

Designing a Context-Aware Gamification Framework for Tourist Experience in the Historical Urban Fabric of Hamedan

Mohammad Bashir Robati ¹, kyoumars Habibi ^{2*}, Amir Shakibamanesh ³

1. Ph.D. in Urban Planning and Design, Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

2. Professor, Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

3. Associate Professor, Department of Urban Design, Faculty of Architecture and Urban Planning, Iran University of Art, Tehran, Iran.

Highlights:

- Using a mixed-methods approach and Delphi validation, this study develops a multi-layered conceptual model for gamifying urban tourism in the historic core of Hamedan, integrating user motivation, cultural storytelling, smart technologies, and soft governance.
- The proposed model highlights how gamification, beyond entertainment, can serve as a strategic tool to enhance tourist experience, foster local participation, and support sustainable heritage management.

ARTICLE INFO

EXTENDED ABSTRACT

UPK, 2025

VOL. 9, Issue 4, PP, 138-156

Received: 08 Aug 2025

Accepted: 22 Dec 2025

Article Type:

Research article

Keywords:

Gamification, Sustainable Urban Tourism, Tourist Experience, Historic Fabric, Hamedan City.

Cite this article:

Robati, M., Habibi, K., & Shakibamanesh, A (2025). Designing a Context-Aware Gamification Framework for Tourist Experience in the Historical Urban Fabric of Hamedan. *Urban Planning Knowledge*, 9(4), 138-156.

DOI:

[10.22124/UPK.2026.31281.2050](https://doi.org/10.22124/UPK.2026.31281.2050)

Introduction: In recent years, the challenges facing historical urban fabrics—such as cultural degradation, infrastructure pressure, and declining visitor experiences—have prompted the search for innovative approaches to urban tourism management. Gamification, as an emerging design strategy grounded in game elements (e.g., mission, reward, storytelling, challenge), offers significant potential to enrich tourist experience, increase engagement, and promote sustainable behaviors. However, many existing frameworks in tourism gamification are overly abstract, technology-driven, and insufficiently responsive to the socio-cultural and spatial complexities of historic urban contexts, particularly in the Global South. This study aims to design a localized conceptual model for integrating gamification into the sustainable management of urban tourism, with a particular focus on the historical core of Hamedan, Iran. By combining quantitative, qualitative, and expert consensus methods, the research develops a context-sensitive framework that bridges digital technologies, user motivation, spatial experience, and soft governance.

Methodology: The study employed a sequential exploratory mixed-methods design in four integrated phases:

1. Quantitative Survey (n=384): A structured questionnaire assessed tourists' and locals' perceptions of five core dimensions of gamified experience (spatial design, motivational mechanisms, storytelling, urban design, and emotional experience). Data were analyzed using descriptive statistics and Kruskal-Wallis tests to identify perceptual patterns among local residents, domestic tourists, and international tourists.

2. Qualitative Interviews: Semi-structured interviews with five experts in urban design, tourism, and interactive technologies were thematically analyzed to deepen understanding and enrich the framework.

*Corresponding Author: k.habibi@uok.ac.ir



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



3. Delphi Process: A three-round Delphi method with selected experts was used to validate and refine the proposed conceptual model. Iterative feedback led to the inclusion of institutional prerequisites and contextual constraints.

4. Data Integration & Modeling: A comparative and conceptual synthesis of all data sources produced a multi-layered model structured around causal, contextual, mediating, and outcome-oriented factors.

Study Area: The historic center of Hamedan, with its unique radial morphology, dense cultural layers, and complex pedestrian networks, was chosen as the case study. Iconic landmarks such as the Avicenna Mausoleum and traditional bazaars provided fertile ground for embedding narrative-based and location-specific gamified experiences. The core components of gamification used in the study, along with their psychological underpinnings, are summarized in the Table.

Gamification Component	Application in Tourism Design	Psychological Role
Points and Levels	Track achievements and visitor progress across the urban trail	Sense of competence
Challenges and Missions	Design space/time-based missions to explore hidden or thematic locations	Increased engagement and interaction
Narrative and Storytelling	Use of historical or mythical narratives linked to the destination	Emotional bonding, sense of adventure
Competition and Cooperation	Group scoring and competitive on-site activities	Enhanced social connectedness (relatedness)
Rewards and Feedback	Instant feedback, digital badges, coupons or discounts for completed tasks	Motivation, repeatability, experiential recall

Results: Quantitative Phase:

- All five dimensions received relatively positive mean scores across all groups (>3.5), indicating a shared favorable attitude toward gamified tourism.
- No statistically significant differences were found among the three groups ($p > 0.05$), though slight variations suggest nuanced perceptual differences.
- International tourists placed greater emphasis on narrative and spatial clarity, while residents emphasized functional concerns and local relevance.

Qualitative Phase:

- Thematic analysis yielded seven core components, categorized across causal, mediating, contextual, and outcome dimensions:
 - Causal: Local engagement, narrative immersion
 - Mediating: Gamified design, smart management, contextual constraints, institutional readiness
 - Outcome: Experience economy, place attachment, cultural continuity

Core Category: The integration of "interactive and motivational experience within a framework of soft governance" emerged as the central concept of the model, connecting cultural storytelling, participatory design, and digital tools.

Delphi Validation:

- Expert feedback led to refinements in the model structure and highlighted institutional capacity, inter-organizational collaboration, and technological feasibility as critical enabling factors.

Discussion:

The framework aligns with Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2000), Experience Economy (Pine & Gilmore, 1999), and soft urban governance models, offering a hybrid perspective that addresses both user experience and policy implications. Moreover, the model offers actionable insights for urban policy-makers seeking to align tourism development with heritage preservation and community empowerment.

Conclusion: This research offers a localized conceptual framework for gamifying sustainable urban tourism in historical contexts. The model bridges theory and practice by integrating motivation, narrative design, smart technologies, and participatory governance. Key contributions include:

- A multi-layered model contextualized in a Global South city
- A process-oriented methodology combining empirical data and expert consensus
- Insights into balancing technological innovation with cultural authenticity and institutional feasibility

Rather than serving merely as a layer of entertainment, gamification is reconceptualized here as a strategic instrument for mobilizing visitor engagement, fostering local empowerment, and promoting the long-term sustainability of urban heritage systems.

طراحی چارچوب مفهومی بومی برای بازی‌وارسازی تجربه گردشگری در بافت تاریخی شهر همدان

محمدبشیر رباطی^۱، کیومرث حبیبی^{۲*}، امیر شکیبامنش^۳

۱. دکتری شهرسازی، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.
۲. استاد، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.
۳. دانشیار، گروه طراحی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر، تهران، ایران.

نکات برجسته:

- این پژوهش با بهره‌گیری از رویکرد ترکیبی، مدلی مفهومی چندلایه برای بازی‌وارسازی گردشگری شهری در بستر بافت تاریخی همدان طراحی می‌کند که پیوندی میان انگیزش گردشگر، روایت فرهنگی، فناوری هوشمند و حکمرانی نرم برقرار می‌سازد.
- همچنین نشان می‌دهد بازی‌وارسازی، فراتر از یک ابزار سرگرمی، به‌عنوان راهبردی برای ارتقای تجربه گردشگر، تقویت مشارکت بومی، و مدیریت پایدار میراث شهری عمل می‌نماید.

چکیده

اطلاعات مقاله

بیان مسئله: بافت‌های تاریخی شهری در سال‌های اخیر با چالش‌هایی همچون تضعیف هویت فرهنگی، فشار بر زیرساخت‌ها و کاهش کیفیت تجربه بازدیدکنندگان مواجه شده‌اند. در این میان، بازی‌وارسازی به‌عنوان یک رویکرد نوین طراحی مبتنی بر عناصر بازی (مانند مأموریت، روایت، پاداش و چالش)، ظرفیت بالایی برای ارتقای مشارکت گردشگران و رفتارهای پایدار دارد. با این حال، اغلب چارچوب‌های موجود در این حوزه، انتزاعی، فناوری‌محور و نامتناسب با پیچیدگی‌های فرهنگی و فضایی بافت‌های تاریخی، به‌ویژه در کشورهای جنوب جهانی، هستند.

هدف: هدف این پژوهش، طراحی یک مدل مفهومی بومی‌شده برای ادغام بازی‌وارسازی در مدیریت پایدار گردشگری شهری با تمرکز بر بافت تاریخی شهر همدان است.

روش: این مطالعه با بهره‌گیری از طرح پژوهش آمیخته اکتشافی و در چهار مرحله انجام شد: (۱) پیمایش کمی با نمونه ۳۸۴ نفره از گردشگران و ساکنان؛ (۲) مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با پنج خبره حوزه طراحی شهری، گردشگری و فناوری تعاملی؛ (۳) اجرای سه مرحله‌ای روش دلفی برای اعتبارسنجی مدل مفهومی؛ و (۴) تلفیق داده‌ها و ساخت مدل نهایی با استفاده از رویکرد تحلیلی-مفهومی.

یافته‌ها: تحلیل داده‌ها به شناسایی چهار لایه اصلی در مدل منجر شد: عوامل علی (مانند مشارکت محلی و غوطه‌وری روایی)، عوامل زمینه‌ای (مانند ظرفیت نهادی و محدودیت‌های زیرساختی)، مکانیزم‌های مداخله‌گر (شامل طراحی بازی‌وار و مدیریت هوشمند)، و پیامدها (همچون پیوند با مکان و اقتصاد تجربه). مفهوم مرکزی مدل، "تجربه تعاملی و انگیزشی در چارچوب حکمرانی نرم" شناسایی شد.

نتیجه‌گیری: مدل پیشنهادی، با تلفیق نظریه‌های انگیزشی، اقتصاد تجربه و حکمرانی نرم، چشم‌اندازی بومی و کاربردی برای به‌کارگیری بازی‌وارسازی در بافت‌های تاریخی ارائه می‌دهد. این مدل نه تنها به ارتقای کیفیت تجربه گردشگران کمک می‌کند، بلکه ابزاری برای توانمندسازی جوامع محلی و حفاظت پایدار از میراث شهری محسوب می‌شود.

دانش شهرسازی، ۱۴۰۴

دوره ۹، شماره ۴، صفحات ۱۵۶-۱۳۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۰۱

نوع مقاله:

پژوهشی

کلیدواژه‌ها: بازی‌وارسازی، گردشگری شهری، پایدار، تجربه گردشگر، بافت تاریخی، شهر همدان.

