأکید بر همکاری غیرمستقیم، مدیریت منابع پایدار و کاهش رقابت خصمانه. (Woods, 2012) وودز با تحلیل مکانیک بازی کاتان نشان می‌دهد که طراحی این بازی (مثلاً نیاز به مبادله منابع بین بازیکنان) بازتاب‌دهنده ایده‌های اقتصاد مشارکتی و تعادل اکولوژیک است. به گفته او، برخلاف بازی‌های آمریکایی مانند «مونوپولی»^۳ که بر حذف رقبا تمرکز دارند، بازی‌های اروپایی بازیکنان را به تعامل غیرمخرب و برنامه‌ریزی بلندمدت تشویق می‌کنند. این ویژگی، همسو با گفتمان‌های زیست‌محیطی و اجتماعی اروپاست.

نیکلسون با استفاده از مفهوم «فضای سوم» اولدنبرگ (فضای عمومی غیررسمی خارج از خانه و محل کار)، نقش کتابخانه‌ها و کافه‌های بازی را در ایجاد جامعه‌های محلی از طریق بازی‌های رومیزی تحلیل می‌کند. به گفته نیکلسون، بازی‌های رومیزی با ایجاد قوانین مشترک و هدفی مشخص (مثلاً برد در بازی)، شکاف‌های اجتماعی بین افراد با سنین، جنسیت‌ها یا پیشینه‌های مختلف را کاهش می‌دهند. او بازی «پاندمیک»^۴ را مثال می‌زند که در آن بازیکنان برای نجات جهان از یک بیماری همکاری می‌کنند. این همکاری اجباری، گفتگوی بین‌نسلی و انتقال تجربه‌ها را تسهیل می‌کند (Nicholson, 2008: 12).

بوگوست استدلال می‌کند که بازی‌ها (از جمله بازی‌های رومیزی) از طریق قواعد خود، ایدئولوژی‌ها را به بازیکنان منتقل می‌کنند؛ او این فرآیند را «بلاغت رویه‌ای» می‌نامد. بوگوست نشان می‌دهد که مکانیک مونوپولی (مانند خرید املاک، دریافت اجاره و ورشکستگی رقبا) بازیکنان را به پذیرش منطق سرمایه‌داری بدون بحث مستقیم درباره آن وادار می‌کند؛ در مقابل، بازی «کوپلای»^۵ با تغییر قواعد، ایده‌های اقتصاد مشارکتی را آموزش می‌دهد (Bogost, 2007).

1. Catan
2. Ticket to Ride
3. Monopoly
4. Pandemic
5. Coopoly

سیکارت بازی‌های رومیزی را «آزمایشگاه‌های اخلاقی» می‌نامد که بازیکنان را در موقعیت‌های دشوار تصمیم‌گیری قرار می‌دهند تا مرزهای اخلاقی خود را کشف کنند. سیکارت توضیح می‌دهد که در بازی پاندمیک، بازیکنان باید بین نجات شهرهای مختلف (با اولویت‌های شخصی) و حفظ منابع تیم تعادل برقرار کنند. این تعارض، بازیکن را وادار به بازاندیشی درباره مفاهیمی مانند فداکاری و مسئولیت‌پذیری می‌کند. این تصمیم‌ها بازتاب‌دهنده نظریه «اخلاق موقعیتی»^۱ است (Sicart, 2014).

دنیلز تحلیل می‌کند که بازی‌های رومیزی مانند «ریسک»^۲ یا «متحدین و متفقین»^۳ روایت‌های تاریخی را بازتولید یا تحریف می‌کنند و از این طریق، حافظه فرهنگی جامعه را شکل می‌دهند. به گفته دنیلز، در بازی ریسک، استعمار قاره‌ها به یک «بازی استراتژیک» تقلیل می‌یابد که در آن خشونت سیستماتیک علیه بومیان نادیده گرفته می‌شود. این بازنمایی، ایدئولوژی «توجه‌پذیری توسعه‌طلبی» را طبیعی جلوه می‌دهد. در بازی متحدین و متفقین، بازیکنان می‌توانند تاریخ جنگ جهانی دوم را بازنویسی کنند (مثلاً با پیروزی آلمان نازی). این قابلیت، پرسش‌هایی درباره اخلاق بازی‌سازی رویدادهای تاریخی واقعی ایجاد می‌کند (Daniels, 2017: 18).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع مطالعات کیفی و در قالب پارادایم تفسیری بوده و استراتژی اتخاذشده در پژوهش حاضر، استراتژی استقرایی و روش به کار گرفته‌شده، داده بنیاد (نظریه زمینه‌ای) است که از این طریق اقدام به کشف مقوله‌های اصلی و فرعی مرتبط با چالش‌ها و راهبردهای توسعه بازی‌های رومیزی از منظر حکمرانی و سیاست‌گذاری فرهنگی شده و در نهایت مدل نظری از این مقوله ترسیم شده است.

روش داده‌بنیاد، یک روش پژوهشی کیفی در حوزه‌ها و علوم مختلف است که هدف آن تولید تئوری‌های جدید بر مبنای تحلیل نظامند داده‌ها است، بدون آنکه از پیش فرض‌های نظری پیشین پیروی کند. این روش نخستین بار در دهه ۱۹۶۰ توسط گلیزر و استراوس معرفی شد (Glaser & Strauss, 1967). رویکرد اصلی این روش، استقرایی است و بر «اجازه دادن به داده‌ها برای سخن گفتن» تأکید دارد، به گونه‌ای که مفاهیم و نظریه‌ها مستقیماً از دل داده‌های میدانی ظهور کنند. به‌عنوان روشی که در مرز بین استقرا و

قاعده‌سازی حرکت می‌کند، داده‌بنیاد جایگاهی کلیدی در پژوهش‌های اکتشافی دارد و به محققان اجازه می‌دهد تا پدیده‌های اجتماعی پیچیده را با دقت واکاوی کنند.

با توجه به اینکه در پژوهش حاضر نیز هدف نهایی، تدوین یک طرح نظری برای ترسیم چالش‌های موجود در توسعه بازی‌های رومیزی در ایران، نقش خط‌مشی‌گذاری و سیاست‌گذاری فرهنگی در این زمینه و راهبردهای متناظر با آن است، از روش داده‌بنیاد استفاده شد تا با توجه به خلأ مطالعات و نظریات موجود، با توجه به استخراج الگوی نظریه و ماتریس وضعیت، زمینه نظری برای پژوهش‌های بعدی فراهم شود.

هر رویکرد پژوهش کیفی مانند داده‌بنیاد، از ابزارهای مختلفی برای گردآوری و تحلیل داده‌ها استفاده می‌کند. مهم‌ترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش‌های داده‌بنیاد، مصاحبه است. در این پژوهش نیز، برای جمع‌آوری داده‌ها، از مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته استفاده شد. بدین منظور ابتدا با مرور پژوهش‌های قبلی و ادبیات موجود در کتاب‌ها و نشریات معتبر، فرم ابتدایی مصاحبه شامل راهنمای مصاحبه‌کننده، شیوه‌نامه انجام مصاحبه و سؤالات مصاحبه طراحی شد. سپس ۲۰ نفر از متخصصان و خبرگان دارای ایده و تجربه در موضوعات مرتبط با مسئله پژوهش به شیوه نمونه‌گیری هدفمند- نظری انتخاب شدند. با شروع فرایند مصاحبه‌ها، برخی سؤالات و محورهای پیشنهادی، به شکل رفت‌وبرگشتی اصلاح و یا تکمیل می‌شد.

با انجام ۷ مصاحبه به‌صورت مفصل و عمیق و پیاده‌سازی آنان، اندک‌اندک، اغلب موارد مطرح‌شده در مصاحبه‌ها که به شیوه نیمه‌ساخت‌یافته و با زمانی حدود ۱۰۰ دقیقه انجام می‌شد، تکراری شده و مشابه آن - در قالب عبارات‌های نزدیک - در مصاحبه‌های قبلی نیز یافت می‌شد. با این حال، ۳ مصاحبه دیگر نیز انجام شد تا پژوهشگران مطمئن شوند در زمینه مربوط، یعنی چالش‌های سیاستی و حکمرانی در نسبت با مسئله بازی‌های رومیزی به اشباع نظری دست یافته‌اند. همچنین سعی شد تا انتخاب مصاحبه‌شوندگان به شکلی باشد تا پراکنش نسبی از دیدگاه‌های مختلف در نظر گرفته شود. به‌علاوه در فهرست مصاحبه‌شوندگان، ۳ نفر از پژوهشگران و اساتید دانشگاه که در این زمینه پژوهش‌های مرتبط داشتند، ۴ نفر از خبرگان دارای تجربه در حوزه‌های مرتبط سیاست‌گذاری فرهنگی و در نهایت ۳ نفر از فعالان بخش خصوصی و دست‌اندرکاران و ذی‌نفعان که دارای فعالیت‌های مرتبط بودند استفاده شد.

