




## Analysis of the role of tourist attractions in creating 15-minute cities The subject of study: the scope of the historical context of Urmia

Asghar Abedini <sup>a</sup>✉, Fereydoun Naghibi <sup>a</sup>, Hanieh Hasani <sup>a</sup>, Mona Jabari Farrokhi <sup>a</sup>, Reza Yeganeh <sup>a</sup>

<sup>a</sup> Department of Urban Planning, Urmia University, Urmia, Iran  
(Corresponding Author) Email: [as.abedini@urmia.ac.ir](mailto:as.abedini@urmia.ac.ir)

### ARTICLE INFO

#### Keywords:

Tourist attractions,  
15-minute cities,  
Historical context,  
Urmia city,  
Confirmatory factor  
analysis,  
Amos software

#### Article History:

Received:

28 August 2022

Received in revised form:

30 October 2022

Accepted:

6 January 2023

Available online:


9 January 2023

pp. 105-119

### ABSTRACT

The 15-minute approach, called the 15- or 20-minute city, seems to be a popular model for neighbourhood spatial organization, as well as the big city. The implementation of 15-minute city policies is one of the new and effective ways to reduce congestion and pollution; Since these works are always attracting tourist trips, the implementation of the 15-minute city policies can have a direct relationship with the tourism boom; In other words, the results of implementing the 15-minute city policies along with other regeneration plans will help the city to become a tourist destination; Because the environment free from congestion and pollution provides the basis for preserving the natural and historical heritage as well as displaying them as much as possible. The category of spending leisure time is directly related to tourism, a city with a healthy and calm community, with identity and creativity, is where many people tend to spend their free time, and 15-minute cities can create such a possibility at a high level. This paper tries to evaluate if and how tourist attractions affect the creation of cities or 15-minute neighbourhoods. According to the purpose of the research, firstly, indicators and components influencing this issue were collected in different economic, social and physical dimensions, and 14 criteria related to the city or 15-minute neighbourhood related to these dimensions were identified from the theoretical basis of the research. To analyze the data, using confirmatory factor analysis, the types of effective factors have been identified and leveled, and economic dimensions, then social, and physical attractions have had the greatest impact on the creation of 15-minute cities.

**Citation:** Abedini, A., Naghibi, F., Hasani, H., Jabari Farrokhi, M., & Yeganeh, R. (2022). Analysis of the role of tourist attractions in creating 15-minute cities The subject of study: the scope of the historical context of Urmia. *Journal of Urban Tourism*, 9 (4), 105-119.

 <http://doi.org/10.22059/JUT.2022.333651.974>



© The Author(s)

Publisher: University of Tehran Press

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

## Extended Abstract

### Introduction

Citizens of today's cities, while they have a great need for time and speed management, face problems in meeting these needs due to the accumulation of population and, therefore, traffic. The concentration of commercial and service centres in cities and their lack of an efficient transportation system (not necessarily up-to-date vehicles) can be one of the main reasons for wasting time and reducing the speed of access; In addition, the emergence of the Covid-19 pandemic showed how concentration, accumulation and accumulation could cause the epidemic to intensify and increase the possibility of infection; In such a situation, the need for ease of access and more efficient placement of uses and functions becomes more apparent, and this is the goal that the theory of 15 [20] minute cities or localities is looking for. When we look at the centres of accumulation and gathering of towns in the following cases, it turns out that in many of them, this is the central and historical core of the city, which despite all the potential attractions and also the high and inevitably fragile semantic load, It bears the burden of hosting the mass of citizens; Areas of the cities that have a memory of the self-sufficiency of neighbourhoods and pedestrians; From the eclecticism of the above, we can find a way through which, in addition to decentralization and implementing the guidelines of the 15-minute city, it is possible to touch the attractions of the historical core of the cities in the field of tourism and take advantage of their potential talent in the plain—availability of services, provision of

### Construction

Research method: The current type of research is applied, and its investigation method is descriptive-analytical based on library and survey information collection. First, the necessary information was collected by using various sources in the research topic field. Then, questionnaires and interviews were used to collect information about the statistical population. The tools for managing data are

questionnaires, survey methods, library and documentary studies, and field observations. The statistical population of the historical context of Urmia city was selected using a simple random sampling method from the entire population and the Cochran model.

According to the purpose of the research, firstly, the indicators and components affecting this issue were collected in different economic, social and physical dimensions, and 14 criteria related to the city or 15-minute neighbourhood related to these dimensions were identified from the theoretical bases of the research. The types of influential factors were determined and ranked to analyze the data using confirmatory factor analysis.

### Discussion and findings

During the research, the service, historical and attractive travel points of the historical core of Urmia city were determined and then, using the confirmatory factor analysis method, their influence on the creation of a 15-minute city was measured in the economic, physical and social dimensions. The findings after the examination are as follows: In the economic size, there are nine items - local economy, the capabilities of the historical context (city branding), the number of jobs, the number of informal employment, the level of access to commercial service centres, transportation, business prosperity, facilities accommodation, medical facilities - were investigated as influential variables in the category of tourism and 15-minute city; Based on this, the results show that the prosperity of trade within the historical context of Urmia city has the most significant impact on the capital of tourism by being placed in the first place, the influence of informal businesses and at the same time the second non-violent issue, the issues of transportation And the local economy ranks 3rd and 4th, the level of access to service-commercial centres, accommodation and medical facilities, and the ability to brand the city are in the following ranks. In the physical aspect of the legibility of the environment in the historical context of the town of Urmia and

the 22 Bahman School, the most influential physical factor in the development of tourism in the context is State Square and its surrounding buildings, Imam Street, Sardar Mosque, Lotf Ali Khan Mosque, urban furniture, Minaret Mosque and Hedayat School. Green space, Khayyam street, the market complex and public spaces are all objects that can play an influential role in the tourism boom in the historical context of Urmia. In the social dimension of memory-making with the highest score in the first rank, the presence of the art department in the second historical context, the high degree of freedom in the third historical context, the fact of itinerant musicians in the fourth, and the presence of cinema in the fifth context, the level of sense of security in the sixth context, The importance of cooperation in the seventh context is the level of identity, the level of face-to-face communication is the ninth, the sense of belonging is the tenth. The prevalence of street food is the eleventh.

### **Conclusion**

the historical context of Urmia city, due to its tourism potential and its historical record in meeting the needs of citizens in a short period, can be an influential part of Urmia city as a tourist area and at the same time, 15 minutes to bloom; To some extent, the historical context of Urmia can be introduced as a region in itself and related to the surroundings, because the variety of uses - exceptionally compatible uses - has caused the daily, weekly and even longer-term needs of the residents to be quickly

and cost-effectively met. to be resolved in a bit of while; Also, in addition to having an organic network of pedestrian walkways, this area also has a relatively efficient public transportation network, therefore, from this point of view, the mentioned context also has a high potential in terms of reducing the time of passing and travelling and at the same time increasing it. It is touristic; The significant historical physical elements in the area all have a relative potential in the matter of tourism, and by increasing their potential in the case of the 15-minute neighbourhood, the inherent role of the mentioned elements in the said matter can be taken advantage of. From the point of view of social dimensions, it can be said that the high level of memory creation in the current authentic context, if the 15-minute city policies are implemented in it, can increase its originality by driving out the crowd and chaos and for the residents and along It is an inspiration for tourists.

### **Funding**

There is no funding support.

### **Authors' Contribution**

All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

### **Conflict of Interest**

Authors declared no conflict of interest.

### **Acknowledgments**

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



## تحلیل نقش جاذبه‌های گردشگری در ایجاد شهرهای ۱۵ دقیقه‌ای مطالعه موردی: محدوده بافت تاریخی ارومیه

اصغر عابدینی<sup>۱</sup>✉، فریدون نقیبی<sup>۲</sup>، هانیه حسنی<sup>۳</sup>، مونا جباری فرخی<sup>۴</sup>، رضا یگانه<sup>۵</sup>

۱- نویسنده مسئول، گروه شهرسازی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. Email: as.abedini@urmia.ac.ir

۲- گروه شهرسازی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

۳- گروه شهرسازی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

۴- گروه شهرسازی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

۵- گروه شهرسازی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

### چکیده

### اطلاعات مقاله

رویکرد ۱۵ دقیقه‌ای که به آن شهر ۱۵ یا ۲۰ دقیقه‌ای گفته می‌شود، به نظر می‌رسد یک مدل محبوب برای سازمان فضایی محله، و همچنین شهر بزرگ باشد. اجرای سیاست‌های شهر ۱۵ دقیقه‌ای یکی از روش‌های جدید و تأثیرگذار در کاهش انباشتگی و آلودگی است؛ از آنجایی که این آثار همواره جاذب سفرهای گردشگری هستند اجرای سیاست‌های شهر ۱۵ دقیقه‌ای می‌تواند ارتباط مستقیم بارونق گردشگری داشته باشد؛ به عبارتی نتایج حاصل از اجرای سیاست‌های شهر ۱۵ دقیقه‌ای در کنار سایر طرح‌های بازآفرینی به شهر کمک می‌کند تا به مقصد گردشگران تبدیل شود؛ چراکه فضای فاقد ازدحام و آلودگی بستر را برای حفظ میراث طبیعی و تاریخی و نیز نمایش هرچه مطلوب‌تر آن‌ها فراهم می‌کند. مقوله گذراندن اوقات فراغت در ارتباط مستقیم با گردشگری قرار دارد، شهری با اجتماع سالم و آرام، با هویت و خلاق همان جایی است که بسیاری از انسان‌ها برای گذران اوقات فراغت به آن گرایش دارند و شهرهای ۱۵ دقیقه‌ای توانایی ایجاد چنین امکانی را آن‌هم در سطح بالا دارا هستند. مقاله حاضر تلاش می‌کند تا ارزیابی کند که آیا و چگونه جاذبه‌های گردشگری بر ایجاد شهرها و یا محلات ۱۵ دقیقه‌ای تأثیر می‌گذارند. با توجه به هدف پژوهش ابتدا شاخص‌ها و مؤلفه‌های تأثیرگذار در این موضوع در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و کالبدی جمع‌آوری شد که ۱۴ معیار مربوط به شهر یا محله ۱۵ دقیقه‌ای مرتبط با این ابعاد از مبانی نظری تحقیق شناسایی شده است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی نوع عوامل موثر مشخص و سطح‌بندی شده‌اند که ابعاد اقتصادی، سپس اجتماعی و بعد از آن جاذبه‌های کالبدی بیشترین تأثیر را در ایجاد شهرهای ۱۵ دقیقه‌ای داشته‌اند.