ارجاع به این مقاله:

رباطی، محمدبشیر، حبیبی، کیومرث، شکیبامنش، امیر. (۱۴۰۴). طراحی چارچوب مفهومی بومی برای بازی‌وارسازی تجربه گردشگری در بافت تاریخی شهر همدان، دانش شهرسازی، (۴)، ۱۵۶-۱۳۸.

DOI:

[10.22124/UPK.2026.31281.2050](https://doi.org/10.22124/UPK.2026.31281.2050)

نویسنده مسئول: k.habibi@uok.ac.ir



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

بیان مسئله

در دهه‌های اخیر، شهرها درگیر چالش‌های فزاینده‌ای چون تراکم‌زدایی هویتی، فشار بر زیرساخت‌ها، آلودگی محیط‌زیست و افت کیفیت تجربه زیست‌شهری شده‌اند. در پاسخ به این وضعیت، گردشگری شهری - به‌ویژه در بافت‌های تاریخی - به‌مثابه ابزاری میان‌رشته‌ای برای بازآفرینی فضایی، توانمندسازی اقتصادی و بازسازی معنا در فضاهای شهری مطرح شده است. گزارش‌های اخیر نیز بر ضرورت سنجش‌پذیری و حکمرانی داده‌محور در گردشگری شهری برای نیل به پایداری تأکید دارند (UN Tourism, 2024). با این حال، تحقق پایداری در گردشگری شهری نیازمند طراحی تجربه‌ای معنادار، چندوجهی و درگیرکننده است که فراتر از الگوهای سنتی تفسیر یا هدایت گردشگر عمل کند.

شاخص توسعه گردشگری و سفر ۲۰۲۴ نشان می‌دهد شهرها و مناطق تاریخی در سراسر جهان به‌دنبال به‌کارگیری فناوری‌های نوین برای بهبود تجربه و ارتقای تاب‌آوری و پایداری مقصد هستند، با تمرکز بر جذابیت‌های فرهنگی، تعامل بازدیدکنندگان و توان بهره‌گیری از نوآوری (World Economic Forum, 2024). در این راستا، بازی‌وارسازی^۱ به‌عنوان راهبردی طراحی‌محور، امکان بازطراحی تجربه گردشگر را در قالبی تعاملی و انگیزشی فراهم می‌کند. پژوهش‌های به‌روز در حوزه گردشگری، ضمن مرور نظام‌مند شواهد، بر ضرورت چارچوب‌های نظری و مفهومی تازه و سازوکارهای اجراپذیر برای به‌کارگیری مؤلفه‌های بازی‌وار در بافت‌های مقصد تأکید کرده‌اند (Pradhan, Malik & Vishwakarma, 2023; Malik, Sharma & Pradhan, 2024).

این رویکرد، در پیوند با فناوری‌های هوشمند نظیر واقعیت افزوده، اپلیکیشن‌های مکان‌محور و اینترنت اشیا، زمینه‌ساز خلق تجربه‌هایی چندحسی، مبتنی بر داده و انعطاف‌پذیر در بسترهای شهری شده است (Buhalis, Amaranggana & Zhang, 2019; Martusciello, 2025). به‌ویژه در بافت‌های تاریخی، ظرفیت‌های روایی، فرهنگی و فضایی می‌توانند در قالب بازی‌وارسازی، به تجربه‌ای یادگیرنده، معنادار و پایدار برای گردشگر منتهی شوند (Sigala, 2015; Xu, Buhalis & Weber, 2017). همانطور که شواهد تجربی اخیر در محیط‌های میراثی نشان می‌دهد، واقعیت افزوده - از رهگذر مؤلفه‌هایی مانند نوآوری ادراک‌شده، اعتماد به فناوری، زیبایی‌شناسی و اصالت - رضایت بازدیدکننده، قصد استفاده آتی از AR و حتی قصد بازدید مجدد از مقصد را ارتقا می‌دهد (Chen, Wang, Le & Wang, 2024). در سطح سامانه‌ای نیز، ادبیات جدید «پلتفرم‌های خدمت‌گردشگری هوشمند» را به‌مثابه چارچوبی اکوسیستمی برای هم‌راستا کردن منافع ذی‌نفعان، داده‌ها و خدمات با اصول پایداری صورت‌بندی می‌کند (Chuang, 2023).

با وجود این ظرفیت‌ها، بیشتر چارچوب‌های موجود، یا بر فناوری‌های انتزاعی تمرکز داشته‌اند یا فاقد سازوکار مفهومی برای انطباق با بافت‌های فرهنگی و نهادی در شهرهای تاریخی جهان جنوب هستند. از یک‌سو، ابعاد روان‌شناختی تجربه کاربر مانند انگیزش درونی، خودمختاری و پیوند اجتماعی، هنوز در بسیاری از مداخلات بازی‌وار به‌قدر کافی و به‌صورت زمینه‌مند لحاظ نمی‌شوند (Ryan & Deci, 2000). از سوی دیگر، ادغام اثربخش این ابزارها در حکمرانی شهری، مشارکت محلی و الزامات سنجش‌پذیر پایداری، نیازمند چارچوب‌هایی است که هم چندسطحی و بومی‌شده باشند و هم بر شکاف‌های داده‌ای و شاخص‌های قابل مقایسه تکیه کنند؛ موضوعی که گزارش‌های اخیر درباره «کمیت‌پذیر کردن گردشگری در مقاصد شهری» نیز بر آن انگشت می‌گذارند (Pasca, Renzi, Di Pietro & Guglielmetti, 2012; Mugion, 2021; Werbach & Hunter, 2012).

در پاسخ به این خلأ نظری و عملیاتی، پژوهش حاضر با هدف طراحی یک «مدل مفهومی بومی» برای تلفیق مؤلفه‌های بازی‌وارسازی در مدیریت گردشگری شهری پایدار - با تمرکز بر بافت تاریخی شهر همدان - انجام شده است. پژوهش با بهره‌گیری از رویکرد ترکیبی و تلفیق تحلیل‌های کمی، کیفی و اجماعی، می‌کوشد چارچوبی زمینه‌محور و اجراپذیر ارائه دهد که بتواند میان تجربه انسانی و انگیزش‌های درونی، روایت مکانی و اصالت، فناوری هوشمند (نظیر واقعیت افزوده و پلتفرم‌های خدمت)، و سازوکارهای حکمرانی نرم و سنجش‌پذیر پیوندی سازنده برقرار کند.

مبانی نظری

پژوهش حاضر در تلاقی سه حوزه مفهومی کلیدی یعنی گردشگری شهری پایدار، بازی‌وارسازی و فناوری‌های هوشمند شهری قرار دارد. فهم این مفاهیم و تعامل میان آن‌ها برای طراحی چارچوبی یکپارچه و قابل‌پیاده‌سازی ضروری است. در ادامه، مبانی نظری مرتبط با هر یک از این حوزه‌ها به‌صورت تفصیلی بررسی می‌شود.

^۱ Gamification

گردشگری شهری پایدار

گردشگری شهری به‌عنوان گونه‌ای از گردشگری که در بستر محیط شهری شکل می‌گیرد، نقش مهمی در فرآیند بازآفرینی شهری، توسعه اقتصادی و ارتقاء کیفیت زندگی دارد (Rogerson & Rogerson, 2019). شهرها به‌عنوان مقصد گردشگری با چالش‌های متعددی مواجه‌اند: از فشار بر زیرساخت‌های شهری گرفته تا مسائل زیست‌محیطی، رقابت مکانی و بحران هویت مکانی. از این رو، مفهوم «گردشگری پایدار» به‌عنوان راهکاری برای مدیریت تعارضات و به حداقل رساندن پیامدهای منفی گردشگری، مطرح شده است.

طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری (UN Tourism, 2024)، پایداری در گردشگری شهری در سه بُعد اصلی بررسی می‌شود:

- زیست‌محیطی: کاهش آلاینده‌ها، حفظ میراث طبیعی و کاهش مصرف منابع؛

- اجتماعی-فرهنگی: تعامل مثبت با جوامع میزبان، تقویت حس تعلق مکانی و هویت فرهنگی؛

- اقتصادی: توزیع عادلانه منافع اقتصادی گردشگری و حمایت از کسب‌وکارهای محلی.

مدیریت پایدار گردشگری شهری نه تنها به حفاظت از منابع محدود شهری کمک می‌کند، بلکه زمینه را برای تجربه‌ای معنادارتر و غنی‌تر برای گردشگر فراهم می‌آورد (Boivin & Tanguay, 2018).

جدول ۱. ابعاد گردشگری پایدار شهری

بعد پایداری	اهداف کلیدی	پیامدها برای گردشگری شهری
زیست‌محیطی	حفظ منابع طبیعی، کاهش آلودگی، کنترل مصرف انرژی	کاهش فشار بر زیرساخت‌ها، افزایش جذابیت فضایی
اقتصادی	ایجاد شغل، حمایت از کسب‌وکارهای محلی، توزیع منافع گردشگری	بهبود اقتصاد محلی، تنوع‌بخشی به درآمد شهری
اجتماعی-فرهنگی	حفاظت از میراث، ارتقاء هویت، تعامل با جامعه میزبان	کاهش تنش‌های فرهنگی، افزایش رضایت گردشگر

بازی‌وارسازی و تجربه کاربر

بازی‌وارسازی به‌معنای به‌کارگیری عناصر و منطق طراحی بازی در زمینه‌های غیربازی است. این مفهوم که توسط دترینگ در سال ۲۰۱۱ معرفی شد (Deterding, Dixon, Khaled & Nacke, 2011)، امروزه در حوزه‌های متعددی نظیر آموزش، بازی، سلامت، تجارت، بازاریابی، سرگرمی، هوش مصنوعی، محیط زیست و گردشگری کاربرد دارد (Oliveira & Hamari, 2025). در بستر گردشگری، بازی‌وارسازی می‌تواند تجربه سفر را تعاملی‌تر، انگیزشی‌تر و شخصی‌تر کند (Sigala, 2015).

بر اساس نظریه خودتعیینی^۱، سه نیاز روان‌شناختی بنیادین در درگیری کاربر با محیط بازی‌وار اهمیت دارند:

- خودمختاری: امکان انتخاب و تصمیم‌گیری آزادانه در فرآیند تجربه؛

- شایستگی: ایجاد چالش‌هایی که کاربر در حل آن‌ها موفق می‌شود؛

- ارتباط اجتماعی: شکل‌گیری تعاملات اجتماعی و مشارکت گروهی (Ryan & Deci, 2000).