برای تحلیل داده‌ها نیز از رویکرد کدگذاری سه‌مرحله‌ای نظریه زمینه‌ای سیستماتیک (کدگذاری باز، محوری و انتخابی) استفاده شد. فرآیند پژوهش مبتنی بر این روش

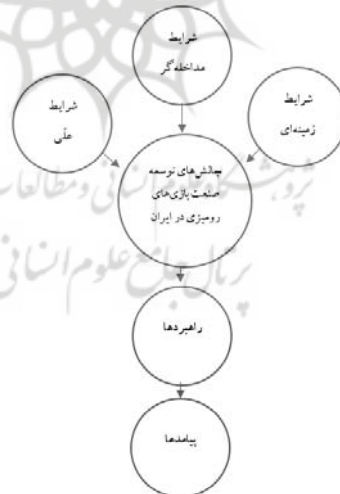
شامل سه مرحله اصلی است:

۱. کدگذاری باز^۱: تجزیه داده‌ها به مفاهیم اولیه و شناسایی مقوله‌ها؛
۲. کدگذاری محوری^۲: کشف روابط بین مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها از طریق مدل پارادایمی (شرایط علی، راهبردها، پیامدها)؛
۳. کدگذاری انتخابی^۳: یکپارچه‌سازی مقوله‌ها حول یک هسته مرکزی و تدوین تئوری نهایی (Strauss & Corbin, 1998).

با توجه به فراوانی بالای کدهای باز، به‌طور معمول در ارائه نتایج پژوهش‌ها، از ذکر مراحل کدگذاری در متن پژوهش صرف‌نظر شده و بیشتر روی نتایج حاصل از کدگذاری محوری و انتخابی در ترسیم ماتریس وضعیت و ارائه مدل نظری درک موضوع و ابعاد مختلف آن تأکید می‌شود که در اینجا نیز ما از همین رویه پیروی کرده‌ایم.

یافته‌های پژوهش

مبتنی بر تحلیل مصاحبه‌ها و کدگذاری آن‌ها، ابتدا نمودار نظری طراحی شده پیرامون چالش‌ها و راهبردهای توسعه صنعت بازی‌های رومیزی در ایران، ذکر می‌شود و سپس به بررسی مؤلفه‌ها و ابعاد هر کدام از اجزای آن می‌پردازیم.



شکل ۱. نمودار الگوی نظری چالش‌های توسعه صنعت بازی‌های رومیزی در ایران

۱. چالش‌های مرتبط با شرایط زمینه‌ای

۱-۱. جامعه محدود مخاطبان و مصرف‌کنندگان: جامعه کوچک مخاطبان بازی رومیزی در ایران به دلایلی نظیر نوپا بودن این صنعت، ناشناخته بودن آن برای خانواده‌ها و جوانان و عرضه و معرفی محدود و ضعیف محصولات شکل گرفته است. نوپا بودن صنعت بازی رومیزی در ایران باعث شده که هنوز فرهنگ بازی رومیزی به‌عنوان یک سرگرمی جدی و ارزشمند در میان عموم جا نیفتد. بسیاری از خانواده‌ها و جوانان با مزایا و جذابیت‌های این بازی‌ها آشنایی کافی ندارند و آن‌ها را صرفاً نوعی سرگرمی کودکانه یا پیچیده می‌دانند. از سوی دیگر، عرضه و معرفی محصولات بازی رومیزی، به دلیل ضعف در تبلیغات، بسته‌بندی‌های کم‌کیفیت و عدم دسترسی گسترده به فروشگاه‌های تخصصی، نتوانسته مخاطبان جدیدی را جذب کند. برای گسترش این جامعه، برنامه‌ریزی برای آگاهی‌بخشی، تبلیغات هدفمند و ایجاد فضاهای عمومی برای تجربه بازی رومیزی ضروری است.

۲-۱. ناشناخته بودن بازی‌ها میان مخاطبان: شناخت کم و ناکافی از بازی‌ها یکی از موانع اصلی توسعه فرهنگ بازی رومیزی در ایران است. بسیاری از مخاطبان، حتی افرادی که به بازی‌های رومیزی علاقه دارند، با تنوع، کارکردها و مزایای این بازی‌ها آشنا نیستند. این فقدان آگاهی به دلایلی نظیر نبود تبلیغات مؤثر، محتوای آموزشی محدود و ضعف در معرفی بازی‌ها از سوی فروشندگان و تولیدکنندگان رخ داده است. در نتیجه، بسیاری از افراد توانایی انتخاب بازی‌هایی متناسب با سلیقه و نیاز خود را ندارند و تجربه آن‌ها از بازی‌های رومیزی محدود به چند عنوان شناخته‌شده می‌شود. این مسئله نه تنها به کاهش لذت و انگیزه مخاطبان منجر می‌شود، بلکه مانع رشد و پذیرش گسترده این صنعت می‌گردد. سرمایه‌گذاری در آموزش و آگاهی‌بخشی، از طریق رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های تعاملی، می‌تواند به افزایش شناخت و گسترش جامعه مخاطبان کمک کند.

۳-۱. قیمت بالای بازی‌های رومیزی: قیمت بالا و دسترسی محدود بازی رومیزی‌ها در ایران از مشکلات جدی این صنعت است که مانع از جذب گسترده مخاطبان و گسترش فرهنگ بازی‌های رومیزی شده است. گرانی مواد اولیه، هزینه‌های بالای تولید و واردات و نبود سیاست‌های حمایتی، قیمت بازی رومیزی‌ها را به

سطحی رسانده که برای بسیاری از خانواده‌ها و جوانان مقرون به صرفه نیست.

۴-۱. قیمت بالای طراحی و تولید بازی‌ها: تولیدات داخلی کم در صنعت بازی رومیزی ایران از مشکلات عمده‌ای است که ناشی از عوامل متعددی است. گرانی مواد اولیه، به‌ویژه مقوا و پلاستیک که در تولید بازی رومیزی‌ها نقشی کلیدی دارند، باعث افزایش هزینه‌های تولید و کاهش توان رقابتی تولیدکنندگان داخلی شده است. از سوی دیگر، رقابت نابرابر با تولیدات خارجی که به دلیل قاچاق یا واردات بدون پرداخت تعرفه‌های عادلانه با قیمت‌های پایین‌تر در بازار عرضه می‌شوند، فضای رقابتی را برای تولیدکنندگان داخلی تنگ‌تر کرده است. علاوه بر این، نبود سازوکارهای حمایتی مناسب، نظیر مشوق‌های مالیاتی، تسهیلات وام یا زیرساخت‌های توسعه‌ای، باعث شده تولیدکنندگان داخلی با چالش‌های زیادی در تأمین سرمایه و دسترسی به بازارهای مناسب مواجه شوند. حمایت هدفمند و سیاست‌گذاری دقیق می‌تواند به تقویت تولیدات داخلی، کاهش وابستگی به واردات و افزایش اشتغال در این حوزه کمک کند.

۵-۱. دسترس‌پذیری سخت و عرضه محدود: کمبود مراکز تخصصی و مستقل فروش بازی رومیزی یکی از چالش‌های عمده این صنعت در ایران است که تا حد زیادی ناشی از کوچک بودن جامعه مخاطبان بازی رومیزی است. این محدودیت باعث شده که فروش بازی رومیزی عمدتاً ذیل کتابفروشی‌ها، کافه‌ها و فروشگاه‌های لوازم‌التحریر قرار گیرد که اغلب تخصص لازم برای معرفی و ارائه بازی‌ها به مخاطبان را ندارند. این وضعیت نه تنها به کاهش دیده شدن بازی رومیزی‌ها منجر می‌شود، بلکه تجربه خرید مخاطبان را نیز محدود کرده و انتخاب آگاهانه را دشوار می‌سازد. از سوی دیگر، نبود مراکز تخصصی، امکان برگزاری رویدادها، تست بازی‌ها و آموزش قوانین را نیز کاهش داده است که می‌تواند به رشد فرهنگ بازی رومیزی در جامعه کمک کند. ایجاد فروشگاه‌های تخصصی با خدمات جامع می‌تواند فضایی برای گسترش بازار، جذب مخاطبان جدید و تقویت ارتباط میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان فراهم کند.

از سوی دیگر، دسترسی محدود به بازی رومیزی‌ها به دلیل کمبود فروشگاه‌های

تخصصی، پراکندگی نامناسب توزیع و کمبود فروشگاه‌های آنلاین کارآمد و شناخته‌شده، باعث شده تا علاقه‌مندان در شهرهای کوچک یا مناطق دورافتاده به‌سختی بتوانند به بازی‌ها دست یابند. این عوامل نه‌تنها بازار بالقوه این صنعت را محدود می‌کند، بلکه مانع از شکل‌گیری تجربه‌های مکرر و ماندگار برای مخاطبان می‌شود. کاهش هزینه‌های تولید از طریق حمایت‌های دولتی، توسعه شبکه‌های توزیع و فروش آنلاین و ایجاد مراکز محلی فروش می‌تواند به حل این مشکلات و دسترسی آسان‌تر بازی رومیزی‌ها کمک کند.