### واژگان کلیدی:

جاذبه‌های گردشگری،  
شهرهای ۱۵ دقیقه‌ای،  
بافت تاریخی،  
شهر ارومیه،  
تحلیل عاملی تأییدی،  
نرم‌افزار آموس.

### تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۶/۰۶

### تاریخ بازنگری:

۱۴۰۱/۰۸/۰۸

### تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۱۰/۱۶

### تاریخ چاپ:

۱۴۰۱/۱۱/۰۹

صص. ۱۰۵-۱۱۹

**استناد:** عابدینی، اصغر؛ نقیبی، فریدون؛ حسنی، هانیه؛ جباری فرخی، مونا و یگانه، رضا. (۱۴۰۱). تحلیل نقش جاذبه‌های گردشگری در ایجاد شهرهای ۱۵ دقیقه‌ای مطالعه موردی: محدوده بافت تاریخی ارومیه. *مجله گردشگری شهری*، ۹ (۴)، ۱۰۵-۱۱۹.



## مقدمه

استاندارد تازه منتشر شده برای برنامه‌ریزی و طراحی منطقه مسکونی شهری در سال ۲۰۱۸ معنای "محله ۱۵ دقیقه‌ای در مقیاس عابر پیاده" را به وضوح تعریف می‌کند. طبق اصل نیازهای اساسی زندگی ساکنان، امکانات در فاصله معقول ۱۵ دقیقه پیاده‌روی اختصاص می‌یابد. در این زمینه، اجرای برنامه‌ریزی "دایره زندگی ۱۵ دقیقه‌ای" شهری ضروری است (Zegin et al, 2019:593). امروزه به نظر می‌رسد که محله به‌طور عمده از طریق چشم‌انداز رفاه شهروندان که از طریق فرآیندهای پایین به بالا پدیدار می‌شوند، پویایی جدیدی به دست می‌آورد. رویکرد ۱۵ دقیقه‌ای که در ادبیات به آن شهر ۱۵ یا ۲۰ دقیقه‌ای یا محله ۱۵ یا ۲۰ دقیقه‌ای گفته می‌شود، به نظر می‌رسد یک مدل نسبتاً محبوب برای سازمان فضایی و عملکردی محله، و همچنین شهر بزرگ باشد. در واقع، به‌تازگی به دلیل بحران پاندمی جهانی کرونا، بهره‌گیری از این مدل شتاب زیادی گرفته است (Pozoukidou & Chatziyiannaki, 2021:1). مجاورت یا حتی به عبارت بهتر هم‌جواری جغرافیایی، به معنای مکان افراد، خدمات و فعالیت‌ها در نزدیکی یکدیگر، یکی از چندین روش اصلی برای دسترسی مردم به فرصت‌های پراکنده فضایی در محیط شهری است (Church et al, 2000). از این رو، استراتژی‌های مجاورت محور، که نسبتاً متفاوت از استراتژی‌های دسترسی محور هستند، دسترسی محلی مردم به طیف گسترده‌ای از امکانات رفاهی مهم برای کیفیت زندگی به‌عنوان یک اصول برنامه‌ریزی فضایی اصلی را معرفی می‌کنند. چنین امکاناتی شامل تسهیلات بهداشتی، پیش‌دبستانی، مدارس، خدمات اجتماعی، خدمات تجاری، امکانات تفریحی، فرهنگی و تفریحی، پارک‌ها و مناطق طبیعی، این فهرست بیشتر نمایشی از جامع بودن است تا جامع بودن واقعی. (Solá & Vilhelmsen, 2019). همه‌گیری کنونی در حال تغییر است و عملکرد فیزیکی و اجتماعی فضا را در شهرهای ما متحول خواهد کرد. بسیاری از مدیران محلی، معماران و برنامه‌ریزان شهری در حال حاضر به دنبال پیشنهادها طرحی جدید هستند که بتوانند توسعه شهری در آینده نزدیک را هدایت کنند. یکی از پیشنهادهایی که بلافاصله توجه عمومی را به خود جلب کرد، «شهر ۱۵ دقیقه‌ای» است که توسط شهردار پاریس، آن هیدالگو پیشنهاد شد و سپس در شهرهای دیگر مانند میلان در سند «استراتژی انطباق میلان ۲۰۲۰» به تصویب رسید. بر اساس این مفهوم، هر محله باید خدمات اساسی و کارکردهای اصلی را برای کار، تأمین، مراقبت، یادگیری و اوقات فراغت در فاصله ۱۵ دقیقه‌ای حرکت آهسته (پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری و غیره) ارائه دهد (Pinto & Akhavan, 2021:371). مزیت این عمل این است که شهرها نه تنها می‌توانند ترافیک ناشی از فعالیت‌های گردشگری، بلکه ترافیک محلی را نیز جذب کنند که در نهایت به بهبود وضعیت اقتصادی آن‌ها از طریق افزایش فرصت‌های شغلی و افزایش جریان درآمد کمک می‌کند و در عین حال روی پیامدهای ناشی از تاب‌آوری سرمایه‌گذاری می‌کنند. (Richards, 2018). علاوه بر این، مفهوم هویت مکان به شهرها در خلق و ایجاد جاذبه‌های جدید کمک می‌کند و در عین حال به سرمایه‌گذاری روی میراث فرهنگی منحصر به فرد آن‌ها در بخش‌های فرهنگ، هنر، آموزش، بهداشت و سایر موارد منجر می‌شود. (Moreno et al, 2021:99). علاوه بر این، Parente خاطر نشان می‌کند که وقتی هویت مکان به‌خوبی ساخته، استقرار و به دست می‌آید، شهرها می‌توانند فرصت‌های تجاری جدیدی را جذب کنند و در درازمدت به بهبود کیفیت زندگی ساکنان خود کمک کنند (Parente, 2015). آنچه در رابطه با مفهوم محله یا شهر ۱۵ دقیقه‌ای اهمیت اساسی دارد ارتباط تنگاتنگ و متقابل آن با مفهوم هویت‌مندی محله و شهر است؛ شهر ۱۵ دقیقه‌ای نه بر اساس خودرو بلکه بر اساس دسترسی‌های غیر موتوری و با مقیاس انسانی شکل می‌گیرد، لذا اهمیت پراکنش عملکردها نه بر اساس دسترسی به معابر اتومبیل‌رو، بلکه بر اساس نزدیکی و تکمیل‌کنندگی هم و متعاقب آن کاهش زمان دسترسی است، چنین مجاورتی حیاتی و ارزشمند، رفته‌رفته سبب