از منظر نظریه خودتعیینی، این سه نیاز بنیادین می‌توانند چارچوبی مفهومی برای طراحی تجربه‌های انگیزشی و تعاملی در بستر گردشگری شهری فراهم کنند. به‌طور خاص، نیاز به خودمختاری می‌تواند در طراحی مسیرهای قابل‌انتخاب و فعالیت‌های داوطلبانه گردشگر بازتاب یابد؛ نیاز به شایستگی در چالش‌ها و سیستم‌های پاداشی که به گردشگر حس موفقیت می‌دهند؛ و نیاز به ارتباط در ساختارهایی که تعامل انسانی، همکاری گروهی و روایت‌محوری را ممکن می‌سازند. این بنیان نظری، در مراحل بعدی پژوهش به‌عنوان یکی از منابع مفهومی برای تدوین مدل مفهومی بازی‌وارسازی به‌کار گرفته شده است.

مؤلفه‌های رایج در طراحی بازی‌وارسازی شامل سطوح و امتیازدهی، مأموریت‌ها و چالش‌ها، سیستم پاداش، روایت و داستان‌پردازی و رقابت و همکاری هستند (Werbach & Hunter, 2012; Chen, Li & Zhang, 2025).

^۱ Self-Determination Theory

جدول ۲. عناصر کلیدی بازی‌وارسازی در گردشگری

نقش روان‌شناختی	توضیح کاربرد در طراحی گردشگری	مؤلفه بازی‌وارسازی
حس شایستگی (Competence)	ثبات دستاوردها، پیشرفت در مسیر گردشگری	امتیازدهی و سطوح
افزایش درگیری و تعامل	طراحی مأموریت‌های مکانی/زمانی برای کشف فضاها	چالش‌ها و مأموریت‌ها
ایجاد پیوند احساسی، حس ماجراجویی	روایت تاریخی یا افسانه‌ای مرتبط با مقصد	روایت و داستان‌پردازی
تقویت ارتباط اجتماعی (Relatedness)	امتیاز گروهی، فعالیت‌های رقابتی در فضا	رقابت و همکاری
ایجاد انگیزه، تکرار و بازگشت‌پذیری تجربه	ارائه تخفیف، بنرهای تشویقی، بازخورد آنی از عملکرد گردشگر	پاداش و بازخورد

در طراحی مسیرهای گردشگری، این مؤلفه‌ها می‌توانند به خلق تجربه‌ای تعاملی و لذت‌بخش منجر شوند که هم دانش مکانی را افزایش دهد، هم رفتارهای پایدار را تشویق کند (Xu, Weber & Buhalis, 2013).

فناوری‌های هوشمند شهری و واقعیت افزوده

با گسترش فناوری‌هایی نظیر اینترنت اشیاء^۱، واقعیت افزوده^۲، تحلیل کلان‌داده و اپلیکیشن‌های مکان‌محور، شهرها به سمت هوشمند شدن حرکت می‌کنند. در این میان، گردشگری هوشمند به بهره‌گیری هدفمند از فناوری برای ارتقای تجربه گردشگر، افزایش کارایی خدمات و حمایت از توسعه پایدار گردشگری اشاره دارد (Buhalis et al., 2019; Martusciello et al., 2025).

جدول ۳. کاربرد فناوری‌های هوشمند در گردشگری بازی‌وار شهری

کاربرد در بازی‌وارسازی گردشگری	قابلیت کلیدی	فناوری
روایت تعاملی، نمایش داده‌های تاریخی در فضا	افزودن اطلاعات بصری به دنیای واقعی	واقعیت افزوده (AR)
چالش‌های مکانی، مسیرهای مبتنی بر مکان	شناسایی موقعیت کاربر در شهر	GPS و مکان‌یابی
ثبات امتیاز، اعلان رویدادها، پاداش‌های آنی	دسترسی سریع، تعامل دوطرفه	اپلیکیشن‌های موبایلی
شخصی‌سازی محتوا، تحلیل رفتار کاربر	اتصال اشیاء و فضاها به شبکه دیجیتال	اینترنت اشیاء (IoT)

مطالعات نظام‌مند اخیر نشان می‌دهد که استفاده از فناوری‌های فراگیر در میراث فرهنگی روندی رو به رشد دارد و پژوهش‌ها به‌طور فزاینده بر تجربه تعاملی بازدیدکننده تمرکز می‌کنند (Jiang, Zhang, Li, & Wang, 2025). در این میان واقعیت افزوده، به‌ویژه، نقش چشمگیری در افزایش جذابیت و تعامل گردشگر با فضا دارد. این فناوری با افزودن لایه‌های اطلاعاتی، روایت‌های تاریخی و مسیرهای تعاملی بر بستر فضای واقعی، امکان ارائه تجربه‌ای چندحسی و یادگیرنده را فراهم می‌کند (Yung & Khoo-Lattimore, 2019). علاوه بر این، بهره‌گیری از قابلیت‌های فناوری‌های موبایل مانند GPS، حسگرهای حرکتی و ابزارهای مشارکت اجتماعی، بستر توسعه اپلیکیشن‌هایی با قابلیت «بازی‌وارسازی بومی‌شده» را ایجاد کرده است. در چنین اپلیکیشن‌هایی، داده‌های مکانی و علایق شخصی کاربران به‌طور همزمان پردازش شده و تجربه‌ای شخصی‌سازی شده فراهم می‌شود (Neuhofer et al., 2015). شواهد همچنین نشان می‌دهد که استفاده از برنامه‌های چندسکویی متن‌باز مبتنی بر واقعیت افزوده می‌تواند کیفیت تجربه بازدیدکنندگان را بهبود بخشیده و دسترسی به محتوای فرهنگی را برای طیف گسترده‌تری از مخاطبان امکان‌پذیر سازد (Green et al., 2023).

تلفیق مفهومی سه حوزه

پیوند میان گردشگری پایدار، بازی‌وارسازی و فناوری‌های هوشمند می‌تواند به خلق تجربه‌ای «تعامل‌محور»، «یادگیرنده» و «پایدار» در بستر شهری منجر شود. در این الگو:

- فناوری بستری برای ارائه خدمات شخصی‌سازی شده فراهم می‌کند؛
- بازی‌وارسازی انگیزش و مشارکت فعال گردشگر را افزایش می‌دهد؛
- اصول پایداری، چارچوب ارزشی و عملکردی تجربه را تعیین می‌کنند.

¹ Internet of Things (IoT)

² Sugmented Reality (AR)

مدل‌های مفهومی ترکیبی در این حوزه معمولاً از رویکردهای نظری مختلف بهره می‌برند و لازم است در بستر فرهنگی و مکانی خاص، بومی‌سازی شوند (Pasca et al., 2021). هرچند با وجود فرصت‌های نوآورانه، ادغام فناوری‌های فراگیر، بازی‌وارسازی و گردشگری شهری پایدار با چالش‌هایی چون زیرساخت، آموزش و حفظ اصالت مواجه است (Wang, Chen, & Li, 2024).

جدول ۴. چارچوب مفهومی پیوند بازی‌وارسازی، فناوری و پایداری

مؤلفه مفهومی	بازی‌وارسازی	فناوری هوشمند	ارزش افزوده برای پایداری
تجربه تعاملی	چالش، رقابت، روایت	AR، اپلیکیشن، بازخورد آنی	افزایش رضایت گردشگر، ارتقاء آگاهی
رفتار مسئولانه	مأموریت‌های محیط‌زیستی	اعلان هشدار، سیستم ارزیابی	کاهش آسیب محیطی، حفظ میراث
مشارکت محلی	داستان‌پردازی بومی، پاداش‌های محلی	اتصال کسب‌وکارها به پلتفرم	حمایت از اقتصاد محلی، تعامل فرهنگی

پیشینه پژوهش

بازی‌وارسازی در بستر گردشگری شهری به تدریج به یکی از رویکردهای نوین طراحی تجربه تبدیل شده و مطالعات متعددی به بررسی ابعاد، پیامدها و ابزارهای آن پرداخته‌اند. در یک دهه گذشته، پژوهش‌های گوناگونی در زمینه به‌کارگیری رویکردهای نوآورانه در گردشگری شهری، به‌ویژه بازی‌وارسازی، توسعه پایدار و فناوری‌های هوشمند انجام شده‌اند. این مطالعات تلاش داشته‌اند تا رابطه میان تجربه کاربری، طراحی فضا و الزامات پایداری را در بسترهای شهری تحلیل کنند. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهند که استفاده از عناصر بازی مانند مأموریت‌ها، امتیازدهی و بازخورد فوری می‌تواند تعامل گردشگران با محیط را افزایش دهد و تجربه‌های معناداری را فراهم آورد (Stylos & Vassiliadis, 2023). این رویکرد به‌ویژه در مقاصد گردشگری هوشمند با استفاده از فناوری‌های مکان‌محور و اپلیکیشن‌های تعاملی مورد توجه قرار گرفته است (Xu et al., 2017).

در زمینه مدل‌ها و چارچوب‌های نظری، کویویستو و هاماری با مرور نظام‌مند پژوهش‌های موجود، دریافته‌اند که اثربخشی بازی‌وارسازی به طراحی تجربه معنادار، تقویت انگیزش درونی و تطبیق با زمینه فرهنگی کاربران وابسته است؛ یافته‌ای که بر ضرورت بومی‌سازی سازوکارهای بازی‌وارسازی در بسترهای شهری تأکید می‌کند (Koivisto & Hamari, 2019). مدل‌های مختلفی برای طراحی تجربه‌های بازی‌وار در گردشگری شهری ارائه شده‌اند؛ به‌عنوان مثال، مدل "Octalysis" بر هشت نیروی اصلی انگیزشی تأکید دارد که می‌تواند در طراحی تجربه‌های تعاملی کاربرد داشته باشد (Chou, 2023). همچنین، چارچوب‌هایی مانند "گردشگری هوشمند" بر یکپارچگی فناوری‌های دیجیتال با مدیریت مقصد تمرکز دارند و در شهرهای هوشمند کاربرد گسترده‌ای یافته‌اند (Buhalis et al., 2019).