۶-۱. کمبود نیروی متخصص فروش و ارائه و تبلیغ ضعیف محصولات: کمبود فروشندگان حرفه‌ای در صنعت بازی رومیزی ایران یکی از عوامل مؤثر بر ارائه ضعیف محصولات به مشتریان است. بسیاری از فروشندگان در کتاب‌فروشی‌ها، کافه‌ها یا فروشگاه‌های غیرتخصصی، اطلاعات کافی درباره بازی رومیزی‌ها، مخاطبان هدف، یا نحوه توضیح قوانین بازی‌ها ندارند. این کمبود دانش و مهارت باعث می‌شود که نتوانند تجربه‌ای مطلوب و جذاب برای مشتریان ایجاد کنند یا محصولات متناسب با نیازهای آن‌ها را پیشنهاد دهند. علاوه بر این، ارائه ضعیف محصول، شامل بسته‌بندی‌های بی‌کیفیت، توضیحات ناقص یا ترجمه‌های نامناسب قوانین بازی، باعث کاهش اعتماد و علاقه مشتریان به خرید بازی رومیزی‌های داخلی می‌شود. تربیت فروشندگان حرفه‌ای و سرمایه‌گذاری در ارتقای کیفیت ارائه محصولات می‌تواند به بهبود تجربه مشتری، افزایش فروش و تقویت جایگاه بازی رومیزی در فرهنگ عمومی کمک کند.

۷-۱. رقابت نابرابر تولیدات داخلی با آثار ترجمه‌ای و کپی: در حال حاضر نوعی رقابت نابرابر میان تولیدات تألیفی داخلی و تولیدات خارجی وجود دارد؛ چراکه بازی‌های خارجی به دلیل قاچاق یا واردات بدون پرداخت تعرفه‌های عادلانه با قیمت‌های پایین‌تر در بازار عرضه می‌شوند و عملاً فضای رقابتی را برای تولیدکنندگان داخلی غیرممکن کرده‌اند. علاوه بر این، نبود سازوکارهای حمایتی مناسب، نظیر مشوق‌های مالیاتی، تسهیلات وام یا زیرساخت‌های توسعه‌ای، باعث شده تولیدکنندگان داخلی با چالش‌های زیادی در تأمین سرمایه و دسترسی به بازارهای مناسب مواجه شوند. حمایت هدفمند و سیاست‌گذاری دقیق می‌تواند به تقویت تولیدات داخلی، کاهش وابستگی به واردات و افزایش اشتغال در این حوزه کمک کند.

۸-۱. عدم حضور در محافل و نمایشگاه‌ها و بازارهای خارجی و خلاء کانون صادراتی و تجارت بین‌الملل: خلاء وجود کانون صادراتی و کانال‌های تجارت بین‌الملل در صنعت بازی رومیزی ایران یکی از موانع اصلی در معرفی و عرضه بازی‌های داخلی به بازارهای جهانی است. درحالی‌که بسیاری از بازی رومیزی‌های ایرانی دارای پتانسیل بالایی برای بازنمایی فرهنگ بومی و جذب مخاطبان بین‌المللی هستند، نبود زیرساخت‌های صادراتی منسجم باعث شده تا این ظرفیت‌ها به‌طور کامل شکوفا نشوند. نبود نهاد یا ساختاری که به‌طور تخصصی به تسهیل صادرات، شناسایی بازارهای هدف و ایجاد شبکه‌های ارتباطی با شرکت‌های بین‌المللی بپردازد، فرصت‌های بزرگی برای ارزآوری و ترویج فرهنگ ایرانی را از دست می‌دهد. ایجاد یک کانون صادراتی می‌تواند با ارائه خدماتی نظیر بازاریابی جهانی، استانداردسازی محصولات برای تطبیق با نیازهای بین‌المللی و شرکت در نمایشگاه‌های جهانی، صنعت بازی رومیزی ایران را از سطح محلی به یک بازیگر مؤثر در بازار جهانی تبدیل کند.

۹-۱. ضعف در مخاطب‌شناسی و ذائقه‌سنجی: مخاطب‌شناسی نامناسب توسط برخی از تولیدکنندگان بازی رومیزی در ایران باعث شده که تمرکز زیادی بر تولید بازی‌های استراتژیک سنگین و پیچیده باشد، درحالی‌که این دسته از بازی‌ها مخاطبان محدودی دارند. این رویکرد، نیازها و ترجیحات بخش بزرگ‌تری از جامعه، به‌ویژه خانواده‌ها و افرادی که به دنبال بازی‌های ساده، سرگرم‌کننده و درعین‌حال جذاب هستند را نادیده می‌گیرد. بازی‌های خانوادگی و ساده که می‌توانند افراد مختلف با سنین و سطوح مهارت‌های گوناگون را گرد هم آورند، نقشی کلیدی در گسترش فرهنگ بازی رومیزی دارند؛ اما کمبود آن‌ها موجب کاهش دسترسی عموم مردم به تجربه‌های مثبت از این حوزه شده است. درنتیجه، بخشی از بازار بالقوه این صنعت نادیده گرفته شده و فرصت‌های رشد اقتصادی و اجتماعی از دست رفته است. توجه به تنوع مخاطبان و تولید بازی‌های متناسب با نیازهای گروه‌های مختلف می‌تواند به توسعه متوازن‌تر و پایدارتر صنعت بازی رومیزی کمک کند.

۲. چالش‌های مرتبط با شرایط علی

۱-۲. ابهام قانونی و نبود قوانین تسهیلگر: ابهام قانونی در صنعت بازی رومیزی ایران یکی از چالش‌های اساسی این حوزه است که باعث شده فعالان این

صنعت با عدم شفافیت در مسائل مربوط به ثبت، تولید، توزیع و حقوق مالکیت معنوی مواجه شوند. نبود قوانین مشخص برای حمایت از خلاقیت و ایده‌پردازی، کپی‌برداری غیرمجاز از آثار داخلی و خارجی را تسهیل کرده و همچنین امکان سرمایه‌گذاری بلندمدت را برای توسعه‌دهندگان محدود می‌کند. این ابهام‌ها همچنین باعث می‌شود که بسیاری از تولیدکنندگان در مواجهه با نهادهای نظارتی و اداری با مشکلات متعددی روبه‌رو شوند، از جمله تطبیق محصولات خود با معیارهای فرهنگی و قوانین متغیر که به‌صورت مشخص تعریف نشده‌اند. تنظیم چارچوب‌های قانونی شفاف و حمایت از این صنعت می‌تواند گامی مؤثر در رشد اقتصادی و فرهنگی بازی رومیزی در ایران باشد.

۲-۲. اختلال در چرخه تصویب قانون، اجرا و نظارت: اختلال در چرخه تصویب قانون، اجرا و نظارت بر آن در زمینه بازی رومیزی در ایران به یک مانع جدی برای توسعه این صنعت تبدیل شده است. در مرحله تصویب، فقدان شناخت کافی از ماهیت بازی رومیزی‌ها و تأثیرات فرهنگی و اقتصادی آن‌ها، باعث شده که قوانین مرتبط یا تدوین نشوند یا در صورت تدوین، ناکافی و نامتناسب باشند. در مرحله اجرا، ناهماهنگی میان نهادهای مسئول و نبود دستورالعمل‌های روشن، فرآیندهایی همچون ثبت، تولید و عرضه بازی رومیزی‌ها را پیچیده و گاه متوقف می‌کند. همچنین، نظارت بر اجرای قوانین موجود نیز با چالش‌هایی نظیر نبود نیروی متخصص و ابزارهای مناسب برای ارزیابی محتوای بازی رومیزی‌ها روبه‌رو است که این امر به شیوع کپی‌برداری غیرمجاز و نقض حقوق مالکیت معنوی منجر می‌شود. برطرف کردن این اختلالات مستلزم همکاری نزدیک‌تر میان قانون‌گذاران، تولیدکنندگان و نهادهای فرهنگی است.

۳-۲. فقدان نظارت مؤثر: فقدان نظارت مؤثر بر صنعت بازی رومیزی در ایران به پیامدهای جدی و مخربی منجر شده است که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر کیفیت و رشد این صنعت تأثیر می‌گذارد. قاچاق کالا، از جمله ورود بازی رومیزی‌های خارجی بدون رعایت قوانین کپی‌رایت یا پرداخت حقوق مالکیت معنوی، باعث کاهش انگیزه تولیدکنندگان داخلی و ایجاد رقابت ناسالم شده است. ترجمه و کپی‌برداری ضعیف و بی‌کیفیت از بازی‌های خارجی، به‌ویژه در غیاب استانداردهای نظارتی، به تولید محصولات بی‌کیفیتی منجر می‌شود که نه تنها ارزش فرهنگی و آموزشی ندارند، بلکه تجربه بازی را نیز برای مخاطبان

بی‌ارزش می‌کنند. از سوی دیگر، عدم بررسی محتوای بازی‌ها می‌تواند به ترویج مضامین نامناسب یا مغایر با ارزش‌های فرهنگی جامعه بینجامد که این امر آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی به همراه دارد. اعمال نظارت حرفه‌ای و سازوکارهای حقوقی شفاف می‌تواند این مشکلات را کاهش داده و زمینه را برای رشد پایدار و کیفی صنعت بازی رومیزی در ایران فراهم کند.