می‌گردد تا حضور انسان‌ها و روابط چهره به چهره و ایجاد خاطره مشترک در فضایی که عموم شهروندان نسبت به آن وابستگی دارند منتج به ایجاد یک حس تعلق به فضایی مشخص و هویت‌مند گردد؛ گردشگری را در عصر حاضر یکی از بزرگ‌ترین منابع درآمد مادی و معنوی می‌توان دانست، محلات و شهرهای ۱۵ دقیقه‌ای از آنجایی که از منظر هویتی و حس تعلق به مکان بسیار غنی می‌باشند می‌توانند به‌عنوان مقصدی برای گروه‌های مختلف گردشگران به‌حساب آیند. غنای هویتی شهرها و محلات ۱۵ دقیقه‌ای را می‌توان در بسط با عملکردهای شش‌گانه شهری (زندگی، کار، تجارت، بهداشت، آموزش، اوقات فراغت) توضیح داد؛ شهر هویت‌مند ۱۵ دقیقه‌ای از منظر زندگی می‌تواند بسیار غنی باشد چراکه سبک زندگی در مکانی با هویت و ارتباطات جمعی چندبعدی، قوام‌یافته‌تر است و این مسئله برای گردشگران جالب‌توجه می‌باشد. یکی از اهداف شهرهای ۱۵ دقیقه‌ای افزایش فضا برای خلاقیت شهروندان است، شهروندی که مایحتاج خود را با صرف حداقل زمان و به‌جا گذاشتن کمترین عارضه روحی، فیزیکی، عصبی و اکولوژیک تهیه می‌کند زمان بیشتری برای خلق کردن دارد و خلق بیشتر سبب افزایش تنوع کار بیشتر و نیز افزایش حضور گردشگران بیشتر برای بهره‌مندی از این خلاقیت می‌شود. شهر ارومیه و به ویژه محدود تاریخی آن دارای عناصر جذاب هویت‌بخش و تاریخی و درعین حال تأثیرگذار در سیر تاریخی زیست انسان‌ها در این شهر می‌باشد، مسجد جامع ارومیه که سنگ بنای آن در دوران سلجوقیان گذاشته شده به‌عنوان یکی از تأثیرگذارترین فضاهای شهری در تاریخ این شهر به‌شمار می‌رود، این مسجد فضای گردهمایی‌های عظیم و عمومی شهروندان در طول قرن‌ها بوده است، قرارگیری بازار شهر در کنار مسجد علاوه بر اینکه بر تأثیرگذاری مسجد جامع تأکید می‌کند خود نیز جایگاه ویژه‌اش را نمایان می‌سازد، این فضا قلب تپنده اقتصاد و جنب‌وجوش شهروندان و پذیرای حضور مسافران به‌خصوص تجار و کشاورزان محصول برداشت کرده بود و امروز نیز گرچه به اندازه تأثیرگذاری قبل اما بازهم پرتدد، به کار خود ادامه می‌دهد، در کنار عناصر یادشده می‌توان به فضاهای کوچک‌تر نظیر مسجد سردار، مسجد آقا علی‌اشرف، مسجد مناره، مدرسه هدایت، حمام اتحادیه و... اشاره کرد که همگی اجزایی از سیستم کلی شهر تا دوران قبل از مواجهه جدی شهر با مدرنیته و مدرنیسم بودند و امروز نیز سرپا و قابل‌استفاده می‌باشند؛ این عناصر زمانی با تکمیل یکدیگر می‌توانستند شهروندان ساکن در خود را تا اندازه زیادی از احتیاج به بیرون معاف گردانند و شهروندان با صرف اندک زمانی به هر آنچه نیاز داشتند دست می‌یافتند؛ این موضوع همان عاملی است که اساس مفهوم شهر ۱۵ دقیقه‌ای بر آن استوار است و گرچه امروز ترافیک و حجم بالای خودروها، همچنین حضور انبوه شهروندان سایر مناطق شهر و حتی شهروندان سایر شهرستان‌ها و کشورهای هم‌جوار این عامل را بسیار کمرنگ کرده است اما به نظر می‌رسد که این محدوده پتانسیل تاریخی تبدیل شدن به یک محله ۱۵ دقیقه‌ای را دارد. در صورت تحقق سیاست‌های شهر ۱۵ دقیقه‌ای در محدود تاریخی شهر ارومیه علاوه بر آنکه بسیاری از مشکلات فعلی محلات آن محدوده رفع می‌گردد، می‌توان از نتایج به‌کارگیری این روش در جهت لمس بیشتر هویت‌بخشی فضاهای تاریخی و ارج نهادن به بیشتر به آن‌ها و متعاقب آن نیز رواج صنعت گردشگری در این محدوده و به‌طور کلی شهر ارومیه بهره برد. مقاله حاضر تلاش می‌کند تا ارزیابی کند که آیا و چگونه جاذبه‌های گردشگری بر ایجاد شهرها و یا محلات ۱۵ دقیقه‌ای تأثیر می‌گذارند.

شاطریان و همکاران (۱۳۹۸)، کریزی و تقدیسی (۱۳۹۷)، زال و همکاران (۱۳۹۶) و اسماعیل‌زاده و یدالله نیا (۱۳۹۵) در مطالعات خود به تأثیرات گردشگری شهری بر کیفیت زندگی و شهر خلاق، تحلیل و بررسی جایگاه، نقش و پیامدهای توسعه گردشگری شهری باهدف آشنایی با ماهیت و فرآیند گردشگری شهری بافت سنتی شهری و نقش آن در توسعه گردشگری میراث فرهنگی و همچنین گردشگری فرهنگی ابزاری برای ارتقا هویت شهری پرداخته‌اند. همچنین کارلوس

مورنو و همکاران (۲۰۲۱)<sup>۱</sup>، زقین لی، جی ژنگ، یوکون ژانگ (۲۰۱۹)<sup>۲</sup> و دایلین ژو (۲۰۱۹)<sup>۳</sup> به شناخت و معرفی شهر ۱۵ دقیقه‌ای پایدار و انعطاف‌پذیری. تأثیرات اقتصادی-اجتماعی بر شهرها در طی بیماری همه‌گیر COVID-19، مطالعه در مورد چیدمان ۱۵ دقیقه‌ای شهر و زندگی اجتماعی در شهر و بررسی قرارگیری امکانات عمومی جامعه را برای دستیابی سریع به این امکانات در ۱۵ دقیقه (۱۵ دقیقه راه رفتن) بررسی می‌کنند و نشان می‌دهد که در حال حاضر برنامه‌ریزی ۱۵ دقیقه‌ای در جامعه به‌طور فعال در حال انجام است. با توجه به پیشینه پژوهش مقالات داخلی و خارجی مشابه این موضوع وجود ندارد و در پیشینه پژوهش‌های نزدیک به موضوع اشاره شده است که این نشان از نوآوری موضوع پژوهش در زمینه گردشگری و شهر ۱۵ دقیقه‌ای می‌باشد.

## مبانی نظری

### گردشگری

مفهوم گردشگری شهری از دهه ۱۹۸۰ وارد فهرست تحقیقات شده است. نواحی شهری به دلیل آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند، اغلب مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. چون شهرها جاذبه‌های متنوع و بزرگی از قبیل موزه‌ها، بناهای یادبود، تئاترها، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی‌ها، مراکز خرید، و مناطقی که معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور را دارند و از سوی دیگر به دلیل پایین بودن هزینه و زمان جابه‌جایی برای دستیابی به مقاصد گردشگری، باعث جذب گردشگران می‌شوند. (حاتمی نژاد و شریفی، ۱۳۹۴: ۶۴).

گردشگری شهری چون با نیازهای فراغتی در درون شهر و محیط پیرامون شهر به‌صورت مستمر و پایدار در ارتباط است، بخش جدایی‌ناپذیر خدمات شهری چندوجهی موردنیاز شهروندان دائم و غیر دائم شهری را تشکیل می‌دهد و علاوه بر این با ارزش‌های محیطی، میراث فرهنگی و تاریخی هر شهر ارتباطی تنگاتنگ دارد بنابراین گردشگری شهری که امروزه با فرهنگ و هویت شهرها پیوند خورده است، به علت نزدیکی با مقوله شهر و زندگی جوامع شهری، علاوه بر اهمیت از حساسیت بالایی برخوردار است. از این‌رو نیازمند راهبردها و رویکردی است که بتواند از بیشترین ظرفیت آن استفاده کند و این صنعت را در نیل به اهدافش یاری رساند (معمدی و همکاران، ۱۴۰۰: ۷۷).

### معرفی مفهوم شهر ۱۵ دقیقه‌ای

مفهوم شهر ۱۵ دقیقه‌ای جدید نیست مطالعات قبلی بسیاری بوده و می‌توان آن‌ها را به دو موضوع اصلی پژوهشی تقسیم کرد: مفهوم واحد همسایگی و دسترسی. کلارنس پری مفهوم واحد همسایگی را به‌عنوان یک واحد ساختاری شهری منظم در اوایل دهه ۱۹۲۰ معرفی کرد. در واقع، او تأکید کرد که چگونه واحد محله هم بخشی از یک کل بزرگ‌تر (شهر) و هم یک موجود متمایز به‌خودی‌خود (یک هسته) است. طرح فضایی پیشنهادی برای واحد (پری، ۱۹۲۹) قبلاً استانداردهای طراحی را تعریف کرده بود که شامل عوامل ابعادی (به‌عنوان مثال، تراکم جمعیت ۱۰٪، فضای تفریحی و پارک) و امکانات کاربردی (مانند مغازه‌ها، مدرسه، مناطق سبز، مرکز اجتماعی) بود. بعد، در ساختار سنتی خود، طرح پری به‌شدت توسط شهرسازی جدید پذیرفته شده است. واحدهای مسکونی به‌طور ارگانیک به هسته‌های عملکردی متصل می‌شوند تا مسافت پیاده‌روی را به حداقل برسانند. علاوه بر این، منطقه مرکزی با کاربری‌های مختلط و تراکم‌های