تحقیقات نشان داده‌اند که بازی‌وارسازی می‌تواند انگیزش درونی گردشگران را تقویت کرده و رفتارهای پایدار را در آن‌ها ترویج دهد. به‌عنوان نمونه، مطالعه‌ای نشان داد که استفاده از بازی‌وارسازی در اپلیکیشن‌های گردشگری می‌تواند منجر به افزایش تمایل به بازدید از مقاصد گردشگری و ارتقای رفتارهای مسئولانه در برابر محیط زیست شود (Stylos & Vassiliadis, 2023). سیگالا نیز چارچوبی برای پیوند میان بازی‌وارسازی و یادگیری گردشگر ارائه کرد که تمرکز آن بر ارتقای آگاهی و مسئولیت‌پذیری از طریق طراحی تجربه بود و نشان داد بهره‌گیری از فناوری‌های تعاملی می‌تواند فرایند روایت‌سازی، آموزش و شکل‌گیری رفتارهای پایدار را تسهیل کند (Sigala, 2015).

با وجود غنای نسبی چارچوب‌های موجود، اغلب آن‌ها از منظر فناورانه یا مفهومی طراحی شده‌اند و کمتر به ابعاد روان‌شناختی، فضا‌مندی و زمینه‌های بومی در بافت‌های تاریخی شهرهای جهان جنوب توجه داشته‌اند. چارچوب تجربه‌گرایی پاین و گیل‌مور بر خلق تجربه معنادار از طریق درگیری ذهنی و عاطفی تأکید دارد، اما پیوند آن با طراحی محیط شهری و ملاحظات اجرایی کمتر تبیین شده است (Pine & Gilmore, 1999). همچنین، پالاسما با تمرکز بر تجربه بدن‌مندی و حسی در فضا، به اهمیت ادراک فضایی کاربر می‌پردازد، اما از منظر تعاملی و مشارکتی به آن نمی‌نگرد (Pallasmaa, 2005). پژوهش‌های اخیر نیز نشان داده‌اند که برای موفقیت در پیاده‌سازی بازی‌وارسازی لازم است این رویکرد با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی مقصد هماهنگ شده و از رویکردهای میان‌رشته‌ای و داده‌محور بهره گیرد (Martusciello et al., 2025). پژوهش حاضر با اتخاذ چنین رویکردی، می‌کوشد پیوندی میان فناوری، انگیزش و طراحی تعاملی در بسترهای تاریخی و بومی برقرار سازد و مؤلفه‌هایی را برجسته کند که در مدل‌های پیشین به‌صورت ضمنی یا ناقص دیده شده‌اند؛ و بدین‌سان شکاف میان مفاهیم نظری و ملاحظات اجرایی را در راستای توسعه پایدار گردشگری شهری، به‌ویژه در شهر همدان، پر کند.

روش پژوهش

روش‌ها و ابزارها

پژوهش حاضر با استناد به پارادایم پراگماتیسم و با هدف درک چندلایه از تجربه گردشگر، از یک رویکرد ترکیبی و چندمرحله‌ای بهره برده است. در این رویکرد، داده‌های کمی به‌عنوان بنیانی برای شناسایی الگوهای موجود در نگرش کاربران و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تجربه گردشگری عمل کرده‌اند، در حالی که یافته‌های کیفی نقش تبیین و گسترش این الگوها را بر عهده داشته‌اند. علاوه بر این، روش دلفی به‌عنوان ابزاری برای اعتبارسنجی و اجماع نظری خبرگان، به انسجام نهایی چارچوب مفهومی پژوهش کمک کرده است (Creswell & Plano Clark, 2018).

فرایند تحقیق در چهار مرحله طراحی شده است که هر یک به‌طور مکمل در خدمت پاسخ‌گویی به پرسش‌ها و ساخت مدل نهایی قرار دارد. در مرحله نخست، رویکرد کمی با هدف شناسایی نگرش‌ها و تحلیل وضعیت مؤلفه‌های مرتبط با تجربه گردشگری دنبال شد. ابزار گردآوری داده‌ها در این بخش، پرسشنامه ساختارمندی بود که میان سه گروه هدف شامل ساکنان محلی، گردشگران داخلی و گردشگران خارجی توزیع شد. داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و آزمون ناپارامتریک کروسکال-والیس مورد تحلیل قرار گرفت تا تفاوت نگرش گروه‌ها نسبت به پنج مؤلفه اصلی تجربه گردشگری مشخص شود. این مرحله به‌منزله بنیانی برای شناخت وضعیت موجود و تعیین زمینه‌های مسأله عمل کرد. همچنین، داده‌های کمی، علاوه بر تحلیل مقایسه‌ای، برای شناسایی زمینه‌های تمرکز در مرحله کیفی استفاده شدند. مؤلفه‌هایی با بالاترین یا متفاوت‌ترین نمرات میان گروه‌ها، الهام‌بخش طراحی سؤالات مصاحبه و هدایت تحلیل مضمون شدند. در مرحله دوم، پژوهش وارد فاز کیفی با رویکردی اکتشافی شد. در این مرحله، با بهره‌گیری از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه‌های طراحی شهری، گردشگری، و فناوری‌های تعاملی، تلاش شد تبیین عمیق‌تر از یافته‌های کمی ارائه شود و چارچوب اولیه مفهیم گسترش یابد. داده‌های این مرحله از طریق تحلیل مضمون در سه سطح کد اولیه، مقوله‌های میانی و مضامین نهایی دسته‌بندی و تحلیل شد.

مرحله سوم به اجرای روش دلفی اختصاص داشت تا یافته‌های قبلی با اجماع نظری خبرگان اعتبارسنجی و تقویت شود. این مرحله شامل سه دور متوالی دلفی بود که به ترتیب برای شناسایی، اصلاح و اجماع بر مؤلفه‌ها طراحی شدند. دور نخست بر شناسایی میزان توافق یا عدم توافق با مؤلفه‌های استخراج‌شده تمرکز داشت؛ دور دوم به بازبینی مؤلفه‌های پیشنهادی و تکمیل آن‌ها اختصاص یافت؛ و در دور سوم، تلاش شد ساختار نهایی مدل مورد تأیید و اجماع قرار گیرد. در نتیجه این فرایند، برخی مؤلفه‌ها تعدیل، برخی تقویت، و مؤلفه جدیدی با عنوان «الزامات نهادی» به مدل افزوده شد.

در مرحله چهارم، با اتکا بر منطق تحلیل تطبیقی-مفهومی، داده‌های حاصل از سه مرحله قبلی (کمی، کیفی، و نتایج دلفی) به‌صورت تلفیقی تحلیل شدند تا مدل نهایی به‌دست آید. این مرحله، حلقه اتصال میان یافته‌های میدانی و ساخت نظری مدل مفهومی بود و امکان شناسایی پیوندهای علی، مداخله‌گر، پیامدی و زمینه‌ای میان مؤلفه‌ها را فراهم کرد. خروجی این مرحله، چارچوبی چندلایه و منسجم بود که در آن مؤلفه‌ها بر اساس سطوح چهارگانه (عوامل علی، مداخله‌گر، پیامدی و الزامات زمینه‌ای) سازمان یافته‌اند.

این ساختار تلفیقی، نه تنها به غنای نظری مدل کمک کرد، بلکه بنیانی برای ارائه راهکارهای بومی‌سازی شده در طراحی تجربه گردشگری در بافت تاریخی فراهم ساخت و زمینه را برای کاربردپذیری مدل در سیاست‌گذاری و طراحی شهری فراهم نمود.

در این پژوهش، واحد تحلیل شامل ادراک و تجربه فردی گردشگر و ساکن محلی از عناصر تعاملی در فضاهای گردشگری شهری است. داده‌ها بر اساس برداشت ذهنی، نگرش و بازخورد این افراد درباره تجربه سفر، تعامل با محیط و سازوکارهای بازی‌وارسازی گردآوری شده‌اند. همچنین، سطح تحلیل مفهومی در این پژوهش، میان‌مقیاس طراحی تجربه در بسترهای تاریخی است؛ به این معنا که مدل نهایی نه در سطح کلان سیاست‌گذاری شهری، و نه صرفاً در سطح خرد رفتار فردی، بلکه در لایه‌ای میان این دو و در پیوند با مؤلفه‌های تعاملی، فضاهای شهری، و ساختارهای انگیزشی طراحی شده است.

جدول ۵. جزئیات اجرای روش تحقیق

مرحله	رویکرد	ابزار گردآوری	جامعه/نمونه	هدف	روش تحلیل
مرحله اول (کمی)	توصیفی-تحلیلی	پرسشنامه ساختارمند	ساکنان، گردشگران داخلی و خارجی	شناسایی نگرش‌ها و مقایسه مؤلفه‌ها	آمار توصیفی، آزمون Kruskal-Wallis
مرحله دوم (کیفی)	اکتشافی	مصاحبه نیمه‌ساختاریافته	اعضای هیئت علمی و خبرگان گردشگری و شهرسازی	تفسیر یافته‌های کمی و غنابخشی چارچوب	تحلیل مضمون (Thematic Analysis)
مرحله سوم (اعتبارسنجی دلفی)	اجماعی-تحلیلی	فرم‌های نظرخواهی دلفی	۵ نفر از خبرگان حوزه‌های مرتبط	اعتبارسنجی و اصلاح مدل مفهومی	تحلیل کمی (درصد توافق)، تحلیل کیفی (تحلیل محتوایی)
مرحله چهارم (تلفیق)	ترکیبی تطبیقی	ادغام نتایج کمی، کیفی و دلفی	داده‌های مرحله اول تا سوم	تدوین چارچوب مفهومی بومی	تحلیل تطبیقی-مفهومی

شرح مورد مطالعه: بافت تاریخی شهر همدان

بافت تاریخی شهر همدان با قدمتی بیش از سه هزار سال، یکی از کهن‌ترین بسترهای شهری ایران است که ساختار شعاعی و مرکزگرای آن با رینگ‌های متوالی و محورهایی منتهی به میدان مرکزی، هویتی منحصر به فرد به این محدوده بخشیده است. این بافت نه تنها از منظر معماری و شهرسازی دارای ارزش بالایی است، بلکه واجد لایه‌های فرهنگی، تاریخی و معنایی متعددی است که آن را به بستری مناسب برای توسعه گردشگری تجربه‌محور تبدیل می‌کند.

محدوده پژوهش مکان‌هایی چون میدان امام، پیاده‌راه بوعلی، تقاطع اکباتان، و گره‌های شهری نظیر میدان آرامگاه بوعلی را دربر می‌گیرد و در شعاع عملکردی آن، جاذبه‌های متعددی از جمله آرامگاه بوعلی سینا، آرامگاه باباطاهر، گنبد علویان، استر و مردخای و حمام قلعه واقع شده‌اند. این مکان‌ها علاوه بر ارزش دیداری، حامل روایت‌های تاریخی، اسطوره‌ای و زیارتی هستند که می‌توانند به عنوان محتوای روایت‌محور در طراحی مسیرهای بازی‌وار به کار روند.

