

تحلیل رابطه الگوهای رفتاری و معنا در بازارهای ایرانی مبتنی بر نظریه گل، مورد مطالعه: بازار تبریز

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۸

کد مقاله: ۶۶۶۱۱

صابر حسین پور بهنمیری^۱

چکیده

بازارهای ایرانی یکی از فضاهای عمومی معنادار بوده است در اثر گسست‌های شکل‌گرفته در معماری امروز دچار خدشه شده است. با توجه به نقش اثبات شده محیط کالبدی در کیفیت قرارگاه‌های رفتاری و مطلوبیت فضاهای شهری و از یکسو و عدم توجه طراحان نسبت به این مفهوم مهم از دیگر سو، هدف این مقاله شناخت رابطه الگوهای رفتاری در ایجاد معنا در بازار ایرانی یان گل است. در این پژوهش سعی بر آن است تا با روش آمیخته و با مشاهده و مطالعه طیف فعالیت‌های جاری در فضای بازار تبریز، ارتباط میان نوع فعالیت و کیفیت و موفقیت این قرارگاه مورد بررسی قرار گیرد. چرا که به نظر می‌رسد بین نوع فعالیت‌های جاری در قرارگاه‌های فعلی و موفقیت قرارگاه رفتاری ارتباط معناداری وجود دارد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد عوامل موثر برای ایجاد معنا در فضاهای شهری در چاقوب سه گروه فعالیت در نظریه گل قابل طبقه بندی است و این عوامل با ایجاد معنا رابطه معنادار دارد. نتیجه شد که قرارگاه‌های رفتاری مورد مطالعه به دلیل کیفیت کالبدی بالا، امکان بروز فعالیت‌های انتخابی را که بیش از سایر فعالیت‌ها به شرایط فیزیکی و کالبدی محیط وابسته هستند، میسر میکند و به عبارتی چنانچه در یک فضای شهری امکان بروز فعالیت‌های اختیاری بیشتر شود، تعاملات و فعالیت‌های اجتماعی که یکی از اهداف مهم هر فضای شهری است محقق میشود.

واژگان کلیدی: بازار ایرانی، الگوهای رفتاری، معنا، یان گل، بازار تبریز

طراحی محیط‌های جذاب شهری برای پاسخ به نیازهای شهرنشینان، همواره یکی از دغدغه‌های اصلی معماران و طراحان شهری بوده است. «در قلمروهای عمومی شهری الگوهای تعامل اجتماعی و قابلیت های فضای معماری ساخته شده دارای اهمیت ویژه ای می باشند» (حمزه‌نژاد و قلیچی، ۱۳۹۷: ۴۶). عدم وجود زندگی اجتماعی در فضاهای شهری، نشأت گرفته از نبود فهم رابطه دیالکتیکی بین اجتماع و فضا است. «فضای شهری به عنوان یک قلمرو عمومی، محمل بروز کنش‌ها و رفتارهای جمعی در فضا است و همین رفتارها و کنش‌های جمعی، عامل مهمی در تنظیم روابط افراد، درونی کردن و معنا بخشی است. در این ارتباط می‌توان گفت که فضاهای عمومی صرفاً دارای بُعدی فضایی و کالبدی نیستند، بلکه اجتماع و مردم در سلسله مراتب مختلف با فضا پیوند می‌یابند» (سجادزاده و پیربابایی، ۱۳۹۱: ۱۸۲).

الگوهای رفتاری از الگوهای کالبدی پایدارترند. از این رو، مطالعه رفتارهای محیطی می‌تواند مبنای تحلیل و پیش بینی نحوه کارکرد محیط قرار گیرد. (تفکر و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۰۶) از نظر راپاپورت فرد با القاء «الگوهای رفتاری»، مبتنی بر فرهنگ و جهان بینی، محیط را درونی نموده و بدان معنا می‌بخشد. این موضوع در حوزه‌های مختلف توسط صاحب‌نظران مورد مطالعه و کندوکاو قرار گرفته است. این موضوع به‌خصوص در ارتباط با بازارها که همواره از مهم‌ترین ارکان معماری و شهرسازی ایرانی-اسلامی چه از نظر کالبدی و چه از نظر فرهنگی-اجتماعی بوده‌اند دارای اهمیت بیشتری می‌باشد. از میان قرارگاه‌های رفتاری جمعی مختلف، بازارها و مراکز خرید به دلیل شکل دادن قلمروی مهمی از زندگی روزمره از غنا و جذابیت برای مطالعه رفتارهای محیطی برخوردارند (شاهچراغی و بندرآباد ۱۳۹۴).