1. Carlos Moreno, Zaheer Allam, Didier Chabaud, Catherine Gall and Florent Pratloug

2. Zeqin Li, Jie Zheng, Yukun Zhang

3. DailinZHou

متفاوت در چند دقیقه پیاده‌روی مشخص می‌شود. مدل شهرهای ۱۵ دقیقه‌ای را می‌توان مکمل مدل TOD<sup>۱</sup> یا قابل تطبیق با مفهوم شهرهای آهسته اخیر در نظر گرفت (Caselli et al, 2021:347). استاندارد تازه برنامه‌ریزی و طراحی منطقه مسکونی شهری در سال ۲۰۱۸ به‌وضوح معنی "محله ۱۵ دقیقه‌ای در مقیاس عابر پیاده" را تعریف می‌کند (Zegin et al, 2019:593). این مفهوم به‌عنوان یک طرح ثابت عمل نمی‌کند، بلکه چارچوبی از ایده‌ها و اصول را ارائه می‌دهد و باید در زمینه‌های فرامحلی و اجتماعی\_سیاسی مختلف شهری اعمال شود. همه ساکنان شهری - ساکن در مرکز یا حومه شهر - باید به خدمات ضروری دسترسی داشته باشند. برای دستیابی به این امر عوامل ذکر شده در زیر نیاز است: عدم تمرکز فضایی گسترده، دگرگونی زیرساخت‌های موجود، توسعه خدمات جدید برای هر محله، تبدیل خیابان‌ها به مسیرهای دوچرخه، سواری و مناطق عابر پیاده، مدل‌های اقتصادی جدید که مشاغل محلی را جذب می‌کند (TUMI Management, 2021:1). از ویژگی‌های شهر ۱۵ دقیقه‌ای ایجاد دسترسی برابر به امکانات و فرصت‌ها، تعامل اجتماعی محلی، مشارکت در فعالیت‌های محلی ثبات جامعه، غرور در مکان، احساس تعلق و احساس امنیت، دسترسی به مسکن ارزان قیمت با کیفیت، گزینه‌های حمل‌ونقل مقرون‌به‌صرفه، فرصت‌های برابر برای اشتغال و آموزش و حق داشتن یک زندگی سالم، فرصت ایجاد تعاملات همسایگی را می‌توان نام برد. ایجاد مکان‌های عمومی، مانند پیاده‌روها و فضاهای باز که باعث ایجاد حس ارتباط و آشنایی مشارکت افراد در این شهرها می‌شود (Pozoukidou & Chatziyiannaki, 2021:25). در مفهوم "۱۵ دقیقه‌ای" فعلی، مورنو طور موثر شش عملکرد اجتماعی اساسی شهری را برای حفظ یک زندگی شهری مناسب وجود دارد. این موارد عبارت‌اند از: (a) زندگی، (b) کار، (c) تجارت، (d) مراقبت‌های بهداشتی، (e) آموزش و (f) سرگرمی، چهار بعد شناسایی شده که می‌توانند با ابعاد موجود قبلی ارائه شده توسط مورنو ترکیب شوند. این موارد عبارت‌اند از: (a) تراکم، (b) نزدیکی، (c) تنوع و (d) مجازی‌سازی. شرح هر یک از این چهار بعد و چگونگی اعمال آن‌ها در رویکرد برنامه‌ریزی پیشنهادی در بخش‌های فرعی زیر خلاصه شده است (Moreno et al, 2021:101).

#### ۱- تراکم

در مفهوم شهر ۱۵ دقیقه‌ای، تراکم از نظر مردم در هر کیلومتر مربع دیده می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، در برنامه‌ریزی برای شهری که پایدار است، مهم است که تعداد بهینه افرادی را در نظر بگیریم که یک منطقه مشخص می‌تواند به‌راحتی از نظر تحویل خدمات شهری و مصرف منابع تأمین کند. به‌این ترتیب، در اینجا تأکید بر تراکم بهینه است که در نهایت امکان دستیابی به اهداف پایداری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و در نهایت امکان دستیابی به اهداف پایداری در زمره اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را فراهم می‌آورد. در توزیع شهری فعلی، این بعد، امکان ایجاد زیرساخت‌های عمومی مانند مسیرهای دوچرخه‌سواری و مسیرهای قابل پیاده‌روی را فراهم می‌کند که نیاز به اتومبیل را به حداقل می‌رساند (Moreno et al, 2021:102).

#### ۲- نزدیکی

هدف شهر ۱۵ دقیقه‌ای سازمان‌دهی مجدد شهر در اطراف فضاهای قابل پیاده‌روی در شعاع‌های ۱۵ دقیقه‌ای است که در آن خدمات قابل توجهی ارائه می‌شود. کیفیت زندگی بهتری به کار گرفته خواهد. این مفهوم که به ویژه با قرنطینه ناشی از همه‌گیری کوید ۱۹ مرتبط به نظر می‌رسد، از نظر استقرار فضاهای قابل پیاده‌روی بسیار جالب است (Mezoued et al, 2021:5). این بعد، نه تنها در کمک به شهرها برای کاهش زمان از دست‌رفته در رفت و آمد، بلکه در کاهش اثرات



زیست‌محیطی و اقتصادی چنین فعالیت‌هایی، حیاتی است (Moreno et al,2021:103).

### ۳-تنوع

تنوع در چارچوب فوق مفهوم شهر ۱۵ دقیقه‌ای دو برابر است: (۱) نیاز به استفاده ترکیبی از محلات که در فراهم کردن ترکیبی سالم از مؤلفه‌های مسکونی، تجاری و سرگرمی. (۲) تنوع در فرهنگ و مردم اولیه هستند. داشتن محله‌های با کاربری ترکیبی، کلید پایداری بافت‌های شهری با نشاط اقتصادی، تضمین مسکن کافی برای همه ساکنان شهری، ترویج شمول و ترویج شیوه‌های پایدار است. (Moreno et al,2021:103).

### ۴-دیجیتال‌سازی یا مجازی‌سازی

در حصول اطمینان از تحقق سه بعد دیگر. این بعد با مفهوم شهر هوشمند می‌تواند همسو شود، با توجه به ابعاد مجاورت، دیجیتال‌سازی موثر بوده است، همان‌طور که از طریق مفهوم شهر هوشمند مشخص شده است، که در آن خدماتی مانند خرید آنلاین، معاملات بدون پوشش و ارتباطات و تعاملات مجازی در میان دیگران اجرا و ترویج می‌شوند (Moreno et al,2021:104).

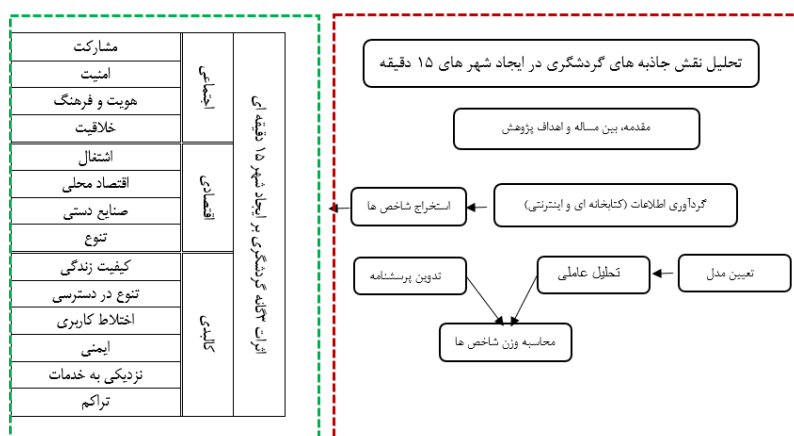
### شهر ۱۵ دقیقه‌ای و ارتباط آن با گردشگری

بروکفیلد<sup>۱</sup> بیان می‌کند که پذیرفتن این شکل از تنوع (تنوع ناشی از اختلاط کاربری) در یک محله، دولت‌های شهری را با فرصت‌هایی برای تمرکز بر بهبود ارائه خدمات خود به مردم محلی فراهم می‌کند و به نوبه خود، وضعیت زیست‌پذیری را ارتقا می‌دهد، ارزش املاک را حفظ می‌کند و مشارکت و تعامل جامعه را افزایش می‌دهد. این امر به ویژه در ارتقا محیط شهری که با فرهنگ‌ها و افراد مختلف سازگار است، مهم است، بنابراین انسجام اجتماعی را ارتقا می‌دهد و به ایجاد سرمایه اجتماعی بیشتر کمک می‌کند. داشتن یک بعد چند فرهنگی در یک شهر تأثیر مثبتی بر جبهه اقتصادی دارد، زیرا مردم محلی نیز از طیف گسترده‌ای از محصولات مانند محصولات فرهنگی و میراث فرهنگی لذت می‌برند. این امر همچنین چشم‌انداز شهری جذابی را برای بازدیدکنندگان ایجاد می‌کند، در نتیجه گردشگری و سایر مشاغل مرتبط با آن را که در ایجاد کسب‌وکار جدید و ارتقای نشاط اقتصادی ضروری هستند، ترویج می‌کند و منجر به ایجاد فرصت‌های شغلی بیشتر می‌شود. برای به حداکثر رساندن این مزایا، این بعد نیاز به استقرار در مقیاس‌های مختلف در یک شهر دارد. نه تنها در مقیاس شهری در شعاع ۱۵ دقیقه‌ای بلکه فراتر از مقیاس‌های دقیقه‌ای - در سطوح ساختمان (Moreno et al,2021:104). وجود جاذبه‌های گردشگری در شهرهای ۱۵ دقیقه‌ای باعث افزایش قیمت اجاره‌ها می‌شود ولی دیدگاه‌های جدید نشان می‌دهد همان‌طور که دسترسی بهتر به جاذبه‌های توریستی باعث افزایش جذب گردشگر می‌شود باعث افزایش قیمت‌ها نیز می‌شود. که حضور گردشگران این قیمت‌ها را کاهش می‌دهد. ولی هنوز نزدیکی به این جاذبه‌ها ارزشمندی خود را حفظ می‌کنند و باعث می‌شود که سهم غیرقابل‌انکاری از جمعیت شناور شهر را مسافران و گردشگران تشکیل دهند. و همچنین عواملی مانند ادغام چندین نوع فعالیت‌های گردشگری در یک چارچوب مشترک و تعریف معیارهای آگاه از زمان، و تجزیه و تحلیل چندبعدی فعالیت‌های گردشگری در این شهرها مورد توجه است، به‌عنوان مثال گردشگری که از آثار باستانی بازدید می‌کند احتمال قوی خرید صنایع دستی و ... را هم انجام خواهد داد. علاوه بر جمعیت و متغیرهای جمعیت شناختی بر متغیرهای قیمت و تنوع امکانات محلی نیز باید تمرکز کنیم و در نهایت اگر چند شهر ۱۵ دقیقه‌ای وجود داشته باشد، به احتمال زیاد برخی از آن‌ها امکانات بهتری نسبت به بقیه ارائه می‌دهند و بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند و بدین ترتیب گردشگران بیشتری را به خود جلب می‌کنند (Graells et al,2021:24).