از نظر فضایی، وجود شبکه معابر پیچیده، پیاده‌راه‌های شهری و تنوع فعالیت‌های فرهنگی و اقتصادی، فرصت‌هایی برای طراحی تعاملات گردشگری فراهم کرده است. با این حال، بافت با چالش‌هایی چون فرسودگی کالبدی، ازدحام و فشار گردشگر در ایام خاص مواجه است که ضرورت بهره‌گیری از راهکارهای نوآورانه همچون بازی‌وارسازی را دوچندان می‌کند.

تحلیل زمینه‌ای این محدوده نشان می‌دهد که رویکردهایی چون طراحی مسیرهای تعاملی، استفاده از واقعیت افزوده و بهره‌گیری از روایت‌های بومی می‌توانند در ایجاد تجربه‌ای معنادار، ارتقای آموزش فرهنگی و مدیریت هوشمند گردشگر مؤثر باشند. از این رو، انتخاب بافت تاریخی همدان به‌عنوان مطالعه موردی پژوهش، از نظر ارزش‌های زمینه‌ای و قابلیت کاربردپذیری بازی‌وارسازی، دارای توجیه نظری و عملی است.

یافته‌ها

یافته‌های کمی پژوهش

در این بخش، به تحلیل نتایج حاصل از داده‌های کمی گردآوری شده از پرسشنامه ساختارمند در میان سه گروه پاسخ‌دهنده (ساکنان، گردشگران داخلی و گردشگران خارجی) می‌پردازیم. پرسشنامه شامل ۵۰ گویه در قالب پنج مؤلفه اصلی پژوهش بود که بر اساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای طراحی شده است. هدف این تحلیل، بررسی میزان تفاوت نگرش گروه‌ها در مؤلفه‌های اصلی، شناسایی گرایش‌های معنادار و فراهم کردن مبنایی برای طراحی مدل مفهومی بازی‌وارسازی در مدیریت گردشگری پایدار شهری است.

تحلیل توصیفی مؤلفه‌های پژوهش

میانگین و انحراف معیار پنج مؤلفه اصلی پژوهش برای هر یک از گروه‌های پاسخ‌دهنده در جدول زیر آمده است. این مقادیر نشان‌دهنده سطح توافق یا مخالفت گروه‌ها با مفاهیم بازی‌وارسازی و میزان پراکندگی پاسخ‌ها در هر مؤلفه است:

جدول ۶ میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌های پژوهش بر اساس گروه پاسخ‌دهنده

گروه پاسخ‌دهنده						
گردشگران خارجی		گردشگران داخلی		ساکنان		مؤلفه
میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	
۳/۷۰	۰/۳۰	۳/۶۸	۰/۳۴	۳/۶۵	۰/۳۶	مؤلفه ۱
۳/۶۳	۰/۴۷	۳/۶۴	۰/۳۰	۳/۶۴	۰/۳۳	مؤلفه ۲
۳/۷۳	۰/۳۵	۳/۶۰	۰/۳۳	۳/۶۵	۰/۳۵	مؤلفه ۳
۳/۵۸	۰/۳۷	۳/۶۳	۰/۳۵	۳/۶۰	۰/۳۷	مؤلفه ۴
۳/۵۶	۰/۴۶	۳/۵۶	۰/۳۶	۳/۵۶	۰/۳۶	مؤلفه ۵

مقادیر میانگین در همه گروه‌ها بالاتر از مقدار میانه طیف (یعنی ۳) بوده و در بازه ۳.۵ تا ۳.۷ قرار دارند، که نشان‌دهنده نگرش مثبت نسبی به مؤلفه‌های بررسی شده است. همچنین مقادیر انحراف معیار پایین (حدود ۰.۳ تا ۰.۴۷) نشان می‌دهد که پراکندگی پاسخ‌ها در میان افراد هر گروه نسبتاً کم و همگن است.

لازم به ذکر است که جداول این بخش صرفاً در راستای تحلیل توصیفی داده‌ها ارائه شده‌اند و بیانگر نتایج تحلیل واریانس یا آزمون‌های معناداری نیستند. هدف از ارائه این جداول، مقایسه اولیه میانگین‌ها و بررسی الگوی کلی پاسخ‌ها بوده است. در ادامه، برای سنجش معناداری تفاوت‌ها میان گروه‌ها، از آزمون ناپارامتریک کروسکال-والیس استفاده شده است.

تحلیل تفاوت میانگین‌ها (آزمون آماری)

برای سنجش تفاوت میانگین مؤلفه‌های پنج‌گانه میان سه گروه پاسخ‌دهنده (ساکنان، گردشگران داخلی و خارجی)، از آزمون Kruskal-Wallis استفاده شد. نتایج نشان داد که در هیچ‌یک از مؤلفه‌ها تفاوت معناداری وجود ندارد ($p > 0.05$)، که بیانگر همگرایی نسبی ادراک پاسخ‌دهندگان نسبت به مؤلفه‌های تجربه بازی‌وار در گردشگری شهری است. نتایج به شرح زیر است:

جدول ۷. نتایج آزمون Kruskal-Wallis برای مقایسه مؤلفه‌ها میان گروه‌ها

مؤلفه	آماره آزمون (H)	سطح معناداری (p-value)	نتیجه
مؤلفه ۱	۱/۸۵	۰/۳۹۶	معنادار نیست
مؤلفه ۲	۰/۷۳	۰/۶۹۳	معنادار نیست
مؤلفه ۳	۲/۴۱	۰/۲۹۹	معنادار نیست
مؤلفه ۴	۰/۹۲	۰/۶۳۱	معنادار نیست
مؤلفه ۵	۰/۱۲	۰/۹۴۳	معنادار نیست

در ادامه، تحلیل تفصیلی هر یک از مؤلفه‌ها برای گروه‌های پاسخ‌دهنده (ساکنان، گردشگران داخلی، گردشگران خارجی) ارائه می‌شود. الف. طراحی مسیر و ساختار فضایی:

هر سه گروه (ساکنان، گردشگران داخلی و خارجی) نگرشی مثبت به طراحی مسیرهای تعاملی، قابل‌کشف و مبتنی بر فناوری داشتند. تفاوت جزئی در ترجیحات، نیاز به شخصی‌سازی تجربه را آشکار می‌سازد: ساکنان بر کارکردگرایی، گردشگران خارجی بر وضوح مسیر و ناوبری دیجیتال تأکید دارند. این مؤلفه، بستر مناسبی برای طراحی تجربه مشترک با قابلیت تطبیق‌پذیری دارد.

جدول ۸. میانگین پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به پرسش‌های مؤلفه اول

گروه پاسخ‌دهنده	میانگین	انحراف معیار
ساکنان	۳/۶۵	۰/۳۶
گردشگران داخلی	۳/۶۸	۰/۳۴
گردشگران خارجی	۳/۷۰	۰/۳۰

ب. مکانیزم‌های انگیزشی و پاداش:

میانگین‌های نزدیک سه گروه نشانگر حمایت عمومی از عناصر بازی‌وار انگیزشی است. تفاوت در انحراف معیار گردشگران خارجی، تنوع فرهنگی در ترجیح پاداش‌ها را نشان می‌دهد. طراحی نظام‌های پاداش باید چندسطحی، قابل‌تنظیم و متناسب با نیازهای روان‌شناختی و فرهنگی گروه‌های مختلف باشد.

جدول ۹. میانگین پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به پرسش‌های مولفه دوم

انحراف معیار	میانگین	گروه پاسخ‌دهنده
۰/۳۳	۳/۶۴	ساکنان
۰/۳۰	۳/۶۴	گردشگران داخلی
۰/۴۷	۳/۶۳	گردشگران خارجی

پ. روایت تعاملی و تجربه معنادار:

همگرایی نگرشی میان پاسخ‌دهندگان، اهمیت مؤلفه روایت در تجربه گردشگری را تأیید می‌کند. گردشگران خارجی بیشترین ارزش را برای داستان‌پردازی قائل‌اند، در حالی که ساکنان بر بازآفرینی خاطرات و گردشگران داخلی بر حس کشف تأکید دارند. این مؤلفه، ستون فقرات طراحی تجربه‌محور محسوب می‌شود.

جدول ۱۰. میانگین پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به پرسش‌های مولفه سوم

انحراف معیار	میانگین	گروه پاسخ‌دهنده
۰/۳۵	۳/۶۵	ساکنان
۰/۳۳	۳/۶۰	گردشگران داخلی
۰/۳۵	۳/۷۳	گردشگران خارجی

ت. طراحی شهری و انسجام فضایی:

نمرات نزدیک میان گروه‌ها، درک مشترک از اهمیت انسجام طراحی و هماهنگی عملکردی را نشان می‌دهد. گردشگران خارجی نیازمند راهنمایی و گرافیک تعاملی‌اند، در حالی که ساکنان نگران تداخلی بودن بازی‌وارسازی با زندگی روزمره هستند. این مؤلفه بستر مناسبی برای هدایت جریان گردشگر و مدیریت فضا دارد.

جدول ۱۱. میانگین پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به پرسش‌های مولفه چهارم

انحراف معیار	میانگین	گروه پاسخ‌دهنده
۰/۳۷	۳/۶۰	ساکنان
۰/۳۵	۳/۶۳	گردشگران داخلی
۰/۳۷	۳/۵۸	گردشگران خارجی

ث. تجربه روان‌شناختی و عاطفی فضا:

میانگین کاملاً یکسان ۳.۵۶ در هر سه گروه، بر نقش مرکزی این مؤلفه در طراحی انسانی تجربه تأکید دارد. ساکنان به حافظه مکان، گردشگران داخلی به کنجکاو و گردشگران خارجی به تفاوت فرهنگی واکنش مثبت نشان دادند. این مؤلفه پیوندی میان روایت، تعامل و هویت مکانی برقرار می‌کند.