۲-۴. تأثیر پدیده قمار بر فرهنگ بازی و تضعیف مشروعیت اجتماعی بازی‌های رومیزی: یکی از چالش‌های زمینه‌ای مهم در مسیر توسعه صنعت بازی‌های رومیزی در ایران، غلبه تدریجی نگاه قمارمحور بر ذهنیت عمومی و حتی بخش‌هایی از نظام تصمیم‌گیری است. این رویکرد که بازی را صرفاً با مفاهیمی چون شانس، بردو باخت لحظه‌ای و هیجان‌های زودگذر تعریف می‌کند، موجب شده تا مرز میان بازی‌های فکری، آموزشی و فرهنگی با پدیده‌های آسیب‌زایی همچون قمار و شرط‌بندی تیره شود. در نتیجه، بازی‌های رومیزی به جای آن‌که به‌عنوان ابزارهایی برای ارتقای تفکر، هم‌افزایی اجتماعی و تعاملات فرهنگی شناخته شوند، گاه با سوءظن و بی‌اعتمادی مواجه‌اند و مشروعیت فرهنگی آن‌ها به چالش کشیده می‌شود.

۲-۵. نگاه تهدیدمحور و به رسمیت نشناختن صنعت بازی‌های رومیزی: عدم نگاه مستقل و ظرفیت‌محور به صنعت بازی رومیزی در حاکمیت و دستگاه سیاست‌گذاری ایران (متأثر از رواج پدیده قمار و درک بازی به مثابه بطالت) باعث شده این حوزه به‌رغم پتانسیل بالای فرهنگی، آموزشی و اقتصادی، در حاشیه بماند. بازی‌های رومیزی اغلب به‌عنوان ابزارهای تفریحی ساده یا ابزار قمار دیده می‌شوند و جایگاه آن‌ها به‌عنوان یک صنعت خلاق و فرهنگی که می‌تواند نقش مهمی در آموزش مهارت‌های اجتماعی، تقویت تفکر انتقادی و حتی دیپلماسی فرهنگی ایفا کند، نادیده گرفته می‌شود. این نگرش سطحی، نه تنها منجر به عدم تدوین قوانین حمایتی و زیرساخت‌های لازم برای رشد این صنعت شده، بلکه از سرمایه‌گذاری‌های استراتژیک و حمایت‌های مالی نیز جلوگیری کرده است. در نتیجه، تولیدکنندگان بازی رومیزی با چالش‌هایی نظیر کمبود حمایت‌های دولتی، عدم دسترسی به بازارهای بین‌المللی و رقابت ناعادلانه با محصولات وارداتی مواجه هستند. تغییر این نگاه نیازمند درک ارزش‌های فرهنگی و اقتصادی بازی رومیزی و ایجاد برنامه‌های سیاست‌گذاری جامع برای حمایت از آن است.

۶-۲. فضای شبه‌انحصاری پخش بازی‌ها: فضای شبه‌انحصاری پخش و توزیع در صنعت بازی رومیزی ایران، ناشی از تسلط چند شرکت بزرگ است که به واسطه قدمت، سابقه و تولید محتوای قوی جایگاه خود را مستحکم کرده‌اند. این شرکت‌ها با شبکه‌های توزیع گسترده، تبلیغات مؤثر و توان مالی بالاتر، توانسته‌اند بازار را تا حد زیادی در دست بگیرند و به مرجع اصلی توزیع بازی رومیزی تبدیل شوند. باین‌حال، این وضعیت به معنای حذف کامل سایر پخش‌کنندگان نیست؛ بلکه بسیاری از شرکت‌های کوچک‌تر و تازه‌وارد با تمرکز بر بازارهای خاص، تولیدات نوآورانه، یا خدمات متمایز توانسته‌اند جایگاه خود را بیابند. هرچند این شرایط رقابتی به رشد کیفی بازار کمک کرده، اما فضای انحصاری موجود می‌تواند چالش‌هایی همچون محدودیت دسترسی به بازار برای بازی‌سازان جدید، کاهش تنوع محصولات و افزایش قیمت‌ها را به همراه داشته باشد. تسهیل ورود بازیگران جدید و حمایت از تنوع توزیع می‌تواند این صنعت را به سمت رقابتی‌تر و پویاتر شدن هدایت کند.

۷-۲. خلاء مرجع آموزشی و تسهیلگری طراحی و تولید: خلاء وجود یک مرجع آموزشی و تسهیلگر در صنعت بازی رومیزی ایران یکی از موانع اصلی در رشد این حوزه به شمار می‌رود. فقدان نهاد یا سازمانی که به‌طور تخصصی به آموزش مهارت‌های مرتبط با طراحی، تولید و مدیریت بازی رومیزی بپردازد، باعث شده علاقه‌مندان و فعالان این صنعت اغلب بدون دانش کافی یا با تکیه بر منابع پراکنده و غیرمتمرکز فعالیت کنند. این خلاء نه تنها به کاهش کیفیت محصولات داخلی منجر می‌شود، بلکه مانع توسعه ایده‌های نوآورانه و رقابت‌پذیری با بازارهای جهانی است. از سوی دیگر، نبود یک تسهیلگر مرکزی برای هماهنگی میان تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و نهادهای دولتی، فرایندهای قانونی و اداری را پیچیده‌تر کرده و دسترسی به حمایت‌های لازم را محدود می‌کند. ایجاد مراکز آموزشی تخصصی و نهادهای تسهیلگر می‌تواند به ارتقای مهارت‌ها، تسهیل ارتباطات و افزایش کیفیت و بهره‌وری در این صنعت کمک کند.

۳. چالش‌های مرتبط با شرایط مداخله‌گر

۱-۳. انتقال خد ارزش‌ها و مفاهیم متضاد با فرهنگ مطلوب: محتوا و مضامین برخی از بازی رومیزی‌ها در ایران گاهی به چالش‌های فرهنگی و اجتماعی دامن می‌زند، به‌ویژه زمانی که بازی‌ها بدون تطبیق با فرهنگ بومی یا ارزش‌های

اخلاقی طراحی یا وارد می‌شوند. برخی از این بازی‌ها، به‌طور ناخودآگاه یا عمدی، مفاهیمی متضاد با فرهنگ مطلوب بومی را انتقال می‌دهند، نظیر ترویج خشونت، فردگرایی افراطی یا الگوهای ناهنجار رفتاری. این امر می‌تواند به شکاف میان هویت فرهنگی و سرگرمی‌های وارداتی منجر شود و تأثیرات منفی بر شکل‌گیری ارزش‌ها در نسل جوان داشته باشد.

۲-۳. ترویج منفعت‌گرایی فردی، خصایل غیراخلاقی و گرایش به قمار: یکی دیگر از چالش‌های محتوایی در برخی بازی‌های رومیزی، ترویج رقابت افراطی و منفعت‌گرایی فردی است. این مضامین که به‌ویژه در بازی‌های استراتژیک، اقتصادی و رقابتی برجسته‌اند، می‌توانند روحیه همکاری و همبستگی اجتماعی را تضعیف کرده و رفتارهایی نظیر دروغ، فریب، پرخاشگری و دور زدن قوانین را به‌عنوان راهبردهای موفقیت معرفی کنند. افزون بر این، برخی بازی‌ها با الگوهایی شبیه‌سازی‌شده از شرط‌بندی و ریسک‌پذیری صرفاً مبتنی بر شانس، ممکن است زمینه‌ساز شکل‌گیری گرایش به قمار در مخاطبان کم‌سن‌وسال یا کم‌تجربه باشند. چنین گرایش‌هایی، هرچند ممکن است در قالب سرگرمی جذاب به‌نظر برسند، در بلندمدت می‌توانند پیامدهای منفی تربیتی و اخلاقی به همراه داشته باشند.

۳-۳. خلاء استفاده آموزشی و نبود نگاه تربیتی در زمینه بازی‌های رومیزی: از سوی دیگر، خلاء استفاده آموزشی و تربیتی از بازی رومیزی‌ها در محیط‌هایی مانند خانواده، مدرسه و مراکز تربیتی، فرصتی ارزشمند را از بین می‌برد. بازی رومیزی‌ها می‌توانند ابزار قدرتمندی برای آموزش مهارت‌هایی نظیر حل مسئله، تفکر خلاق، کار گروهی و حتی مفاهیم علمی و تاریخی باشند. با این حال، این پتانسیل در ایران به‌ندرت مورد توجه قرار گرفته است. طراحی و ترویج بازی‌هایی که بر اساس ارزش‌های بومی و اهداف آموزشی شکل گرفته‌اند، می‌تواند به ارتقای نقش بازی رومیزی‌ها در تقویت هویت فرهنگی، تربیت اخلاقی و مهارت‌آموزی کمک شایانی کند.