1. Brookfield

## روش پژوهش

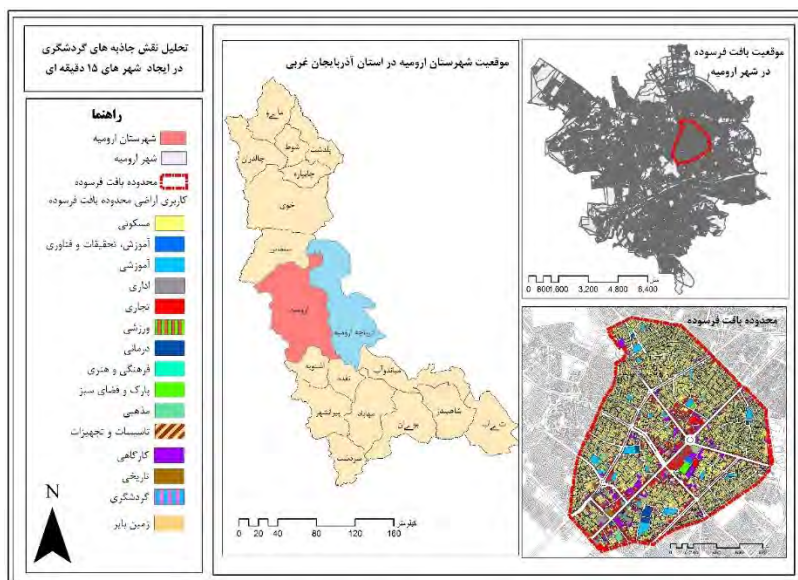
نوع تحقیق حاضر کاربردی و روش بررسی آن توصیفی-تحلیلی مبتنی بر گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای و پیمایشی می‌باشد. ابتدا با استفاده از منابع مختلف در زمینه موضوع تحقیق، اطلاعات لازم جمع‌آوری می‌شود و سپس به منظور گردآوری اطلاعات جامعه آماری از پرسشنامه استفاده شده است. ابزارهای گردآوری اطلاعات پرسشنامه، روش پیمایشی، مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی و مشاهدات میدانی است. جامعه آماری بافت تاریخی شهر ارومیه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از تعداد کل جامعه آماری ۶۸۵۷۰ نفر (مرکز آمار ایران)، ۳۸۲ نفر به عنوان نمونه و با استفاده از مدل کوکران انتخاب شده‌اند. با توجه به هدف پژوهش ۳ شاخص اقتصادی، اجتماعی و کالبدی به عنوان شاخص‌هایی که تأثیرگذار بر شهر ۱۵ دقیقه‌ای می‌باشند انتخاب شده‌اند که با اقتباس از پژوهش Pozoukidou & Chatziyiannaki (۲۰۲۱) است. که از این ۳ شاخص ۱۴ معیار مربوط به شهر ۱۵ دقیقه‌ای از مبانی نظری تحقیق شناسایی و استخراج شده‌اند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی نوع عوامل موثر مشخص و سطح‌بندی خواهد شد.



شکل ۱. فرآیند تحقیق

## محدوده مورد مطالعه

شهر ارومیه به عنوان یکی از شهرهای ایران، به عنوان مرکز اداری - سیاسی استان آذربایجان غربی و شهرستان ارومیه با بیش از ۳ هزار سال قدمت، قدیمی‌ترین شهر در منطقه شمال غرب ایران می‌باشد. (رهنا و آفتاب، ۱۳۹۳، ۱۵۷). و بر پایه آخرین سرشماری نفوس و مسکن، در سال ۱۳۹۵، تعداد جمعیت ساکن شهر ارومیه بالغ بر ۷۳۶۲۲۴ نفر دهمین شهر پرجمعیت ایران و دومین شهر پرجمعیت منطقه شمال غرب ایران به شمار می‌آید (سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۵). در این تحقیق محدوده بافت تاریخی شهر ارومیه مورد مطالعه قرار گرفته است که از به هم پیوستن مجموعه دروازه‌های قدیمی شهر که در مجموع ۷ دروازه هستند تشکیل شده که دورتادور مرکز شهر به صورت مرزی کشیده شده و مساحت بافت تاریخی شهر ۳۰۰ هکتار می‌باشد.



شکل ۲. نقشه محدوده مورد مطالعه

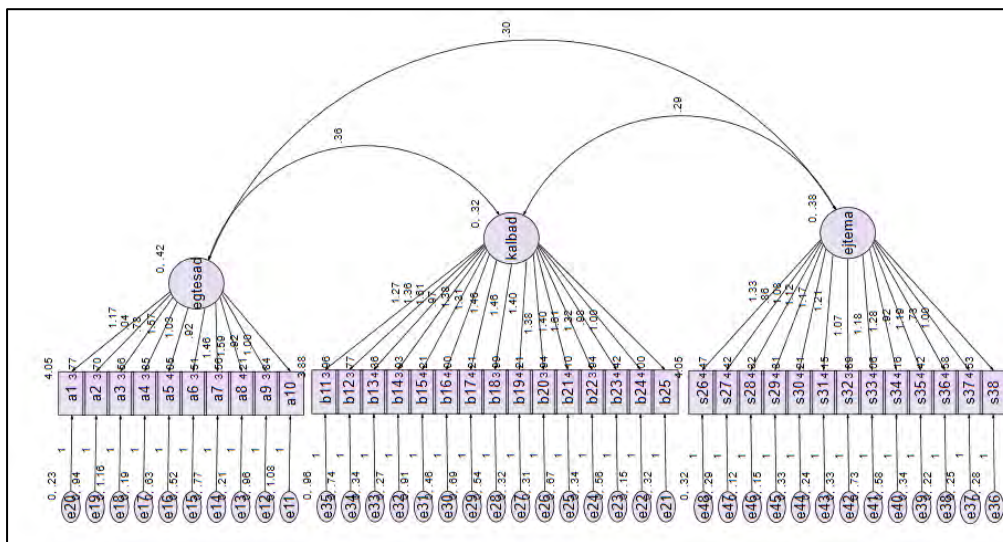
## یافته‌ها

در زمینه متغیر جنسیت شهروندان ۴۸ درصد از اعضای نمونه خانم و ۵۲ درصد مرد بودند که بیشترین فراوانی مربوط به آقایان بود. در زمینه متغیر میزان تحصیلات ۲۶ درصد اعضای نمونه دارای مدرک تحصیلی زیر دیپلم و دیپلم ۳۴ درصد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی، ۳۲ درصد کارشناسی ارشد و ۸ درصد از اعضای نمونه دارای مدرک تحصیلی دکتری هستند که بیشترین فراوانی مربوط به اعضای نمونه با مدرک لیسانس است. سن ۸ درصد پاسخ‌دهندگان کمتر از ۱۵ سال، ۱۸ درصد ۱۵-۲۵ سال، ۴۳ درصد ۲۵-۳۵ سال، ۲۳ درصد ۳۵-۴۵ سال، ۱۰ درصد ۴۵-۵۵ سال و ۳ درصد از پاسخ‌دهندگان بالای ۵۵ سال می‌باشد. در جدول زیر در قسمت تحلیل مدل معادلات ساختاری، به دنبال تهیه الگوی برای توصیف و تبیین تأثیر شهر ۱۵ دقیقه‌ای بر گردشگری بر پایه پارامترهای مطرح شده هستیم. برای این منظور، با استفاده از نرم‌افزار ایموس، تأثیر متغیرهای شهر ۱۵ دقیقه‌ای بر روی گردشگری مشخص شده است. در الگوی ساختاری مذکور، مقدار کای اسکوار از لحاظ آماری معنادار است؛ زیرا شاخص P-value کمتر از ۰/۰۵ است. شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد نیز کمتر از ۰/۰۵ برآورد شده است و برازش مطلوب داده‌ها با شاخص‌های برازش را نشان می‌دهد. بررسی وضعیت شاخص‌های برازش تطبیقی به مقدار ۰/۹۰ برآورد شده است. دامنه پذیرفتنی شاخص برازش هنجار شده و شاخص برازش هنجار نشده، بالای ۰/۹۰ در نظر گرفته شده است. با توجه به مقدار به دست آمده ۰/۹۳ و ۰/۹۴ از برازش مناسبی برخوردارند. مقدار شاخص‌های نیکویی برازش و نیکویی برازش تعدیل شده به ترتیب ۰/۹۱ و ۰/۹۰ است که نشان می‌دهند الگو با داده‌ها تناسب نسبتاً خوبی دارد.