جدول ۱۲. میانگین پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به پرسش‌های مولفه پنجم

انحراف معیار	میانگین	گروه پاسخ‌دهنده
۰/۳۶	۳/۵۶	ساکنان
۰/۳۶	۳/۵۶	گردشگران داخلی
۰/۴۶	۳/۵۶	گردشگران خارجی

یافته‌ها نشان می‌دهند که علی‌رغم نبود تفاوت آماری معنادار، تفاوت‌های ظریف در ترجیحات سه گروه پاسخ‌دهنده (ساکنان، گردشگران داخلی و خارجی) نسبت به مؤلفه‌های اصلی بازی‌وارسازی وجود دارد. برای نمونه، گردشگران خارجی در مؤلفه‌های «طراحی مسیر و ساختار فضایی» و «بعد روان‌شناختی و تجربه عاطفی» نمرات میانگین بالاتری کسب کرده‌اند، که بیانگر اهمیت بالای این ابعاد در تجربه آنان است. در مقابل، در مؤلفه‌هایی نظیر «مکانیزم‌های انگیزشی» و «مدیریت گردشگری پایدار»، تفاوت معناداری میان گروه‌ها مشاهده نشد و نوعی هم‌گرایی نسبی در نگرش‌ها دیده شد. این تحلیل نشان می‌دهد که در عین وجود تمایزهای ادراکی، همگرایی کلی میان گروه‌ها، امکان طراحی چارچوبی مشترک، منعطف و زمینه‌مند را فراهم می‌سازد. این یافته‌ها، مبنای تلفیق داده‌های کمی با مؤلفه‌های مفهومی و طراحی هدفمند مدل نهایی در ادامه پژوهش قرار گرفته‌اند.

یافته‌های کیفی پژوهش

در تکمیل تحلیل کیفی پژوهش و به‌منظور درک عمیق‌تر از ابعاد مفهومی بازی‌وارسازی در مدیریت گردشگری شهری پایدار، بخش کیفی پژوهش با رویکرد تحلیل مضمون و بر اساس مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با پنج نفر از متخصصان حوزه‌های گردشگری، طراحی شهری، و فناوری‌های فرهنگی انجام گرفت. هدف از این تحلیل، شناسایی مؤلفه‌های کلیدی برای طراحی یک مدل مفهومی بومی، مبتنی بر تجربه‌ها و دیدگاه‌های تخصصی درباره چگونگی پیاده‌سازی بازی‌وارسازی در بافت تاریخی شهر همدان بوده است.

روش تحلیل داده‌های کیفی

فرایند تحلیل کیفی به‌صورت مضمون‌محور و با استفاده از الگویی سه‌مرحله‌ای شامل کدگذاری اولیه، طبقه‌بندی مفاهیم، و استخراج مضامین نهایی صورت پذیرفت. در مرحله نخست، متن کامل مصاحبه‌ها مرور شد و عبارات کلیدی به‌عنوان واحدهای معنایی اولیه استخراج گردید. این کدهای اولیه سپس در قالب مقوله‌های میانی گروه‌بندی شده و در نهایت، مضامین نهایی بر اساس ارتباط مفهومی آن‌ها با یکدیگر سامان‌دهی شدند. کل فرایند به‌صورت دستی و با کمک جدول‌بندی در نرم‌افزار Excel انجام شده است. معیارهای انتخاب مضامین شامل تکرار در مصاحبه‌ها، اهمیت نظری، و ارتباط با پرسش اصلی پژوهش بود.

ساختار مفهومی استخراج‌شده از تحلیل کیفی

تحلیل داده‌های کیفی منجر به شناسایی هفت مؤلفه اصلی و یک مقوله هسته‌ای شد که چارچوب مفهومی مدل نهایی را شکل می‌دهند. این مؤلفه‌ها در سه سطح تحلیلی، مطابق با منطق مدل‌سازی پارادایمی، سازمان‌دهی شده‌اند:

الف. عوامل علی

مشارکت‌پذیری و تعامل انسانی: مشارکت‌کنندگان بر اهمیت روایت‌محوری، حضور فعال گردشگر، و نقش بومیان در خلق تجربه تأکید کردند. طراحی گردشگری نباید منفعلانه باشد بلکه باید مشارکتی، زیسته و عاطفی باشد. طراحی تعاملی در گردشگری شهری: تأکید بر استفاده از الگوهای تعاملی در فضا‌سازی شهری و تلفیق روایت، کنش و تجربه فردی. ابزارهای دیجیتال و داستان‌پردازی فضایی نقش کلیدی در این طراحی ایفا می‌کنند.

ب. عوامل مداخله‌گر

طراحی نوآورانه بازی‌محور: مشارکت‌کنندگان ویژگی‌هایی مانند روایت مرحله‌ای، چالش‌محوری، هدف‌گذاری انگیزشی و استفاده از عناصر بازی‌محور را از ضروریات طراحی تجربه گردشگری دانستند.

مدیریت هوشمند و راهبری تعاملی: ایجاد اکوسیستم مدیریت داده‌محور، بهره‌گیری از ابزارهای هوشمند، و نظارت پویا بر جریان تجربه، از مؤلفه‌های مدیریتی مطرح شده بود.

ملاحظات زمینه‌ای و محدودیت‌ها: چالش‌های فنی، ضعف زیرساخت‌های ارتباطی، مقاومت فرهنگی، و کمبود منابع از جمله موانع کلیدی برای اجرای بازی‌وارسازی در بافت‌های تاریخی معرفی شدند.

الزامات نهادی و سیاستی: نیاز به هماهنگی سیاست‌های فرهنگی، آگاهی‌بخشی به مدیران و برنامه‌ریزی بین‌بخشی از موارد مکرراً اشاره‌شده در مصاحبه‌ها بودند.

ج. پیامدها

اقتصاد تجربه و تعاملات اجتماعی: مشارکت‌کنندگان به نقش بازی‌وارسازی در خلق تجربه معنادار، افزایش حس تعلق، ارتقاء برند مقصد، و افزایش مشارکت بومیان اشاره داشتند.

مقوله هسته‌ای: طراحی تعاملی و حکمرانی نرم در گردشگری پایدار

در سطح نهایی تحلیل، مؤلفه‌های فوق در قالب یک مفهوم فراگیر و مقوله هسته‌ای واحد تجمیع شدند: «طراحی تعاملی و حکمرانی نرم در گردشگری پایدار در بافت تاریخی». این مقوله به‌عنوان پیونددهنده عناصر علی، مداخله‌گر و پیامدی، بنیان نظری مدل مفهومی پژوهش را شکل داده است. ویژگی‌های این مقوله شامل محوریت روایت، تعامل چندوجهی، و حکمرانی هوشمند فرهنگی است که هم پاسخگوی نیازهای فردی گردشگران است و هم راهبردی برای حفاظت و پایداری مکان تاریخی ارائه می‌دهد.

نمونه‌ای از کدهای اولیه و مقوله‌های میانی

جدول زیر نمونه‌هایی از فرایند کدگذاری و تجمیع معنایی را نشان می‌دهد:

جدول ۱۳. نمونه‌ای از کدهای اولیه و مقوله‌های میانی

مقوله میانی	نمونه نقل قول	کد اولیه
تعامل انسانی و روایت‌محوری	مشارکت‌کننده ۳	«گردشگر باید خودش در روایت مکان شریک باشه»
مشارکت‌پذیری محلی	مشارکت‌کننده ۱	«برنامه‌ریزی مشارکتی با بومیان خیلی مهمه»
طراحی تعاملی مبتنی بر بازی	مشارکت‌کننده ۲	«اپلیکشنی باشه که مأموریت بده و کاربر رو ببره جلو»
الزامات نهادی و سیاستی	مشارکت‌کننده ۴	«بازی‌وارسازی فقط سرگرمی نیست، یه ابزار توسعه‌ست»
ملاحظات اقتصادی و نهادی	مشارکت‌کننده ۵	«هیچ‌کس حاضر نیست در این منطقه سرمایه‌گذاری کنه»

تحلیل داده‌های کیفی نشان داد که بازی‌وارسازی در بافت تاریخی شهر همدان، صرفاً یک ابزار فناورانه یا سرگرم‌کننده نیست، بلکه به‌عنوان سازوکاری میان‌رشته‌ای برای تقویت تجربه معنادار، مشارکت فعال بومیان، و حکمرانی نرم فرهنگی ایفای نقش می‌کند. یافته‌های این بخش با مؤلفه‌های کمی پژوهش هم‌راستا بوده و مبنایی مفهومی برای طراحی مدل نهایی پژوهش فراهم کرده‌اند.

اعتبارسنجی مدل با روش دلفی

برای اعتبارسنجی یافته‌های کیفی و تقویت استحکام نظری چارچوب پیشنهادی، از روش دلفی تخصصی استفاده شد. این روش با مشارکت مجموعه‌ای از خبرگان حوزه‌های طراحی شهری، گردشگری، و فناوری، در سه مرحله اجرا گردید. در مرحله اول، چارچوب اولیه‌ای متشکل از هفت مؤلفه استخراج‌شده از تحلیل مضمون ارائه شد. در مرحله دوم، مشارکت‌کنندگان پیشنهادهایی برای تقویت، حذف، یا اصلاح مؤلفه‌ها ارائه دادند که منجر به شکل‌گیری نسخه بازبینی‌شده‌ای از مدل مفهومی شد.

در مرحله سوم، با هدف تثبیت اجماع، تغییرات اعمال‌شده در مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌ها به رأی‌گذاری گذاشته شد. نتیجه این فرایند، افزوده‌شدن مؤلفه‌هایی همچون «الزامات نهادی» به‌عنوان دسته‌ای مستقل و «کیفیت زیرساختی» به‌عنوان عامل علی جدید بود. همچنین، مقوله هسته‌ای مدل به «تجربه تعاملی و انگیزشی در چارچوب حکمرانی نرم» تغییر یافت تا هماهنگی بیشتری با لایه‌های مختلف تحلیلی و پیشنهادات خبرگان داشته باشد. این فرایند، بنیان نظری مدل مفهومی را از سطح برداشت‌های فردی فراتر برده و به سطحی از اجماع تخصصی ارتقاء داد.

ادغام یافته‌ها و تدوین مدل مفهومی

پس از تحلیل مستقل داده‌های کمی، کیفی، و دلفی، رویکرد تلفیقی یا تثلیثی برای هم‌نهادسازی یافته‌ها به‌کار گرفته شد. این فرایند، در سه گام کلیدی سامان یافت:

الف. تحلیل مستقل

در ابتدا، یافته‌های کمی (تحلیل توصیفی و مقایسه‌ای مؤلفه‌ها میان سه گروه پاسخ‌دهنده) و تحلیل کیفی (استخراج مضامین در سه سطح علی، مداخله‌گر، و پیامدی) به‌صورت مجزا بررسی شدند. تحلیل دلفی نیز به‌عنوان فرآیندی مکمل برای بازبینی و تثبیت مفاهیم کلیدی عمل کرد.

