

SPIS TREŚCI

Przedmowa	9
Od tłumaczki	10
CZĘŚĆ PIERWSZA WSTĘP	11
1. Geografia i zachowanie się	13
Rozwój behawioralnych podejść badawczych w geografii człowieka	15
<i>Orientacja empiryczna</i>	16
<i>Orientacja humanistyczna</i>	18
<i>Koncepcja badań</i>	20
Podejścia behawioralne w innych naukach	22
Środowisko, poznanie, zachowanie się	27
Zakres książki	30
CZĘŚĆ DRUGA PODEJŚCIA MAKROSKALOWE	33
2. Modelowanie ekonomicznego zachowania się	35
Modele interakcji przestrzennej	36
<i>Mechanika statystyczna</i>	38
Orientacje strukturalne	40
<i>Strukturalna analiza marksizmu</i>	41
3. Ludzie i przestrzeń	45
Przestrzeń i środowisko miejskie	45
Obszary społeczne miasta	49
Obszary naturalne i zbiorowości terytorialne (<i>communities</i>)	57
Problemy społeczne i środowiska społeczne	60
4. Modele ludzkiego zachowania się w badaniach geograficznych	63

5. Informacje o środowisku	72
Filozofie umysłu	75
Stanowisko transakcyjno-konstruktywistyczne	76
<i>Ewolucyjna adaptacja do środowiska</i>	77
<i>Rozwój intelektualny</i>	78
Terytorialność i przestrzeń osobista	81
Wiedza na temat dużych obszarów	82
<i>Uczenie się środowiska</i>	83
<i>Teoria konstruktów osobistych</i>	85
Przepływ informacji	87
 6. Podejmowanie decyzji	 91
Bodziec, reakcja i uczenie się	92
Maksymalizacja i zadowolenie	95
Prawdopodobieństwo, ryzyko i niepewność	97
Użyteczność i preferencje	99
Model podejmowania decyzji	100
Podejmowanie decyzji przez organizacje	103
 7. Wyobrażenie i zachowanie się	 106
Pojęcie wyobrażenia	108
<i>Zastosowania wyobrażeń</i>	112
Problemy metodologiczne w badaniach wyobrażeń środowiska	113
Dystans poznawczy	115
Wyobrażenia wskazujące	117
Wyobrażenia wartościujące	121
Zewnętrzne zachowanie się	123
<i>Czas i ograniczenia w zachowaniu się</i>	125

CZĘŚĆ CZWARTA PRZYKŁADY BADAŃ BEHAVIORALNYCH W MIKROSKALI

131

8. Zachowanie się człowieka jako konsumenta	133
Informacja o środowisku handlowym	137
Wyobrażenia środowiska handlowego	139
Uczenie się konsumentów i podejmowanie decyzji	140
Zmienność zewnętrznego zachowania się	143

9. Życie w mieście	146
Tożsamość i przynależność	146
Lokalne sąsiedztwo	149
Sąsiedztwo rzeczywiste i spostrzegane	152
Kontakty pozalokalne	158
10. Lokalizacja działalności gospodarczej	161
Podejście behawioralne	162
<i>Teoria organizacji</i>	164
Procesy decyzyjne	166
Przepływ informacji	167
Informacja wyspecjalizowana i powierzchnie kontaktu	172
11. Adaptacja do zagrożeń	175
Problemy metodologiczne w badaniach zagrożeń	180
Ludzka reakcja na zagrożenia	180
<i>Informacja o zagrożeniach</i>	182
<i>Bezpośrednia reakcja na spełnienie się zagrożenia</i>	185
<i>Rola władzy</i>	185
<i>Gdy minie zagrożenie</i>	187
12. Czas wolny i rekreacja	189
Zajęcia w czasie wolnym	190
Rekreacyjne zachowanie się	192
Decyzje rekreacyjne	194
Motywacja i preferencje	196
Cykl życiowy i rola człowieka w tym cyklu	198
Historia zamieszkania i dostęp do informacji	200
13. Stres i patologia	202
Stres środowiskowy	202
Przestrzenne układy patologii	205
Rozmieszczenie chorób fizycznych	206
Rozmieszczenie chorób umysłowych	209
Patologia społeczna	211
Ponowne spojrzenie na stres	213
14. Migracja i przeprowadzka	216
Przyczyny migracji	217
Cykl życia rodziny i krytyczny poziom niezadowolenia z warunków mieszkaniowych	221
Decyzja migracji	224
Informacja i poszukiwanie	226
15. Zachowanie się człowieka jako wyborcy	231
Przestrzenne rozkłady wyników głosowania	232

Decyzje wyborców	235
<i>Efekt otoczenia</i>	236
<i>Wpływ przyjaciół i sąsiadów</i>	239
Istotność głosowania	240

<u>CZĘŚĆ PIĄTA</u>	PODEJŚCIA HUMANISTYCZNE	243
---------------------------	--------------------------------	-----

16. Doświadczenie środowiska	245
Fenomenologia	248
Egzystencjalizm	250
Idealizm	250
Interpretacja krajobrazu	251
Poczucie więzi z miejscem	254
Świat przyjmowany jako dany	256
Perspektywy humanizmu	257

BIBLIOGRAFIA	260
---------------------	-----

Podziękowania	302
---------------	-----