۴. راهبردهای متناظر

۱-۴. راهبردهای سیاست‌گذاری و نهادی

توسعه بازی‌های رومیزی در ایران، به‌مثابه یک صنعت فرهنگی-اقتصادی، در گرو عبور از موانع ساختاری در سطوح حاکمیتی و نهادی است. چالش‌های کنونی این صنعت

از پراکندگی در نظام قانون گذاری تا نبود متولی واحد - نشان می دهد که رشد پراکنده و غیرنظام مند بازی های رومیزی، بدون بازتعریف نقش نهادهای دولتی و اصلاح فرایندهای سیاستی، به بن بست خواهد انجامید. این راهبردها نه تنها برای رفع موانع موجود طراحی شده اند، بلکه باهدف ایجاد زیست بومی پایدار که در آن تولیدکنندگان، ناشران و نهادهای نظارتی در چارچوبی هماهنگ فعالیت کنند، پیشنهاد می شوند.

برایند نهایی این راهبردها، تلفیق سه گانه «قانون، نهاد و مشوق» است. از یک سو، تدوین قوانین اختصاصی با رویکرد فرهنگی، پایه های حقوقی لازم برای حمایت از محتوای بومی را فراهم می کند. از سوی دیگر، بازسازی ساختار نهادی (مانند تعیین متولی واحد و ایجاد نهادهای هماهنگ کننده)، از دوباره کاری ها و تعارضات سازمانی می کاهد. در کنار این دو، مشوق های مالی و تسهیلات دولتی، موتور محرک بخش خصوصی برای ورود به این عرصه خواهد بود. این سه گانه، در کنار هم چارچوبی یکپارچه برای تبدیل بازی های رومیزی از یک «سرگرمی حاشیه ای» به یک «صنعت تأثیرگذار» در اقتصاد فرهنگ ایجاد می کند. با توجه به کدگذاری انتخابی مستخرج از متن مصاحبه با نخبگان، مهم ترین راهبردهای توسعه و رفع چالش های توسعه بازی های رومیزی در ایران عبارت است از:

- تدوین و تصویب قوانین اختصاصی برای صنعت بازی های رومیزی با نگاه فرهنگی و تربیتی؛
- رفع اختلال در چرخه قانون گذاری از طریق ایجاد نهاد هماهنگ کننده میان بخش های قانون گذاری، اجرا و نظارت؛
- تمرکز نهادهای متولی و جلوگیری از چندسپرستی با تعیین متولی اصلی در سطح حاکمیت فرهنگی؛
- تقویت نظارت و ارزیابی مستمر بر روند تولید و انتشار بازی ها به ویژه از منظر محتوایی؛
- تدوین آیین نامه های حمایتی برای پخش و فروش مستقل بازی ها در قالب مشوق های مالیاتی یا تسهیلات.

۲-۴. راهبردهای فرهنگی و محتوایی

بازی های رومیزی، در جایگاه رسانه های تأثیرگذار، نقشی فراتر از سرگرمی ایفا می کنند و توانایی شکل دهی به انگاره های ذهنی و سامان بخشی به ارزش های اجتماعی را دارا هستند. در بستر فرهنگی ایران که هویت ملی - دینی ستون اصلی حیات جمعی

است. بی‌توجهی به محتوای این بازی‌ها ممکن است به تقابلی ناخواسته میان کارکرد سرگرم‌کننده و مبانی ارزشی جامعه منجر شود. چالش‌هایی نظیر نفوذ الگوهای فرهنگی بیگانه، تضعیف مفاهیم تربیتی در طراحی بازی‌ها، ترویج قمار و غیاب روایت‌های بومی مبتنی بر سبک زندگی ایرانی-اسلامی، تدوین راهبردهای محتوایی را از سطح «اقدام دلبخواهی» به «ضرورتی راهبردی» ارتقا داده است. این راهبردها نه تنها با هدف پیشگیری از بروز تنش‌های فرهنگی، بلکه در راستای بهره‌گیری از بازی‌ها به‌مثابه ابزارهای هوشمند سیاست‌گذاری فرهنگی که همسویی با اهداف تربیتی و انسجام‌بخشی اجتماعی را تضمین می‌کنند، طراحی شده‌اند.

هسته مرکزی این راهبردها، ایجاد پیوندی ساختاری بین محتوا و مؤلفه‌های هویتی ایران است. نخست، تولید بازی‌های با مضامین تربیتی-اجتماعی، امکان بازتولید ارزش‌هایی چون همبستگی ملی، ایثارجویی و حکمت‌های دینی را در قالب‌های جذاب و تعاملی فراهم می‌کند. دوم، استقرار سازوکارهای پایش محتوایی با تمرکز بر شناسایی و حذف انگاره‌های ضد ارزشی، از تبدیل بازی‌ها به بستری برای تنش‌های ایدئولوژیک جلوگیری می‌نماید. سوم، گفتمان‌سازی هدفمند در رسانه‌ها، بازی‌های رومیزی را از حاشیه «لوازم تفننی» به متن «رسانه‌های آموزشی اثرگذار» انتقال می‌دهد. چهارم، طراحی الگوهای بومی مانند بازی‌های مبتنی بر رویدادهای تاریخی سرفصل‌دار (نظیر چالدران) یا آیین‌های محلی (نظیر نوروز) گذار از تقلید صرف از نمونه‌های خارجی به خلق هویتی مستقل در این عرصه را ممکن می‌سازد. این چارچوب راهبردی، بازی‌های رومیزی را به «سفیران فرهنگی پویا» بدل می‌کند که هم در عرصه داخلی کارکرد آموزشی دارند و هم در صحنه بین‌المللی، روایتگر فرهنگ ایرانی-اسلامی هستند. با توجه به مجموعه مباحث مطرح‌شده در مصاحبه‌ها و کدهای مستخرج از آن، مهم‌ترین راهبردها در عرصه فرهنگی و مضمونی را می‌توان چنین برشمرد:

- حمایت از طراحی بازی‌هایی با مضامین تربیتی، اجتماعی و هم‌افزا با فرهنگ ملی؛
- طراحی سازوکارهای ارزشیابی محتوای بازی‌ها برای جلوگیری از انتقال مفاهیم ضد ارزشی؛
- گفتمان‌سازی پیرامون «بازی به‌مثابه ابزار تربیتی» در رسانه‌ها، آموزش و حوزه فرهنگ عمومی؛
- ترویج بازی‌های رومیزی در جمع‌های خانوادگی، مدارس و پایگاه‌های فرهنگی

مانند مساجد برای ایجاد فضای نظارت اجتماعی و پیشگیری از شکل‌گیری رفتارهایی مانند قمار و شرط‌بندی؛

- ارائه الگوهای بومی طراحی بازی مبتنی بر سبک زندگی ایرانی-اسلامی.
- ۳-۴. راهبردهای تولیدی و فناورانه

صنعت بازی‌های رومیزی در ایران، در گام نخست گذار از تولیدات مبتنی بر آزمون و خطا به ساختارهای حرفه‌ای، با چالش‌های زیرساختی روبه‌روست. این چالش‌ها چرخه تولید را از ایده‌پردازی تا عرضه با هزینه‌های سرسام‌آور و ریسک‌پذیری بالایی مواجه ساخته است. راهبردهای پیشنهادی در این بخش که از تحلیل داده‌های مصاحبه با ۱۰ متخصص صنعت و کدگذاری تماتیک استخراج شده‌اند. بر این فرض استوارند که حل نظام‌مند این موانع تنها از طریق ایجاد زیست‌بومی یکپارچه ممکن است؛ زیست‌بومی که آموزش تخصصی، تأمین مالی هدفمند، همکاری بین‌رشته‌ای و دسترسی به فناوری‌های تولید را همزمان پوشش دهد.

هسته مرکزی این راهبردها تبدیل بازی‌های رومیزی به صنعتی دانش‌بنیان است. ایجاد مراکز آموزشی تخصصی، زنجیره تأمین «نیروی انسانی خلاق» را تضمین می‌کند؛ صندوق‌های حمایتی ریسک مالی تولیدکنندگان نوپا را کاهش می‌دهند؛ شبکه‌های همکاری میان طراحان و متخصصان حوزه‌های دیگر (مانند روانشناسی کودک)، به خلق محصولاتی میان‌رشته‌ای با قابلیت رقابت در بازارهای جهانی می‌انجامد؛ و تسهیل واردات مواد اولیه هزینه‌های تولید را برای استودیوهای کوچک قابل‌تحمل می‌سازد. این چهار راهبرد، در تعامل پویا با یکدیگر، نه تنها پاسخگوی چالش‌های کنونی هستند، بلکه زیربنایی برای توسعه پایدار صنعت ایجاد می‌کنند؛ صنعتی که هم بر دانش روز طراحی تکیه دارد و هم از مزیت‌های بومی ایران بهره می‌گیرد. مهم‌ترین راهبردهای ناظر به حوزه تولید و فناوری‌های مرتبط با آن عبارت است از:

- ایجاد مراکز تخصصی آموزش طراحی و تولید بازی‌های رومیزی (مدارس طراحی بازی، بوت‌کمپ‌ها، دوره‌های تربیت مربی و طراح)؛
- ایجاد صندوق حمایت مالی از تولیدات خلاقانه در حوزه بازی‌های رومیزی؛
- توسعه اکوسیستم طراحی از طریق ایجاد شبکه‌های همکاری میان طراحان، روان‌شناسان، معلمان و هنرمندان؛
- تسهیل واردات مواد اولیه و تجهیزات تولید برای کاهش هزینه طراحی و ساخت.