ب. مقایسه تطبیقی داده‌ها

در این گام، هم‌پوشانی‌ها و واگرایی‌های میان سه منبع داده مشخص شد. برای مثال، مؤلفه «اصالت مکانی» که در داده‌های پرسشنامه‌ای مغفول مانده بود، در داده‌های کیفی با بسامد بالا ظاهر شد و در دلفی به رسمیت شناخته شد. همچنین، مؤلفه «طراحی تعاملی» که در داده‌های کمی ضعیف ظاهر شده بود، در تحلیل کیفی به‌عنوان مقوله محوری و در دلفی به‌عنوان هسته مدل نهایی تثبیت شد.

پ. تلفیق نهایی و شکل‌گیری مدل مفهومی

در گام پایانی تحلیل تثلیثی، چارچوب نهایی پژوهش با بهره‌گیری از منطق بین‌رشته‌ای، یافته‌های میدانی (کمی و کیفی) و اعتبارسنجی دلفی تدوین شد. در این مدل، مؤلفه‌های کلیدی در چهار سطح مفهومی شامل عوامل علی، مداخله‌گر، پیامدی و الزامات نهادی سازمان یافته‌اند.

این ساختار، از پیوند و هم‌افزایی میان داده‌های سه‌گانه به‌دست‌آمده؛ به‌گونه‌ای که تحلیل‌های آماری، مضامین کیفی، و اجماع نظری خبرگان، به تبیین هم‌زمان بسترها، سازوکارها و پیامدهای به‌کارگیری بازی‌وارسازی در مدیریت گردشگری پایدار در بافت تاریخی کمک کردند.

در مجموع، فرایند تلفیق داده‌ها نه‌تنها موجب عمق‌بخشی به مفاهیم کلیدی شد، بلکه با عبور از محدودیت‌های روش‌های تک‌ساحتی، بنیان طراحی چارچوبی بومی‌شده را فراهم کرد. مدل مفهومی نهایی، حاصل این فرایند ترکیبی است که در بخش بعدی به تفصیل ارائه و تفسیر خواهد شد. در ادامه، مدل مفهومی نهایی پژوهش که بر مبنای این تلفیق داده‌ها شکل گرفته، ارائه خواهد شد (شکل ۱).

بحث

این پژوهش با بهره‌گیری از تحلیل‌های کمی و کیفی همراه با اعتبارسنجی دلفی، چارچوبی مفهومی برای بازی‌وارسازی گردشگری پایدار طراحی کرده است.

عوامل علی: انگیزش، هویت، و مشارکت

در این سطح، مؤلفه‌هایی چون انگیزش درونی گردشگر، هویت مکانی، ارزش‌های فرهنگی، کیفیت زیرساختی، و مشارکت انسانی شناسایی شدند. یافته‌ها نشان دادند که تجربه تعاملی زمانی معنا می‌یابد که عناصر فرهنگی، خاطره‌انگیز و تاریخی، با روایت‌پردازی و فناوری در هم آمیخته باشند.

این تحلیل با ادبیات «تجربه‌محوری» در گردشگری شهری (Pine & Gilmore, 1999; Sangamuang, Phongsuphap & Rungsawang, 2025) و مفهوم «گردشگری روایت‌محور» (Mehmetoglu & Engen, 2011; Martusciello, Rossi, & Romano, 2025) هم‌راستا است که بر اهمیت معناسازی فردی بر بستر روایت تأکید دارند. همچنین با نظریه خود انگیزش (Ryan & Deci, 2000) در مورد انگیزش درونی و نیاز به خودمختاری، پیوستگی و شایستگی مرتبط است. به‌علاوه، ادبیات طراحی بازی‌وار گردشگری (Werbach & Hunter, 2012; Xu et al., 2017) تأکید می‌کند که پیوند با هویت محلی و زمینه فرهنگی، یکی از پیش‌نیازهای موفقیت مداخله‌های گیمیفیکیشن است.

عوامل مداخله‌گر: فناوری، طراحی و زمینه

این دسته شامل مؤلفه‌هایی نظیر طراحی نوآورانه، استفاده از فناوری واقعیت افزوده، اپلیکیشن‌های موقعیت‌محور، مشارکت کنشگران محلی و چالش‌های بستر اجرایی است. یافته‌ها نشان دادند که موفقیت بازی‌وارسازی، مستلزم تعاملی پویا میان طراحی تجربه، بستر تکنولوژیک و بافت اجتماعی است.

مطالعات پیشین نیز این تعامل را مؤلفه‌ای کلیدی در پیاده‌سازی مؤثر فناوری‌های تجربه‌محور دانسته‌اند (tom Dieck & Jung, 2017). همچنین، در حوزه «طراحی مشارکتی شهری»، نظریه‌هایی مانند مشارکت ذی‌نفعان در تجربه کاربر (Gehl, 2011; Sanders & Stappers, 2008) بر لزوم درگیرسازی کاربران نهایی در فرایند طراحی تأکید دارند. یافته‌های این پژوهش این نکته را تقویت می‌کنند که بازی‌وارسازی موفق، نه‌تنها به ابزارهای فناورانه بلکه به پذیرش اجتماعی و طراحی انطباق‌پذیر نیاز دارد.

عوامل پیامدی: تجربه پایدار و اقتصاد تعاملی

پیامدهای شناسایی‌شده شامل تقویت رضایت گردشگر، تبلیغات توصیه‌ای (دهان به دهان)، افزایش تعامل اجتماعی، ارتقای تجربه معنادار، و خلق درآمد محلی بوده و درک از اصالت مقصد گردشگری را افزایش می‌دهد. بازی‌وارسازی به‌عنوان سازوکاری برای ایجاد جریان پایدار گردشگر و مدیریت ترافیک انسانی در بافت‌های تاریخی عمل می‌کند. این نتایج با مفهوم «اقتصاد تجربه» (Pine & Gilmore, 1999; Sangamuang et al., 2025; Zhu, Io, Hall, Ngan, & Peralta, 2024) و نظریه‌های مربوط به تکرارپذیری تجربه و تعامل انگیزشی هم‌راستا هستند. همچنین با پژوهش‌هایی مانند (Tussyadiah, 2014) که به اثربخشی فناوری‌های تعاملی در ارتقای کیفیت تجربه گردشگر پرداخته، هماهنگی دارد. از این منظر، بازی‌وارسازی نه‌فقط یک ابزار سرگرمی، بلکه مکانیزمی برای مدیریت فرهنگی-اقتصادی مقصد به‌شمار می‌آید.

الزامات زمینه‌ای: حکمرانی نرم و نهادسازی

دسته چهارم شامل مؤلفه‌هایی چون سیاست‌گذاری یکپارچه، حکمرانی نرم، آموزش نهادی، و مدیریت هوشمند است. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که در نبود زیرساخت نهادی و سیاست‌گذاری سازگار، مداخله‌های فناورانه یا فرهنگی در حوزه گردشگری پایدار به موفقیت نمی‌رسند. این یافته‌ها در امتداد نظریه «حکمرانی مشارکتی» (Kooiman, 2003; Jessop, 2002) قابل تحلیل‌اند که بر جایگزینی مکانیسم‌های کنترل متمرکز با سازوکارهای اقتناع، مشارکت و تعامل چند سطحی در مدیریت شهری تأکید دارند. مدیریت گردشگری، به‌ویژه در بافت‌های تاریخی حساس، نیازمند ظرفیت‌سازی نهادی، هدایت نرم فرآیندها و همراستاسازی ذی‌نفعان در مقیاس شهری است.

جمع‌بندی و معرفی مدل مفهومی نهایی پژوهش

با تلفیق نظام‌مند یافته‌های میدانی، تحلیل‌های کمی و کیفی، و اجماع نظری حاصل از فرایند دلفی تخصصی، مدل مفهومی نهایی این پژوهش طراحی شده است. این مدل با عنوان «تجربه تعاملی و انگیزشی در چارچوب حکمرانی نرم» بر هم‌نشینی و پیوند سه‌گانه‌ی تجربه انسانی، زمینه فرهنگی مکان، و ابزارهای دیجیتال تأکید دارد. در مقابل رویکردهای صرفاً فناورانه، این چارچوب مداخلات بازی‌وارسازی را با بستر اجتماعی، فرهنگی و نهادی بافت تاریخی هم‌راستا می‌کند تا تجربه‌ای معنادار و پایدار خلق شود. مدل در چهار سطح علی، مداخله‌گر، پیامدی و الزامات زمینه‌ای سازمان‌دهی شده که امکان تحلیل دقیق و چندلایه مؤلفه‌ها را فراهم می‌آورد و به‌عنوان چارچوبی بومی، می‌تواند به الگویی قابل اقتباس برای سایر شهرهای تاریخی تبدیل شود. در ادامه، شکل ۱ ساختار گرافیکی مدل و جایگاه مفهومی مؤلفه‌ها را نشان می‌دهد.



شکل ۱- مدل مفهومی نهایی پژوهش: تجربه تعاملی و انگیزشی در چارچوب حکمرانی نرم

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی یک مدل مفهومی بومی برای ادغام مؤلفه‌های بازی‌وارسازی در مدیریت گردشگری پایدار بافت‌های تاریخی، با تمرکز بر شهر همدان، انجام شد. این هدف از طریق تلفیق داده‌های کمی (گردآوری‌شده از ۳۸۴ نفر از ساکنان، گردشگران داخلی و خارجی)، داده‌های کیفی (مصاحبه با خبرگان حوزه‌های طراحی شهری، گردشگری و فناوری)، و اجماع نظری حاصل از سه مرحله دلفی تحقیق یافته است.

مدل مفهومی حاصل از این فرایند، در چهار سطح علی، مداخله‌گر، پیامدی و نهادی سازمان یافته است و مقوله هسته‌ای «خلق تجربه تعاملی و انگیزشی در بستر طراحی مشارکتی و حکمرانی نرم» را به‌عنوان بنیان نظری و عملی خود معرفی می‌کند. این مدل، با اتکا بر ترکیب روایت‌محوری، طراحی تعاملی، فناوری‌های مکان‌محور و مشارکت کنشگران محلی، رویکردی چندبعدی برای هدایت رفتار گردشگر، افزایش درگیری ذهنی-عاطفی با فضا، و توانمندسازی نظام مدیریت مقصد در بافت‌های تاریخی پیشنهاد می‌دهد.