جدول ۱. شاخص‌های برازش الگوی ساختاری

chi-square	Df	RMSEA	P-value	CFI	NFI	NNFI	GFI	AGFI
۲۴۲٫۶۳	۵۹	۰/۰۴۱	۰/۰۰۰	۰/۹۰	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۹۱	۰/۹۰

تجزیه و تحلیل مدل تحلیل عاملی تأییدی در نرم افزار آموس



شکل ۳. ترسیم مدل مفهومی تأثیر جاذبه‌های گردشگری بر ایجاد شهر ۱۵ دقیقه‌ای

بعد اقتصادی

در بعد اقتصادی ۹ گویه - به‌عنوان متغیرهای مؤثر در مقوله گردشگری و شهر ۱۵ دقیقه‌ای مورد بررسی قرار گرفتند؛ بر این اساس نتایج نشان می‌دهند که رونق تجارت در محدوده بافت تاریخی شهر ارومیه با قرارگیری در رتبه اول، بیشترین میزان تأثیر را در رونق گردشگری آن دارد، این محدوده به دلیل قرارگیری بازار تاریخی هنوز زنده در آن که هم عنصری تاریخی - گردشگری است و هم عنصری تجاری، تأثیر مشاغل غیررسمی و درعین حال غیر بزه متعدد نظیر میوه‌فروشان دست‌فروش و یا فروشندگان غذاهای خیابانی و نوازندگان دوره‌گرد در رونق گردشگری این محله بالاست و در نتایج پژوهش رتبه دوم به این گویه اختصاص می‌یابد؛ گویه‌های حمل‌ونقل و اقتصاد محلی دو عاملی هستند که در رتبه‌های ۳ و ۴ قرار می‌گیرند، این می‌تواند متأثر از تمرکز امکانات حمل‌ونقلی و همچنین خدماتی-رفاهی در این محدوده باشد؛ میزان دسترسی به مراکز خدماتی-تجاری، امکانات اقامتی و درمانی گویه‌هایی هستند که طبق پرسشنامه در رده‌های میانی قرار می‌گیرند و می‌توان گوش چشمی به تأثیرات آن‌ها در موضوع رونق گردشگری داشت؛ اما پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه معتقدند که امکانات درمانی موجود در بافت تاریخی ارومیه چندان نمی‌تواند به‌عنوان پتانسیلی برای رونق گردشگری بافت مذکور باشد.

جدول ۲. نتایج تحلیل عاملی و ضرایب معناداری شاخص اقتصادی

گویه	مقدار بار عاملی	مقدار آماره T	نتیجه
اقتصاد محلی	۱/۱۷	۴/۰۵	تأیید
توانمندی‌های بافت تاریخی (برندینگ شهری)	۰/۴	۳/۷۰	تأیید
تعدد مشاغل	۰/۷۸	۳/۵۶	تأیید
تعدد مشاغل غیررسمی	۱/۵۷	۳/۸۵	تأیید
میزان دسترسی به مراکز خدماتی تجاری	۱/۰۳	۴/۰۵	تأیید
حمل‌ونقل	۱/۴۶	۳/۵۶	تأیید
رونق تجارت	۱/۵۹	۴/۲۱	تأیید
امکانات اقامتی	۱	۳/۸۴	تأیید
امکانات درمانی	۰/۹۲	۳/۵۱	تأیید

## بعد کالبدی

برای تحلیل بعد کالبدی عوامل مؤثر در کیفیت فضای شهری مورد بررسی قرار گرفتند؛ بر این اساس خوانایی محیط در بافت تاریخی شهر ارومیه تأثیرگذارترین عامل کالبدی در رونق گردشگری در بافت می‌باشد، مدرسه ۲۲ بهمن نیز امتیازی برابر با فاکتور خوانایی دارند و این دو مشترکاً رتبه اول را به خود اختصاص دادند، میدان ایالت و بناهای اطراف آن، خیابان امام، مسجد سردار، مسجد لطفعلی‌خان، مبلمان شهری، مسجد مناره و مدرسه هدایت، فضای سبز، خیابان خیام، مجموعه بازار و فضاهای عمومی همگی گویه‌هایی هستند که در رونق گردشگری در بافت تاریخی ارومیه می‌توانند نقش مؤثر ایفا کنند؛ با نگاهی اجمالی بر اسامی گویه‌های مذکور می‌توان چنین برداشت نمود که سرزندگی و خوانایی و مشخص بودن فضای شهری عنصر مشترک و برجسته میان اغلب آن‌هاست، فضاهایی نظیر مدرسه ۲۲ بهمن و مدرسه هدایت و مسجد مناره گرچه از حضور دائمی و پر جنب و جوش شهروندان برخوردار نیستند اما خوانایی بسیار بالای آن‌ها و نیز معماری به خصوص مسجد مناره - که با دارا بودن تنها یک مناره نامش را هم از آن گرفته است - سبب گردیده تا این فضاها نیز به عنوان پتانسیل کالبدی رونق گردشگری محدوده به حساب آیند؛ در این پژوهش گویه‌های راسته دمیرچی خان (راسته آهنگران) و کلیسای ننه مریم با کسب کمترین امتیازها نشان می‌دهند که تأثیر آن‌ها در افزایش پتانسیل بافت تاریخی ارومیه در جذب گردشگر قابل توجه نیست، چنین به نظر می‌رسد که دور بودن از دید دائم شهروندان در این دو فضا باعث کاهش توانایی آن‌ها در امر گردشگری باشد.

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی و ضرایب معناداری شاخص کالبدی

گویه	مقدار بار عاملی	مقدار آماره T	نتیجه
فضاهای عمومی	۱/۲۷	۳/۸۸	تأیید
فضاهای سبز	۱/۳۶	۳/۹۶	تأیید
خوانایی محیط	۱/۶۱	۳/۷۷	تأیید
شکل ظاهری، نما، جداره	۰/۹۷	۴/۳۶	تأیید
مبلمان شهری	۱/۲۸	۳/۹۳	تأیید
مجموعه بازار، مسجد اعظم و محوطه‌های پیرامونی	۱/۳۱	۴/۲۱	تأیید
میدان ایالت و بناهای اطراف	۱/۴۶	۴	تأیید
خیابان امام	۱/۴۶	۴/۲۱	تأیید
مسجد سردار	۱/۴۰	۳/۹۹	تأیید
مسجد مناره و مدرسه هدایت	۱/۲۸	۴/۲۱	تأیید
مسجد لطفعلی‌خان	۱/۴۰	۳/۹۴	تأیید
مدرسه ۲۲ بهمن	۱/۶۱	۴/۴۲	تأیید
خیابان خیام	۱/۳۲	۳/۹۴	تأیید
کلیسای ننه مریم	۰/۹۸	۴	تأیید
راسته دمیرچی خان (راسته آهنگران)	۱	۴/۰۵	تأیید

## بعد اجتماعی

در تحلیل اولیه دستاوردهای آماری جدول زیر خاطره سازی با بالاترین امتیاز در رتبه اول قرار دارد، خاطره سازی یکی از خصیصه‌های بسیار مهم شهر هویت‌مند و بارونق گردشگری بالاست. حضور اداره حوزه هنری در بافت تاریخی، گرچه به طور مستقیم ارتباطی با گردشگری ندارد اما نگارندگان بر این عقیده‌اند که قرارگیری ارگان متولی هنر، به خصوص هنرهایی که به طور مستقیم، عمومی و انبوه با مردم در ارتباط هستند، نظیر سینما، تئاتر سالن و تئاتر خیابانی، موسیقی سالن و موسیقی خیابانی، هنرهای تجسمی خیابانی و... در بطن بافت تاریخی بر تسریع و نتیجه بخشی تعاملات میان

اجتماع، هنرمندان و بروکرسی متولی هنر مؤثر خواهد افتاد، بالا بودن میزان حس آزادی بافت تاریخی نشان‌دهنده این است که شهروندان و پیرو آن گردشگران هنگام حضور در بافت تاریخی نه تنها خود را محدود و مقید حس نمی‌کنند، بلکه به کمک برخی تسهیلات کالبدی (نظیر خطوط تردد مخصوص نابینایان و رمپ‌های عبور معلولین جسمی) و اجتماعی زمینه برای شکوفایی انسان‌ها و ارتباط آزادانه آن‌ها با یکدیگر به سهولت فراهم شود، حضور نوازندگان دوره‌گرد در بافت تاریخی امری است که به سرزندگی، حس آمیزی و خاطره‌انگیزی فضا کمک می‌کند و این مورد در بافت تاریخی ارومیه تا حدودی مشاهده می‌شود، حضور سینما در بافت تاریخی، پدیده نوظهوری برای مردم ارومیه نیست، بلکه در بافت تاریخی این شهر ریشه دوانده است به طوری که تمامی سینماهای موجود در این شهر در بافت مذکور قرار دارد و هنر دوستان این شهر و بالأخص سینما دوستان در این بافت به طور مستمر حضور می‌یابند، میزان حس امنیت در بافت تاریخی به اندازه‌ای که بتواند سبب رونق گردشگری شود کفایت دارد، در این بافت حضور شهروندان همواره چشمگیر و در طول روز مستمر می‌باشد و این مورد تأثیرگذاری بسیاری در افزایش حس امنیت دارد؛ در این پژوهش، میزان ارتباطات چهره به چهره، میزان حس تعلق خاطر، رواج غذاهای خیابانی عواملی هستند که بر طبق پژوهش کمترین تأثیر را در رونق گردشگری دارند.