بازار ایرانی به عنوان یک فضای شهری، تجلی و تبلور پیوند توأمان ابعاد «ساختاری»، «ادراکی» و «رفتارهای اجتماعی» در فضا است و معنا در چنین فضایی در روابط متقابل بین فضا و ابعاد مذکور، تجلی می‌یابد. در مورد ارتباط فضا با بُعد رفتاری که هدف اصلی این پژوهش است، می‌توان گفت «که عملکرد بازار ایرانی، همگی در راستای برآوردن انواع نیازهای اجتماعی و انسانی ایجاد شده‌اند» (سجادزاده و پیربابایی، ۱۳۹۱: ۱۸۴). بازارها، مکان‌هایی هستند که در آن فرد تعاملات اجتماعی را تجربه، فضا را احساس و به ادراک محیط نایل می‌آید. بازارهای ایرانی با پاسخگویی به بسیاری از نیازهای انسان محیطی با هویت و جذاب را ایجاد کرده بودند و با ایجاد خاطره، خلق معنی و ارتقا کیفیت محیط بسیاری از مفاهیم را تداعی می‌کردند (عباسی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۶۰).

بازار از گذشته دور به مثابه ستون فقرات، مرکز فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی و سیاسی و کالبدی شهر ایرانی را تشکیل می‌داد. در بسیاری از شهرها، همجواری عناصر شاخص مذهبی و فرهنگی، اهمیت خاصی به بازار در سازمان فضایی شهر بخشیده است. امروزه بازار در شهر ایرانی عنصر زنده و معرف تاریخ و فرهنگ برآمده از معنای خاصی است که با اندوخته ذهنی انسانی ایرانی بیشترین قرابت را دارد و مهمترین عنصر کالبدی برای شهروندان ایرانی و گردشگران شناخته میشود. به علاوه بازار با نقش اجتماعی و اقتصادی، هنوز زنده‌ترین عنصر تاریخی کالبدی در شهر است که بستری از رفتارهای و فعالیت اجتماعی و فرهنگی را در خود مآوا می‌دهد (لک و حکیمیان، ۱۳۹۶) در دهه‌های اخیر رشد سریع عوامل مدرن و ضعف عوامل داخلی در شناخت به موقع واقعیات جدید جهانی و منطقه‌ای، لطمات جدی بر حیات بافت‌های سنتی و تاریخی مراکز شهری از جمله به بازارها وارد ساخته است. بازار تبریز، نیز نمونه‌ای از این موارد میباشد. (رضایی و همکاران، ۱۴۰۰) لذا موضوعات محوری مورد توجه در این پژوهش یعنی مولفه معنا در بازار سنتی و مجتمع‌های تجاری مدرن مبتنی بر رفتارگرایی انتخاب شده است.

این پژوهش به روش بررسی اسنادی، مردم نگاری و فنون کار میدانی، به ویژه مشاهده غیرمداخله‌ای به جمع آوری اطلاعات و با روش استدلال و استنتاج منطقی به تحلیل اطلاعات می‌پردازد. پس از تنظیم مشاهده نامه مشاهده نظام کالبدی رفتاری محیط اکولوژیک و رفتارهای محیطی و تحلیل اولیه مشاهدات میدان به انجام می‌رسد. سپس با برداشت دقیق تر و هدفمندتر رفتارهای محیطی در قرارگاه‌های رفتاری برگزیده، مضامین مهم استخراج و در قالب نتیجه مشاهدات ارائه می‌شود. در نهایت امید است با بهره‌گیری از نتایج توصیفی تحلیلی منطبق بر نظریه‌های علمی و بازشناسی نوع فعالیت‌های جاری فضا در برقراری روابط دیالکتیک عناصر کالبدی و مطلوبیت اجتماعی فضای بازار به عنوان یک قرارگاه رفتاری، راهکارهایی به منظور رفع کاستی‌ها در طراحی و افزایش جذابیت سایر مساجد علی‌الخصوص مراکز خرید معاصر ارائه کرد.