از نظر نظری، پژوهش با پیوند دادن مفاهیم کلیدی در حوزه‌های انگیزش (نظریه خودتعیینی)، تجربه گردشگر (اقتصاد تجربه)، فناوری تعاملی (واقعیت افزوده، اینترنت اشیا)، و حکمرانی شهری، چارچوبی میان‌رشته‌ای ارائه داده است که ظرفیت آن برای انطباق با بافت‌های تاریخی در جهان جنوب برجسته است. از منظر روش‌شناسی، طراحی چندمرحله‌ای، تحلیل تطبیقی داده‌ها، و تلفیق لایه‌های مفهومی مختلف، الگویی معتبر برای توسعه مدل‌های مفهومی داده‌محور در حوزه برنامه‌ریزی شهری و طراحی تجربه فراهم می‌سازد. در نهایت، یافته‌های این پژوهش تأکید می‌کنند که بازی‌وارسازی، تنها زمانی در بافت‌های تاریخی معنا و کارایی می‌یابد که نه به‌عنوان ابزار صرفاً فناورانه یا سرگرمی، بلکه به‌عنوان یک راهبرد میان‌رشته‌ای برای ارتقای معنا، هویت، تعامل و حکمرانی در فضای شهری طراحی و پیاده‌سازی شود.

پیشنهاد‌های کاربردی

برای سیاست‌گذاران و مدیران شهری:

اجرای چارچوب ارائه‌شده در سیاست‌گذاری‌های گردشگری شهری، به‌ویژه در مدیریت جریان گردشگران در بافت‌های تاریخی، می‌تواند موجب خلق تجربه‌های تعاملی، هدایت‌شده و پایدار شود. حمایت از نهادسازی و هماهنگی بین‌بخشی برای تحقق حکمرانی نرم از اولویت‌های اساسی است.

برای طراحان شهری و توسعه‌دهندگان فناوری:

ترکیب روایت‌محوری، فناوری واقعیت افزوده و مکان‌مندی در طراحی مسیرهای بازی‌وار، راهکاری نوآورانه برای جذب و حفظ گردشگران فراهم می‌کند. همچنین، مشارکت فعال ذی‌نفعان محلی در فرایند طراحی، کلید موفقیت اجرای پروژه‌هاست. برای پژوهشگران آینده:

امکان آزمون و توسعه چارچوب پیشنهادی در بافت‌های تاریخی دیگر و شهرهای مشابه فراهم است. همچنین، پژوهش‌های آتی می‌توانند با تمرکز بر سنجش تجربی پیامدهای بازی‌وارسازی، عمق و گستره کاربرد مدل را تعمیق بخشند.

محدودیت‌های پژوهش

با وجود طراحی چندلایه و زمینه‌محور پژوهش، چند محدودیت قابل توجه وجود دارد. تمرکز بر بافت تاریخی شهر همدان، اگرچه انسجام بومی و دقت تحلیل را تقویت کرده است، اما تعمیم‌پذیری نتایج به سایر شهرها و بافت‌های تاریخی را باید با احتیاط در نظر گرفت. همچنین، به دلیل فقدان زیرساخت‌ها و بسترهای فناوری لازم برای پیاده‌سازی اجزای بازی‌وارسازی در مقیاس شهری، امکان آزمون میدانی مدل نهایی فراهم نشد. علاوه بر این، نبود مفهوم بازی‌وارسازی در گفتمان فارسی و تفاوت در درک برخی پاسخ‌دهندگان ممکن است بر تفسیر داده‌ها تأثیر گذاشته باشد.

References

- Boivin, M., & Tanguay, G. A. (2018). *How Urban Sustainable Development Can Improve Tourism Attractiveness: The case of Québec City and Bordeaux*. *Ara: Journal of Tourism Research*, 8(2). [doi:10.1344/ara.v8i2.27144](https://doi.org/10.1344/ara.v8i2.27144)
- Buhalis, D., Amaranggana, A., & Zhang, H. (2019). *Smart tourism: A state of the art*. *Journal of Tourism Futures*, 5(3), 191- 210. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2018-0052>
- Chen, W., Li, T., & Zhang, Y. (2025). *Embodied cognition model for museum gamification cultural heritage communication: a grounded theory study*. *npj Heritage Science*, 13, 239. [10.1038/s40494-025-01821-9](https://doi.org/10.1038/s40494-025-01821-9)
- Chen, Y., Wang, X., Le, B., & Wang, L. (2024). *Why people use augmented reality in heritage museums: A socio-technical perspective*. *Heritage Science*, 12(1), 108. <https://doi.org/10.1186/s40494-024-01217-1>
- Chou, Y.-K. (2015). *Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards*. Fremont, CA: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Chuang, C.-M. (2023). *The conceptualization of smart tourism service platforms: A sustainable service ecosystem framework*. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, 367. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01867-9>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). *From game design elements to gamefulness: Defining "gamification"*. In *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference* (pp. 9- 15). <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Gehl, J. (2010). *Cities for people*. Island Press.
- Green, G. (2023). *Augmenting heritage: An open-source multiplatform AR application*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2310.13700>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). *Smart tourism: Foundations and developments*. *Electronic Markets*, 25, 179- 188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Jessop, B. (2002). *Liberalism, Neoliberalism, and Urban Governance: A State- Theoretical Perspective*, Wiley, Volume34, Issue3. <https://doi.org/10.1111/1467-8330.00250>
- Jiang, X., Zhang, Y., Li, W., & Wang, M. (2025). *Bibliometric analysis of immersive technologies for cultural heritage*. *npj Heritage Science*, 10(1), 74. <https://doi.org/10.1038/s40494-025-01704-z>
- Koivisto, J., & Hamari, J. (2019). *The rise of motivational information systems: A review of gamification research*. *International Journal of Information Management*, 45, 191- 210. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.013>
- Kooiman, J. (۲۰۰۳). *Governing as Governance*. Sage Publications.
- Malik, G., Sharma, P., & Pradhan, D. (2024). *Leveraging gamification for tourism marketing activities: Toward a comprehensive conceptual model*. *Journal of Vacation Marketing*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/13567667241268725>

- Martusciello, C., Rossi, M., & Romano, F. (2025). *Reference architecture for gamified augmented reality cultural heritage applications: Integrating narrative design, learning theories, and interactive storytelling*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2506.04090>
- Martusciello, F., Muccini, H., & Bucchiarone, A. (2025). *A Reference Architecture for Gamified Cultural Heritage Applications Leveraging Generative AI and Augmented Reality*. arXiv preprint. [10.48550/arXiv.2506.04090](https://arxiv.org/abs/2506.04090)
- Mehmetoglu, Mehmet & Engen, Marit. (2011). *Pine and Gilmore's Concept of Experience Economy and Its Dimensions: An Empirical Examination in Tourism*. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism. 12. 237-255. [10.1080/1528008X.2011.541847](https://doi.org/10.1080/1528008X.2011.541847).
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). *Smart technologies for personalized experiences: A case study in the hospitality domain*. *Electronic Markets*, 25(3), 243- 254. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0182-1>
- OECD. (2020). *The Future of Tourism: Leveraging Digitalization for Sustainable Development*. OECD Publishing.
- Wilk Oliveira & Juho Hamari (2025). *Flow Experience in Gameful Approaches: A Systematic Literature Review, Scientometric Analysis, and Research Agenda*, *International Journal of Human-Computer Interaction*, DOI: [10.1080/10447318.2025.2470279](https://doi.org/10.1080/10447318.2025.2470279)
- Pallasmaa, J. (2005). *The eyes of the skin: Architecture and the senses* (2nd ed.). Wiley.
- Pradhan, D., Malik, G., & Vishwakarma, P. (2023). *Gamification in tourism research: A systematic review, current insights, and future research avenues*. *Journal of Vacation Marketing*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/13567667231188879>
- Pasca, M. G., Renzi, M. F., Di Pietro, L., & Guglielmetti Mugion, R. (2021). *Gamification in tourism and hospitality research in the era of digital platforms: a systematic literature review*. *Journal of Service Theory and Practice*, 31(5), 691- 737. <https://doi.org/10.1108/JSTP-05-2020-0094>
- Pine, B., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Rogerson, Christian & Rogerson, Jayne. (2019). *Tourism, Local economic Development and inclusion: Evidence from overstrand local municipality, South Africa*. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 25. 293-308. [10.30892/gtg.25202-360](https://doi.org/10.30892/gtg.25202-360).
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. *American Psychologist*, 55(1), 68- 78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Sangamuang, S., Phongsuphap, S., & Rungsawang, A. (2025). *Gamification in Virtual Reality Museums: Effects on Hedonic and Eudaimonic Experiences in Cultural Heritage Learning*. *Informatics*, 12(1), 27. [10.3390/informatics12010027](https://doi.org/10.3390/informatics12010027)
- Sigala, M. (2015). *Gamification for crowdsourcing marketing practices: Applications and benefits in tourism*. In *Marketing in tourism* (pp. 129- 144). Springer.
- Stylos, N., & Vassiliadis, C. A. (2025). *Gamification design: Toward developing image perception scales for Generation Z consumers*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 37(5), 1516–1533. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2022-1616>

- tom Dieck, M. C., & Jung, T. H. (2017). *Value of augmented reality at cultural heritage sites: A stakeholder approach*. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(2), 110- 117. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.03.002>
- Tussyadiah, I. P. (2014). *Expectancy theory of motivation and gamification for consumer travel behavior*. In Z. Xiang & I. Tussyadiah (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2014* (pp. 244–255). Springer.
- UN Tourism (World Tourism Organization). (2024). *Quantifying tourism in city destinations – Towards a better understanding of urban tourism*. Madrid: UN Tourism. <https://doi.org/10.18111/9789284425341>
- Wang, Y., Chen, X., & Li, Q. (2024). *Grand challenges in immersive technologies for cultural heritage*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2412.02853>
- World Economic Forum. (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/reports/travel-tourism-development-index-2024>
- Xu, F., Weber, J., & Buhalis, D. (2013). *Gamification in tourism*. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2013* (pp. 525- 535). Springer.
- Xu, F., Buhalis, D., & Weber, J. (2017). *Serious games and the gamification of tourism*. *Tourism Management*, 60, 244- 256. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.020>
- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2019). *New realities: A systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research*. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2056- 2081. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1417359>
- Zhu, C., Io, M. U., Hall, C. M., Ngan, H. F. B., & Peralta, R. L. (2024). *Exploring the influence of augmented reality on tourist word-of-mouth through the lens of museum tourism*. *Journal of Heritage Tourism*, 20(1), 78–91. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2024.2393102>