جدول ۴. نتایج تحلیل عاملی و ضرایب معناداری شاخص اجتماعی

گویه	مقدار بار عاملی	مقدار آماره T	نتیجه
میزان خاطره سازی فضای بافت تاریخی	۱/۳۳	۴/۰۵	تأیید
میزان حس تعلق خاطر	۰/۸۶	۴/۴۷	تأیید
میزان هویت‌مندی در بافت تاریخی	۱/۰۸	۴/۴۲	تأیید
میزان حس همیاری در بافت تاریخی	۱/۱۲	۴/۳۲	تأیید
میزان حس امنیت در بافت تاریخی	۱/۱۷	۴/۳۱	تأیید
میزان حس آزادی بافت تاریخی	۱/۲۱	۴/۲۱	تأیید
برگزاری تجمعات مناسبی	۱/۰۷	۴/۱۵	تأیید
حضور سینما در تاریخی ارومیه	۱/۱۸	۳/۸۹	تأیید
حضور اداره حوزه هنری در بافت تاریخی	۱/۲۸	۴/۰۶	تأیید
میزان ارتباطات چهره به چهره	۰/۹۲	۴/۱۶	تأیید
حضور نوازندگان دوره‌گرد در بافت تاریخی	۱/۱۹	۴/۴۲	تأیید
رواج غذاهای خیابانی (کیاب و کیاب سیب‌زمینی)	۰/۷۳	۴/۵۸	تأیید
امکانات گذران اوقات فراغت در بافت تاریخی	۱/۰۹	۴/۵۳	تأیید

طبق جدول شماره ۵ بر اساس مدل مذکور اقتصاد شهری با ضریب ۰/۴۲ و با p value ۰/۰۰۰ است. بنابراین جاذبه‌های اقتصادی بافت تاریخی شهر ارومیه در ایجاد شهر ۱۵ دقیقه‌ای مؤثر می‌باشد هم‌چنین جاذبه‌های اجتماعی و فرهنگی با ضریب ۰/۳۸ در رتبه دوم و جاذبه‌های کالبدی با ضریب ۰/۳۲ در ایجاد شهرهای ۱۵ دقیقه‌ای مؤثر می‌باشند. در تحلیل امتیازات فوق چنین می‌توان گفت که اهمیت جنبه‌های اقتصادی بافت تاریخی شهر ارومیه به جهت سابقه تاریخی و نیز تأثیرگذاری بالا در روند گردش سرمایه در شهر مشهود بوده و در این پژوهش نیز بر آن صحنه گذاشته شد، چنین پتانسیلی زمانی می‌تواند در مقوله شهر ۱۵ دقیقه‌ای بارونق گردشگری بالا مؤثر افتد که علاوه بر حفظ تنوع کالاهای تجاری، به خصوص کالاهای شاخص، بتواند بر گردش سرمایه حول کالاهایی نظیر کالاهای صنعت دست با خاستگاه شهری و منطقه‌ای اثر افزایش‌دهنده بگذارد؛ اثرگذاری بر زیست اجتماعی و فرهنگی انسان‌ها یکی از اهداف اساسی نظریه شهر ۱۵ دقیقه‌ای است، این که شهر و محله پتانسیل تبدیل شدن به شهر و محله ۱۵ دقیقه‌ای و نیز تبدیل شدن به

محل‌های گردشگر پذیر را هم‌زمان داشته باشد همان فاکتوری است که این پژوهش با مطالعه بر بافت تاریخی شهر ارومیه به آن دست‌یافت؛ امتیاز نسبتاً پایین کالبد در مبحث اثرگذاری بر رونق گردشگری نه تنها منبعت از تعداد کم فضاها و آثار تاریخی نیست بلکه می‌توان ربط آن را در بالا بودن این تعداد یافت، تعداد بالای آثار تاریخی نیازمند توجه بسیار نیز هست، لذا افزایش امتیاز این شاخص در ربط مستقیم با بهسازی، نوسازی و بازسازی بناها و فضاهای تاریخی موجود در بافت می‌باشد. جاذبه‌های تشکیل‌دهنده پتانسیل‌های گردشگری به ترتیب شامل مدرسه ۲۲ بهمن با ضریب ۱/۶۰۷، میدان انقلاب و بناهای اطراف با ضریب ۱/۴۶۴، خیابان امام با ضریب ۱/۴۶۱، مسجد سردار با ضریب ۱/۴۰۵، مسجد لطفعلی‌خان با ضریب ۱/۳۹۸، مسجد مناره و مدرسه هدایت با ضریب ۱/۳۷۹، خیابان خیام با ضریب ۱/۳۲۰، مجموعه بازار و مسجد اعظم با ضریب ۱/۳۱۵، راسته آهنگران با ضریب ۱ و کلیسای ننه مریم با ضریب ۰/۹۷۶ بر متغیر پنهان پتانسیل‌های گردشگری بیشترین تأثیر را دارند.

جدول ۵. رگرسیون وزنی مدل پیش فرض مدل ساختاری

شاخص‌ها	جهت مسیر	سطح معنی داری	نسبت بحرانی	خصای معیار	تخمین غیر استاندارد
	e10				1.000
	e9	000	7.996	.115	.923
	e8	000	10.955	.145	1.590
	e7	000	9.569	.153	1.463
	e6	000	9.119	.101	.919
اقتصاد	e5	000	9.184	.112	1.030
	e4	000	10.954	.144	1.572
	e3	000	6.748	.115	.779
	e2	.627	.486	.084	.041
	e1	000	10.550	.111	1.170
	p25	000			1.000
	p24	000	14.945	.065	.976
	p23	000	12.969	.102	1.320
	p22	000	15.451	.104	1.607
	p21	000	12.324	.113	1.398
	p20	000	14.890	.093	1.379
	p19	000	14.938	.094	1.405
کالبد	p18	000	13.699	.107	1.461
	p17	000	12.917	.113	1.464
	p16	000	13.522	.097	1.315
	p15	000	10.753	.128	1.381
	p14	000	13.138	.074	.967
	p13	000	15.193	.106	1.611
	p12	000	12.053	.113	1.364
	p11	000	10.822	.117	1.269
	s38				1.000
	s37	000	12.934	.056	.728
	s36	000	17.028	.070	1.194
	s35	000	13.573	.068	.917
	s34	000	14.155	.091	1.282
	s33	000	12.566	.094	1.180
اجتماع	s32	000	14.703	.073	1.067
	s31	000	16.957	.071	1.212
	s30	000	15.582	.075	1.173
	s29	000	17.701	.063	1.118
	s28	000	18.213	.059	1.078
	s27	000	13.854	.062	.865
	s26	000	16.567	.080	1.331

## بحث

بر اساس آنچه در پژوهش حاضر آمد، به‌طور کلی بافت تاریخی شهر ارومیه به دلیل دارا بودن پتانسیل‌های گردشگری و نیز سابقه تاریخی آن در برآوردن نیاز شهروندان در مدت‌زمان اندک - که این سابقه تاریخی همپوشانی بسیاری با مفاهیم پایه‌ای شهر و محله ۱۵ دقیقه‌ای امروزی دارد - این قابلیت را دارد تا به‌عنوان بخشی تأثیرگذار در شهر ارومیه به‌عنوان محدوده‌ای گردشگر پذیر و درعین‌حال ۱۵ دقیقه‌ای به شکوفایی برسد؛ به‌عبارت‌دیگر، بافت تاریخی ارومیه را تا حدی می‌توان منطقه‌ای در خود و مرتبط با پیرامون معرفی کرد چراکه تنوع کاربری‌ها - به‌خصوص کاربری‌های سازگار - سبب گردیده تا نیازهای روزانه، هفتگی و حتی طولانی‌مدت تر ساکنین به‌راحتی و با صرف اندک زمانی برطرف گردد؛ در حال حاضر رونق تجارت در ابعاد و رشته‌های گوناگون در مجموعه بازار تاریخی ارومیه که درعین‌حال به‌عنوان عنصر گردشگر پذیر کالبدی شاخص در این پژوهش معرفی گردیده است سبب می‌گردد تا نیاز شهروندان برطرف گردد، بهره‌گیری از پتانسیل گردشگری بالای بافت و کاهش رنج ناشی از ازدحام ساکنین هر دو می‌تواند با اجرای سیاست‌های شهر ۱۵ دقیقه‌ای تا حدود زیادی عملی شود، یعنی هم شهروندان ساکن محله از پتانسیل ترکیب کاربری‌های بافت استفاده کنند و هم گردشگران در راستای لمس بودن در بازار و پیرامون آن از یک فضای آرام و لذت‌بخش و دور از هرج‌ومرج ترافیک موتوری بهره‌مند شوند. این محدوده علاوه بر دارا بودن شبکه‌ای ارگانیک از معابر پیاده محور، از شبکه حمل‌ونقل عمومی نسبتاً کارآمدی نیز برخوردار است، شبکه ارتباطی ارگانیک برای دسترسی‌های پیاده طراحی گردیده و از این نظر بسیار کاربردی‌تر است، از طرفی فضایی که القاکننده جذابیت و شخصیت من دی باشد نه یک فضای یکسان‌سازی شده و مانند الگوهای کلی، بلکه فضایی منحصربه‌فرد و نمایان‌کننده شاخصه‌های محلی است و این همان چیزی است که گردشگر شهری بدان گرایش دارد؛ لذا بافت مذکور از این منظر نیز دارای پتانسیل بالایی در رابطه با کاستن زمان عبور و مرور و درعین‌حال افزایش گردشگر پذیری می‌باشد؛ و می‌توان با افزایش پتانسیل آن‌ها در امر محله ۱۵ دقیقه‌ای از نقش ذاتی عناصر مذکور در امر یادشده بهره برد؛ از منظر ابعاد اجتماعی می‌توان گفت که خاطره سازی به‌عنوان یک عنصر مهم در حال و آینده محله ۱۵ دقیقه‌ای و درعین‌حال گردشگر پذیر از جایگاه مطلوبی برخوردار است چنین می‌توان گفت که بافت اصیل فعلی در صورت جاری شدن سیاست‌های شهر ۱۵ دقیقه‌ای در آن می‌تواند با بیرون راندن ازدحام و هرج‌ومرج به اصالت یادشده خود بیفزاید و برای ساکنین و در امتداد آن برای گردشگران خاطره ساز، به‌یادماندنی و الهام‌بخش باشد حفظ این ظرفیت و بالا بردن آن امری حیاتی در مبحث شهر ۱۵ دقیقه‌ای و گردشگر پذیر می‌باشد؛ قرار گرفتن سینماهای شهر تنها در محدوده مورد مطالعه نیز می‌تواند محدوده را در امر تلطیف اجتماعی اذهان مردم به‌واسطه حضور دائمی هنر دوستان یاری رساند. پیشنهاد می‌گردد تا پتانسیل بالای بازار تاریخی ارومیه حفظ گردیده و با ادغام زمین‌ها و فضاهای مهم تاریخی در آن (نظیر مسجد جامع)؛ بهره‌گیری از شبکه حمل‌ونقل پاک، به‌روز و کارآمد (با در نظر گرفتن وضع نسبتاً مطلوب فعلی) نظیر تراموای برقی نیز می‌تواند در پیشبرد اهداف مورد مطالعه در مؤثر واقع شود؛ عناصر تاریخی داخل محدوده نیز این امکان را دارند تا با دادن کاربری‌هایی همسان کاربری پیشین، آن‌هم در راستای افزایش تنوع خدمات ارائه‌شده در محدوده، پتانسیل شأن هم در زمینه شهر ۱۵ دقیقه‌ای و هم در رونق گردشگری افزایش یابد؛ جلوگیری از تبعیت بی‌برنامه از مد در ساخت‌وسازهای شهری و نیز جلوگیری از ساخت و یا اعمال تغییر بی‌قاعده همگی عواملی هستند که می‌توانند به‌عنوان اهرم بازدارنده شهری مورد استفاده واقع شوند، تا پتانسیل خاطره سازی این محدوده با مختل و پسرفت مواجه نشود.