۴-۴. راهبردهای ناظر به بازار و مصرف

آخرین راهبردها در مواجهه با شکاف عمیق بین تولید و مصرف طرح می‌شود، جایی که حتی تولیدات باکیفیت نیز بدون زیست‌بومی کارآمد برای رسیدن به دست مشتری، محکوم به حاشیه‌نشینی هستند. راهبردهای مستخرج این بخش بر این فرض استوارند که حل بحران بازار نیازمند همگرایی سه‌گانه «دسترسی، آگاهی و مقرون‌به‌صرفگی» است؛ رویکردی که مصرف‌کننده را از «خریدار منفعل» به «مشارکت‌کننده فعال» در چرخه صنعت تبدیل می‌کند.

هسته اصلی این راهبردها، ساختارسازی برای مصرف پایدار است. ایجاد شبکه توزیع اختصاصی، دسترسی فیزیکی و دیجیتال به بازی‌های ایرانی را در سراسر کشور تضمین می‌کند. آموزش نیروهای فروش نه‌تنها دانش فنی فروشندگان را افزایش می‌دهد، بلکه مشتریان را به درک ارزش‌های آموزشی-فرهنگی بازی‌ها ترغیب می‌نماید. راه‌اندازی باشگاه‌های بازی در نهادهای آموزشی و فرهنگی، مصرف جمعی و نهادینه‌شدن بازی را به‌عنوان بخشی از سبک زندگی مدرن ایرانی ترویج می‌کند. در سطح کلان، حمایت از حضور بین‌المللی و کاهش قیمت از طریق تولید انبوه، هم‌زمان به توسعه بازارهای داخلی (با جلب اعتماد مصرف‌کننده) و نفوذ در بازارهای منطقه‌ای (با رقابت‌پذیری قیمتی) کمک می‌کند. این راهبردها در کنار هم چرخ‌های عرضه و تقاضا ایجاد می‌کنند که در آن بازی‌های ایرانی نه به‌عنوان «کالای لوکس»، بلکه به‌مثابه «رسانه‌ای در دسترس» در زیست‌روزمره ایرانیان جای می‌گیرند. این راهبردها شامل موارد ذیل می‌شود:

- ایجاد شبکه توزیع اختصاصی بازی‌های ایرانی (فروشگاه‌های زنجیره‌ای تخصصی، پلتفرم‌های آنلاین، نمایشگاه‌های سیار)؛
- آموزش نیروهای متخصص فروش، تبلیغ و ارائه بازی‌ها از طریق دوره‌های کوتاه‌مدت؛
- راه‌اندازی باشگاه‌های بازی برای ترویج مطلوب فرهنگ بازی در مدارس، دانشگاه‌ها، مساجد و فرهنگ‌سراها؛
- حمایت از حضور تولیدکنندگان داخلی در نمایشگاه‌ها و بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی؛
- کاهش قیمت مصرف‌کننده با حمایت از تولید انبوه، بسته‌های گروهی یا یارانه فرهنگی.

۵. پیامدها

۱-۵. پیامدهای کوتاه‌مدت

تحقق راهبردها در حوزه‌های سیاستی، محتوایی، تولیدی و بازاریابی، در کوتاه‌مدت و میان‌مدت، (دو سال) به شکل‌گیری چرخه‌های مثبت تقویت‌کننده در صنعت منجر می‌شود. نخست، گفتمان‌سازی رسانه‌ای و آموزش نیروهای فروش، آگاهی عمومی را از «بازی به‌مثابه ابزار فرهنگی» افزایش می‌دهد؛ این آگاهی تقاضا برای محصولات باکیفیت داخلی را تحریک کرده و فضای رقابتی میان تولیدکنندگان را به سمت ارتقای استانداردهای طراحی و محتوا سوق می‌دهد. هم‌زمان، بهبود شبکه توزیع و کاهش قیمت برای مصرف‌کننده، دسترسی به بازی‌های ایرانی را در شهرهای کوچک و مناطق محروم ممکن می‌سازد که خود، بازخورد مستقیمی بر افزایش تقاضا و تنوع‌بخشی به سبد محصولات دارد.

این پیامدها، اگرچه در کوتاه‌مدت مستقل به نظر می‌رسند، اما در تعاملی دوسویه، پایه‌های اکوسیستم صنعتی پایدار را می‌سازند: افزایش تقاضا، سرمایه‌گذاری در تولید انبوه را توجیه‌پذیر می‌کند؛ تولید انبوه، هزینه‌های واحد را کاهش می‌دهد؛ و کاهش هزینه‌ها، امکان سرمایه‌گذاری مجدد در آموزش و نوآوری را فراهم می‌سازد. به این ترتیب، صنعت از «چرخه معیوب کمبود تقاضا- کیفیت پایین» خارج شده و به «چرخه فضیلت افزایش تقاضا- ارتقای کیفیت» وارد می‌شود. این گذار، پیش‌نیاز ضروری برای دستیابی به اهداف بلندمدت، مانند جایگاه‌سازی بین‌المللی، خواهد بود. این پیامدها عبارت‌اند از:

- افزایش آگاهی عمومی و گفتمان‌سازی پیرامون جایگاه فرهنگی بازی‌ها و پرهیز از چالش‌های اخلاقی و فرهنگی از جمله قمار؛
- ارتقای کیفیت طراحی، تولید و محتوای بازی‌ها؛
- افزایش تقاضای بازار برای بازی‌های داخلی؛
- بهبود توزیع و در دسترس‌پذیری بازی‌ها.

۲-۵. پیامدهای بلندمدت

در افق ۵ تا ۱۰ ساله، اجرای راهبردهای پیشنهادی به دگرگونی ساختاری در جایگاه بازی‌های رومیزی در اقتصاد و فرهنگ ایران خواهد انجامید. نخست، تقویت حکمرانی فرهنگی از طریق نهادهای تخصصی و قوانین شفاف، چارچوبی پایدار برای همسویی تولیدات با آرمان‌های ملی-دینی ایجاد می‌کند. این حکمرانی نه تنها به «خودتنظیمی

صنعت» می‌انجامد، بلکه زنجیره‌ای از ارزش‌افزوده را شکل می‌دهد که در آن، اقتصاد خلاق بومی، متکی بر نوآوری‌های محتوایی و فناوری‌های کم‌هزینه، به موتور محرک اشتغال‌زایی و صادرات غیرنفتی تبدیل می‌شود. هم‌زمان، تثبیت جایگاه بازی‌ها به‌عنوان ابزار تربیت شهروندی، نسلی را پرورش می‌دهد که «مصرف‌کننده فرهنگ» نیست، بلکه «کنشگر فرهنگی» است؛ نسلی که تقاضا برای محصولات ترجمه‌ای را کاهش داده و چرخه تولید محتوای اصیل را تقویت می‌کند.

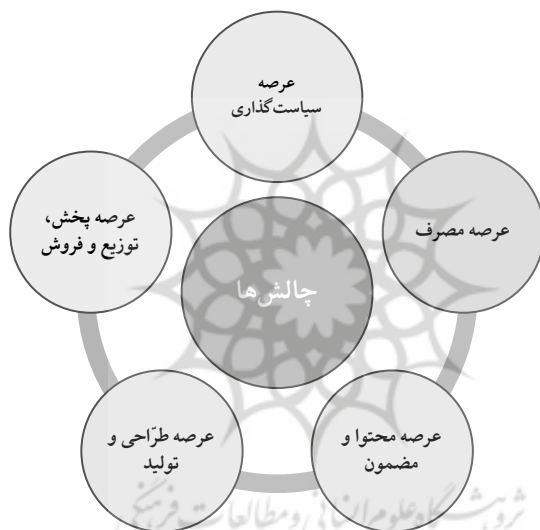
در سطح کلان، این تحولات به بازتعریف نقش ایران در جغرافیای فرهنگی جهان می‌انجامد. صادرات بازی‌های روایت‌محور (مانند بازی‌های مبتنی بر شاهنامه یا معماری ایرانی)، دیپلماسی فرهنگی را از سطح شعار به عرصه عمل می‌کشاند و ایران را به «کانون تولید محتوای هوشمند» در منطقه تبدیل می‌کند. کاهش وابستگی به محصولات فرهنگ‌زده نیز نه‌تنها از نفوذ الگوهای بیگانه می‌کاهد، بلکه با ایجاد توازن بین «محلی‌گرایی» و «جهانی‌شدن»، الگویی بومی از صنایع خلاق ارائه می‌دهد که هم قابلیت رقابت جهانی دارد و هم هویت ایرانی‌اسلامی را بازتولید می‌کند. این پیامدها در کنار هم بازی‌های رومیزی را از «صنعتی حاشیه‌ای» به «سازه‌ای هویتی» بدل می‌سازند که هم در اقتصاد ملی نقش‌آفرینی می‌کند و هم در نبرد نرم فرهنگی، سپری دفاعی می‌آفریند. پیامدهای بلندمدت، مستخرج از کدهای ۱۰ مصاحبه عبارت است از:

- تقویت حکمرانی فرهنگی در عرصه بازی‌های رومیزی؛
- شکل‌گیری اقتصاد خلاق بومی در حوزه بازی‌های رومیزی؛
- تثبیت جایگاه بازی‌های رومیزی به‌عنوان ابزار تربیت شهروند فرهنگی؛
- ارتقاء دیپلماسی فرهنگی از طریق صادرات بازی‌های بومی و کاهش وابستگی به محصولات ترجمه‌ای.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با رویکرد روش‌شناسی داده‌بنیاد (شامل تحلیل اسنادی، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۰ متخصص و فعال در صنعت بازی‌های رومیزی و کدگذاری باز محوری و انتخابی) به‌طور نظام‌مند چالش‌ها و راهبردهای توسعه بازی‌های رومیزی در ایران را بررسی کرده است. یافته‌ها نشان می‌دهند صنعت بازی‌های رومیزی ایران در مواجهه با پارادوکس میان «فرصت‌های بی‌بدیل فرهنگی» (نظیر غنای اسطوره‌ای تاریخی) و «موانع ساختاری» (مانند فعالیت نهادهای موازی و ضعف زنجیره

تأمین) قرار دارد. راهبردهای پیشنهادشده در چهار حوزه سیاست‌گذاری، محتوایی، تولیدی فناورانه و بازار مصرف، علاوه بر رفع این موانع، با ایجاد پل‌های ارتباطی میان ذی‌نفعان مختلف (دولت، تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و نهادهای فرهنگی)، نقشه راهی برای گذار به سمت «صنعتی بالغ و هویت‌ساز» ارائه می‌دهند. با توجه به نمودار نظری در روش داده‌بنیاد، پس از بررسی نهایی، می‌توان چالش‌ها و راهبردهای توسعه صنعت بازی‌های رومیزی در ایران را به شکلی جدید، در ۵ دسته سیاست‌گذارانه، طراحی و تولید، مصرف، پخش و توزیع، مضمون و محتوا و دسته‌بندی و احصا نمود که در نمودار ۲ و ۳ قابل مشاهده می‌باشد.



شکل ۲. دسته‌بندی نهایی چالش‌های توسعه صنعت بازی‌های رومیزی در ایران

عرصه سیاست‌گذاری	عرصه مصرف	عرصه محتوا و مضمون	عرصه طراحی و تولید	عرصه پخش، توزیع و فروش
<ul style="list-style-type: none"> • ابهام قانون • اختلال در چرخه تصویب قانون، اجرا و نظارت • چندسروپرستی و بدسروپرستی نهادی • فقدان نگاه مستقل و جدی و فرصت‌محور • عدم نظارت و بازرسی 	<ul style="list-style-type: none"> • جامعه کوچک مخاطبان و مصرف‌کنندگان • شناخت کم و ناکافی از بازی‌ها • قیمت بالای بازی‌ها • دسترسی و عرضه محدود 	<ul style="list-style-type: none"> • انتقال ضدارزش‌ها و مفاهیم متضاد با فرهنگ مطلوب • پدیده قمار و شرط‌بندی • ترویج رقابت افراطی و منفعت‌گرایی فردی و ترویج بازی‌های مبتنی بر دروغ، فریب و پنهان‌کاری • خلاء استفاده و نگاه آموزشی و تربیتی در زمینه بازی‌های رومیزی 	<ul style="list-style-type: none"> • خلاء مرجع آموزشی و تسهیل‌گری طراحی و تولید • مخاطب‌شناسی ضعیف و نامناسب • تولیدات کم داخلی • قیمت بالای طراحی و تولید • رقابت نابرابر تولیدات داخلی با آثار ترجمه‌ای و کپی 	<ul style="list-style-type: none"> • فقدان و کمبود مرکز فروش مستقل و تخصصی • کمبود نیروی متخصص فروش و ارائه و تبلیغ • ضعیف محصولات فضای شبه‌انحصاری پخش بازی‌ها • عدم حضور در محافل و نمایشگاه‌ها و بازارهای خارجی

شکل ۳. دسته‌بندی نهایی چالش‌های توسعه صنعت بازی‌های رومیزی در ایران

نتایج حاصل از پژوهش حاضر را می‌توان در قالب سه پیشنهاد محوری، جمع‌بندی نمود:

۱. بازتعریف جایگاه بازی‌های رومیزی در گفتمان علوم اجتماعی

این مطالعه نشان می‌دهد که بازی‌های رومیزی در ایران به دلیل ماهیت بین‌رشته‌ای خود (ترکیبی از هنر، روانشناسی و فناوری) می‌توانند به‌عنوان آزمایشگاه‌های زنده مهندسی اجتماعی عمل کنند؛ مثلاً بازی‌هایی با محور همکاری‌های جمعی (مانند بازی‌های مبتنی بر حل بحران‌های محیط‌زیستی) سازوکارهای تقویت سرمایه اجتماعی را در عمل مدل‌سازی می‌کنند. از منظر نظری، نیاز به توسعه چارچوب‌های بومی (مانند «نظریه بازی‌های فرهنگی») احساس می‌شود که در مقابل الگوهای وارداتی (مانند بازی‌وارسازی غربی)، بر پایه ارزش‌های اسلامی ایرانی بنا شود.

۲. ضرورت تحول در حکمرانی فرهنگی

یافته‌ها تأیید می‌کنند که موازی‌کاری نهادهای نظارتی (مانند وزارت ارشاد و سازمان تبلیغات اسلامی) نه‌تنها موجب سردرگمی تولیدکنندگان می‌شود، بلکه هزینه‌های مبادله در صنعت را به‌طور قابل‌توجهی افزایش می‌دهد. ایجاد «سازمان ملی بازی‌های فکری» با اختیارات جامع و متمرکز، می‌تواند با یکپارچه‌سازی فرایندهای مجوزدهی و نظارت این چالش‌ها را کاهش دهد. تجربه موفق کشورهایمانند مالزی در ادغام صنایع خلاق در برنامه‌های توسعه ملی، الگویی کاربردی برای ایران است که نشان می‌دهد چگونه بازی‌های رومیزی می‌توانند به ابزاری برای تحقق اهداف کلان، مانند وحدت ملی، تبدیل شوند.

۳. جنبه‌های عملیاتی و الزامات فناورانه

آموزش نیروی انسانی تخصصی (از طریق مدارس و دوره‌های طراحی بازی) پایه توسعه این صنعت است. برای مثال، تجربه «آکادمی بازی‌های فکری استانبول» در تربیت طراحان ترکیه‌ای نشان می‌دهد که دوره‌های کارگاه‌محور با تمرکز بر روایت‌پردازی بومی می‌تواند کیفیت خروجی‌ها را تا ۴۰ درصد افزایش دهد. پیاده‌سازی سامانه‌های دیجیتال (مانند پلتفرم‌های فروش آنلاین با قابلیت تحلیل ترجیحات مصرف‌کننده) نه‌تنها دسترسی به بازار را بهبود می‌بخشد، بلکه داده‌های ارزشمندی برای تولید هدفمند به طراحان ارائه می‌دهد.

محدودیت‌ها و پیشنهادهای پژوهشی آتی

محدودیت‌ها و پیشنهادهای پژوهشی آتی

این پژوهش با وجود تلاش برای پوشش ابعاد مختلف صنعت، با سه محدودیت اصلی مواجه است:

- تمرکز بر بازی‌های رومیزی غیردیجیتال: تأثیر فناوری‌های نوینی چون واقعیت افزوده، هوش مصنوعی یا پلتفرم‌های آنلاین بر آینده بازی‌های رومیزی در ایران، نیازمند مطالعات مستقلی است.
- عدم بررسی تفاوت‌های منطقه‌ای: سلیقه و الگوهای مصرف در استان‌های مختلف، به‌ویژه در مناطق مرزی با تأثیرپذیری از فرهنگ کشورهای همسایه، می‌تواند در طراحی و بازاریابی مؤثر بازی‌ها نقش مهمی داشته باشد که در این مطالعه بررسی نشده است.
- فقدان داده‌ها و اطلاعات آماری نظام‌مند: با وجود رشد صنعت بازی‌های رومیزی در ایران، همچنان اطلاعات آماری و تحلیلی دقیق درباره این حوزه وجود ندارد و اغلب در حاشیه مطالعات بازی‌های دیجیتال یا اسباب‌بازی قرار گرفته است. این کمبود داده بر فرایند سیاست‌گذاری صنعت بازی رومیزی مؤثر است.

پیشنهادهای پژوهشی زیر می‌توانند گام بعدی در این حوزه را مشخص کنند:

- مطالعات طولی: سنجش تأثیر راهبردهای پیشنهادی بر شاخص‌هایی مانند «نرخ رشد تولیدات داخلی» و «سهم بازار بازی‌های ایرانی» در بازه‌های ۳ تا ۵ ساله.
- پژوهش‌های تطبیقی: مقایسه سیاست‌های ایران با کشورهای اسلامی موفق در این حوزه (مانند اندونزی با بازی‌های مبتنی بر فرهنگ جاوا) برای استخراج بهترین تجربیات.
- تحلیل‌های اقتصادی: محاسبه نرخ بازدهی سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف صنعت (مانند تولید، آموزش یا صادرات).
- تحلیل‌های فرهنگی: آسیب‌شناسی قمار و شرط‌بندی در بازی‌های رومیزی؛ بررسی راهکارهای کاهش آسیب‌های فرهنگی و اخلاقی بازی‌های رومیزی مانند افراط در بازی، مشاجره، قمار و شرط‌بندی.