## نتیجه گیری

این محدوده علاوه بر دارا بودن شبکه‌ای ارگانیک از معابر پیاده محور، از شبکه حمل و نقل عمومی نسبتاً کارآمدی نیز برخوردار است، شبکه ارتباطی ارگانیک برای دسترسی های پیاده طراحی گردیده و از این نظر بسیار کاربردی تر است، از طرفی فضایی که القا کننده جذابیت و شخصیت مندی باشد نه یک فضای یکسان سازی شده و مانند الگوهای کلی، بلکه فضایی منحصر به فرد و نمایان کننده شاخصه‌های محلی است و این همان چیزی است که گردشگر شهری بدان گرایش دارد؛ لذا بافت مذکور از این منظر نیز دارای پتانسیل بالایی در رابطه با کاستن زمان عبور و مرور و در عین حال افزایش گردشگر پذیری می‌باشد؛ عناصر کالبدی تاریخی شاخص موجود در محدوده مانند مدرسه ۲۲ بهمن، میدان ایالت، مسجد سردار، مسجد لطفعلی خان و مسجد مناره و مدرسه هدایت همگی از پتانسیل نسبی در امر گردشگرپذیری برخوردار هستند و می‌توان با افزایش پتانسیل آن‌ها در امر محله ۱۵ دقیقه ای از نقش ذاتی عناصر مذکور در امر یاد شده بهره برد؛ از منظر ابعاد اجتماعی می‌توان گفت که خاطره‌سازی به عنوان یک عنصر مهم در حال و آینده محله ۱۵ دقیقه ای و در عین حال گردشگر پذیر از جایگاه مطلوبی برخوردار است چنین می‌توان گفت که بافت اصیل فعلی در صورت جاری شدن سیاست‌های شهر ۱۵ دقیقه‌ای در آن می‌تواند با بیرون راندن ازدحام و هرج و مرج به اصالت یاد شده خود بیفزاید و برای ساکنین و در امتداد آن برای گردشگران خاطره ساز، به یاد ماندنی و الهام بخش باشد حفظ این ظرفیت و بالا بردن آن امری حیاتی در مبحث شهر ۱۵ دقیقه‌ای و گردشگر پذیر می‌باشد؛ قرار گرفتن سینماهای شهر تنها در محدوده مورد مطالعه نیز می‌تواند محدوده را در امر تلطیف اجتماعی اذهان مردم به واسطه حضور دائمی هنر دوستان یاری رساند.

پیشنهاد می‌گردد تا پتانسیل بالای بازار تاریخی ارومیه حفظ گردیده و با ادغام زمین‌ها و فضاهای مهم تاریخی در آن (نظیر مسجد جامع)؛ بهره‌گیری از شبکه حمل و نقل پاک، به روز و کارآمد (با در نظر گرفتن وضع نسبتاً مطلوب فعلی) نظیر تراموهای برقی نیز می‌تواند در پیشبرد اهداف مورد مطالعه در مؤثر واقع شود؛ عناصر تاریخی داخل محدوده نیز این امکان را دارند تا با دادن کاربری‌هایی همسان کاربری پیشین، آن هم در راستای افزایش تنوع خدمات ارائه شده در محدوده، پتانسیل شأن هم در زمینه شهر ۱۵ دقیقه‌ای و هم در رونق گردشگری افزایش یابد؛ جلوگیری از تبعیت بی برنامه از مد در ساخت و سازهای شهری و نیز جلوگیری از ساخت و یا اعمال تغییر بی‌قاعده همگی عواملی هستند که می‌توانند به‌عنوان اهرم بازدارنده شهری مورد استفاده واقع شوند، تا پتانسیل خاطره‌سازی این محدوده با مختل و پسرفت مواجه نشود.

## تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

## منابع

- حاتمی نژاد، حسین و شریفی، امیر. (۱۳۹۴). بررسی گسترش گردشگری شهری بر شهر توسعه پایداری مطالعه موردی: شهر سنجند. فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۲، شماره ۱، صص. ۶۱-۷۴.
- رهنما، محمدرحیم و آفتاب، احمد. (۱۳۹۳). مکان‌یابی ایستگاه‌های آتش‌نشانی شهر ارومیه با استفاده از GIS و AHP. فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره ۱۲، شماره ۳۵، صص. ۱۶۶-۱۵۳.

معمدی، مهران؛ فخار، زرین؛ مافی، فرزاد. (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل راهبردی توسعه گردشگری شهر سنقر. فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۸، شماره ۴، صص. ۷۳-۸۶.

## References

- Caselli, B., Carra, M., Rossetti, S., Zazzi, M. (2022). Exploring the 15-minute neighbourhoods. An evaluation based on the walkability performance to public facilities. *Transportation Research Procedia*, Vol.60, pp. 346–353.
- Church, A., Frost, M., Sullivan, K. (2000). Transport and social exclusion in London. *TranspPolicy*, vol.7, No,3, pp.195–205.
- Graells-Garrido, E., Serra-Burriel, F., Rowe, F., Cucchiatti, F., Reyes, P. (2021). A city of cities: Measuring how 15-minutes urban accessibility shapes human mobility in Barcelona. *PLOS ONE*, vol.16, No,5, pp.1–21.
- Hatami Nejad, H., & Sharifi, A. (2015). A Study of Urban Tourism Development in the City of Sustainability Development Case Study: Sanandaj. *Urban Tourism Quarterly*, Vol. 2, No. 1, pp. 61-74. (In Persian).
- Moreno, C., Allam, Z., Chabaud, D., Gall, C., Florent, P. (2021). Introducing the “15-Minute City”: Sustainability, Resilience and Place Identity in Future Post-Pandemic Cities. *Smart Cities*, Vol.4, No.1, pp.93–111.
- Motamedi, M., Fakhra, Z., Mafi, F. (2021). Identifying and prioritizing strategic factors of tourism development in the city of Songhar. *Urban Tourism Quarterly*, Vol. 8, No. 4, 86-73. (In Persian).
- Parente, M. (2015). Designing the city identity: Strategic and product design for new experiential ways of living, enabling, and interacting with the urban context. *dmi Journal*, Vol.10, No.1, pp.62–71.
- Pinto, F., & Akhavan, M. (2022). Scenarios for a Post-Pandemic City: urban planning strategies and challenges of making “Milan 15-minutes city”. *Transportation Research Procedia*, Vol 60, pp.370–377.
- Pozoukidou, G., & Chatziyiannaki, Z. (2021). 15-Minute City: Decomposing the New Urban Planning Eutopia. *Sustainability*, Vol.13, No. 2, pp.1–25.
- Rahnama, M., & Aftab, A. (2014). Locating fire stations in Urmia using GIS and AHP. *Quarterly Journal of Geography and Development*, Vol. 12, No. 35, pp. 153-166. (In Persian).
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *J. Hosp. Tour. Manag*, Vol.36, pp. 12–21.
- Solá, A., & Vilhelmson, B. (2019). Negotiating proximity in sustainable urban planning: A Swedish case. *Sustainability*, Vol.11, No. 1, pp. 1–18.
- TUMI Management. (2021). The 15-Minute City, Deutsche Gesellschaft für international Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Bonn und Eschborn, pp.1–3.
- Zegin, L., Zheng, J., Zhang, Y. (2019). Study on the Layout of 15-Minute Community-Life Circle in Third-Tier Cities Based on POI: Baoding City of Hebei Province. *Engineering*, Vol.11, No.9, pp.592-603.