- رصد و پایش کلی: طراحی و استقرار یک نظام داده‌محور برای پایش بازار، رفتار مصرف‌کننده و روندهای فرهنگی مرتبط با بازی‌های رومیزی. این شامل تدوین گزارش‌های سالانه، تحلیل روندهای نوظهور، شناسایی نقاط قوت و ضعف زیست‌بوم بازی رومیزی و ایجاد سامانه‌ای برای ثبت و به‌روزرسانی داده‌های مربوط به تولیدکنندگان، آثار، مخاطبان و مراکز بازی در سطح کشور است.
 - درنهایت و مبتنی بر یافته‌های پژوهش، می‌توان اظهار داشت صنعت بازی‌های رومیزی ایران، در صورت عبور از چالش‌های موجود، پتانسیل تبدیل شدن به نقطه تلاقی اقتصاد، فرهنگ و فناوری را دارد. این صنعت می‌تواند به‌طور هم‌زمان:
 - با ایجاد اشتغال در مشاغل دانش‌بنیان (از طراحان تا مربیان)، به رشد اقتصاد غیرنفتی کمک کند.
 - از طریق بازتولید روایت‌های بومی (مانند افسانه‌های محلی یا وقایع تاریخی)، هویت فرهنگی نسل‌های آینده را شکل دهد.
 - با بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال، پلی بین سنت و مدرنیته ایجاد نماید.
- تحقق این چشم‌انداز مستلزم عزم ملی است؛ به گونه‌ای که دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی، در قالب «پیمان استراتژیک توسعه بازی‌های فکری»، پاسخگویی مشترک به چالش‌ها را تقبل کنند. تنها در این صورت است که بازی‌های رومیزی ایرانی از حاشیه بازارهای داخلی به متن صنایع فرهنگی جهانی راه خواهند یافت و روایتی نو از ایران به جهانیان عرضه خواهند کرد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع و مأخذ

- آشنا، حسام‌الدین و دیگران (۱۳۹۷). از سیاست‌گذاری تا سنجش فرهنگی: رویکردها و تجربه‌های جهانی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- ایزیستر، کارترین (۲۰۱۶). عوامل جذابیت‌گیم‌ها: طراحان چگونه با احساسات بازی می‌کنند. ترجمه سیدرحیم هاشمی. ۱۳۹۸. اصفهان: عروج ایمان.
- جلالی، مریم و اعظم حکیم (۱۴۰۱). روابط بینامتنی در بازی‌های رومیزی (بررسی موردی دو بازی برگرفته از فرهنگ اسطوره‌ای و فولکلور ایران). *دوفصلنامه علمی رسانه و فرهنگ پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ۱۲ (۲)، ۷۷-۹۸. <https://doi.org/10.30465/ismc.2023.36937.2413>
- خراسانی‌زاده، محمد و مریم جلالی (۱۴۰۰). بازی رومیزی دیوان: رسانه‌ای برای انتقال فرهنگ افسانه‌های ایرانی و بازآفرینی شخصیت‌های آنها. *فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه*، ۴ (۲)، ۱۴۳-۱۸۲. <https://doi.org/10.22034/jiscm.2021.299988.1253>
- دانیسی، مارسل (۲۰۰۲). فهم نشانه‌شناسی رسانه‌ها (ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران). تهران: علمی و فرهنگی.
- فاطمی‌نیا، محمدعلی، پروین، ستار و علی‌اصغر درویشی‌فرد (۱۳۹۹). گونه‌شناسی قمار و آسیب‌های اجتماعی آن در شهر تهران (مورد مطالعه: محله هرندی). *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۲۷ (۸۹): ۴۱-۷۰.
- فری، برونو (۱۴۰۱). *اقتصاد هنر و فرهنگ* (ترجمه کمیل قیدرلو و محمد وجدانی). تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- کانرتون، پل (۱۴۰۱). «حافظه فرهنگی». در *راهنمای فرهنگ مادی*. گردآوری و تدوین: محمدسعید ذکایی و مهدی امیدی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- کلهر، سینا (۱۴۰۱). مسئله‌شناسی فرهنگی: روش‌های مسئله‌شناسی و تحولات اولویت‌های مسئله‌ای مردم. تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.
- گروزوسکی، کوین (۲۰۲۰). *بازی‌های درمانی برای نوجوان‌ها*، ترجمه زهره عرب‌زاده کوپائی و لیلیاسادات سجادی، تهران: ارجمند.
- هبیدیچ، دیک (۱۹۹۱). *خرده‌فرهنگ: معنای سبک*، ترجمه علی صباغی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- یادگاری، محمدحسن و فاطمه حاجی‌کاظمی تهرانی (۱۴۰۱). *سواد بازی: شناخت قواعد بومی‌سازی بازی‌های رایانه‌ای*. تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی. <https://doi.org/10.22054/qjss.2021.52241.2242>
- بلالی، ابوذر. (۱۴۰۱). همه چیز درباره بازی رومیزی | مقاله جامع بردگیم ۱۴۰۴. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۱/۲۰. قابل دسترس در: <https://ivygame.ir/%D8%A8%D8%A7%D8%B2%DB%8C-%D8%B1%D9%88%D9%85%D8%B%8C%D8%B2%DB%8C-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA%D8%9F/>
- Ashena, H., et al. (2018). From cultural policy-making to evaluation: Global approaches and experiences. Tehran: Iranian Institute for Culture, Art and Communication [In Persian]
- Begy, J. (2015). Board games and the construction of cultural memory. *Games and Culture*, 12(7-8), 718-738

- Bogost, I. (2007). *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Booth, P. (2014). Board, game, and media: Interactive board games as multimedia convergence. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22(6), 647-660
- Bryant, A., & Charmaz, K. (2007). *The SAGE Handbook of Grounded Theory*. London: Sage.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. London: Sage.
- Connerton, P. (2022). Cultural memory. In *Handbook of Material Culture* (M. S. Zokaei & M. Omid, Eds.). Tehran: Iranian Institute for Culture, Art and Communication **[In Persian]**
- Danesi, M. (2002). Understanding media semiotics (G. Mirani & B. Douran, Trans.). Tehran: Elmi va Farhangi **[In Persian]**
- Daniels, J. T. (2017). Board Games and the Construction of Cultural Memory. *Journal of Popular Culture*, 50(3), 12-30.
- DiCicco-Bloom, Benjamin, and David R. Gibson. 2010. "More than a Game: Sociological Theory from the Theories of Games." *Sociological Theory* 28 (3): 247-271
- Frey, B. (2022). *The economics of art and culture* (K. Gheydarloo & M. Vojdani, Trans.). Tehran: Imam Sadiq University Press **[In Persian]**
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine.
- Gobet, F. (2004). *Moves in Mind: The Psychology of Board Games*. New York: Psychology Press.
- Grozewski, K. (2020). Therapeutic games for teenagers (Z. Arabzadeh Koopaei & L. S. Sajjadi, Trans.). Tehran: Arjmand **[In Persian]**
- Hebdige, D. (1991). *Subculture: The meaning of style* (A. Sabbaghi, Trans.). Tehran: Iranian Institute for Culture, Art and Communication **[In Persian]**
- Isbister, K. (2016). *The factors of game appeal: How designers play with emotions* (S. R. Hashemi, Trans., 2019). Esfahan: Orouj-e Iman **[In Persian]**
- Jalali, M., & Hakim, A. (2022). Intertextual relations in board games: A case study of two games derived from Iranian mythological and folkloric culture. *Media and Culture (Research Institute for Humanities and Cultural Studies)*, 12(2), 77-98. <https://doi.org/10.30465/ismc.2023.36937.2413> **[In Persian]**
- Kalhor, S. (2022). Cultural problematization: Methods and transformations in public issue priorities. Tehran: Islamic Research Center for Culture and Art **[In Persian]**
- Khorasanizadeh, M., & Jalali, M. (2021). Divan board game: A medium for transmitting the culture of Iranian legends and recreating their characters. *Interdisciplinary Journal of Communication and Media Studies*, 4(2), 143-182. <https://doi.org/10.22034/jiscm.2021.299988.1253> / **[In Persian]**
- Nicholson, S. (2008). The role of board games in libraries and communities. *Library Quarterly*, 78(4), 1-18.

Sicart, M. (2014). Play Matters. Cambridge, MA: MIT Press.

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. Thousand Oaks, CA: Sage.

Woods, S. (2012). Eurogames: The Design, Culture and Play of Modern European Board Games. Jefferson, NC: McFarland.

Yadegari, M. H., & Hajikazemi Tehrani, F. (2022). Game literacy: Understanding the rules of video game localization. Tehran: Islamic Research Center for Culture and Art **[In Persian]**



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