۲- مبانی نظری

۲-۱- قرارگاه رفتاری

مفهوم قرارگاه رفتاری اولین بار توسط راجر بارکر و تحت شاخه‌ای از علم روانشناسی با عنوان روانشناسی اکولوژیک (یوم شناختی) مطرح شد. روانشناسی اکولوژیک، محیط واقعی زندگی و رفتار انسان را متشکل از قرارگاه‌های رفتاری تودرتو می‌داند که

ضمن داشتن ارتباط، مستقل از یکدیگر کار می‌کنند. این واحدها ترکیبی از «رفتار-کالبد» هستند. (جعفری و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۷۰) پس از یک دهه مطالعه رفتار کودکان در آزمایشگاه، بارکر تصمیم گرفت که رفتار روزمره آن‌ها را در محیط واقعی بررسی کند. نتیجه این بررسی و مشاهده رفتار فراشخصی کودکان توأم با ساختاری پویا، او را به سمت ارائه نظریه‌ای با عنوان «قرارگاه رفتاری» سوق داد. نظریه بارکر با تأکید بر شکل‌گیری الگوهای رفتاری ویژه در مکان‌های عمومی مطرح شد. «بارکر و همکارانش متوجه رابطه‌ای دوسویه میان رفتار و محیط کالبدی شدند و به این موضوع پی بردند که تأثیر وضعیت‌هایی که فرد در آن‌ها قرار می‌گیرد بر رفتار، بسیار بیشتر از تأثیری است که ویژگی‌های شخصی فرد بر رفتار دارد؛ به گونه‌ای که افراد مختلف در یک محیط مشابه تا اندازه زیادی شباهت‌های رفتاری دارند (گلرخ، ۱۳۹۱: ۲). البته شایان ذکر است که گرچه نظریه قرارگاه رفتاری کاربرد وسیعی دارد و در عمل به اثبات رسیده است، ولی نتوانسته است که در سال‌های اخیر توجه پژوهشگران زیادی را به خود جلب کند (Brown et al. 2007:400).

۲-۱-۱- ویژگی‌های قرارگاه رفتاری

براساس تعریف بارکر (۱۹۶۸)، قرارگاه رفتاری دارای دو دسته ویژگی‌های ساختاری و پویاست و به وسیله شش مولفه تعریف می‌شود (Hart & Miethe, 2015:377). بعدها «شوگن» با بسط مفاهیم ارائه شده توسط بارکر، تعریف کامل‌تری از ویژگی‌های قرارگاه رفتاری به شرح زیر ارائه کرد (گلرخ، ۱۳۹۱: ۲۲-۱۹، جعفری و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۷۰-۱۷۱):

الف) ویژگی‌های ساختاری قرارگاه رفتاری

- ۱) الگوی جاری رفتار: یک قرارگاه رفتاری از یک یا چند الگوی رفتاری دائمی (تکرارشونده) تشکیل می‌شود.
- ۲) الگوی جاری رفتار و محیط: به مجموعه‌های ویژه‌ای از اجزای غیررفتاری قرارگاه، همچون موارد کالبدی و جغرافیایی وابسته می‌شوند.
- ۳) ظرف کالبدی دربرگیرنده رفتار است: به این معنی که محیط قرارگاه رفتاری بر الگوی جاری رفتار احاطه دارد و مرزهای محیط معمولاً الگوهای رفتار را بی‌وقفه احاطه کرده‌اند.
- ۴) ظرف کالبدی با رفتار همساختی دارد. همساختی به معنای شباهت در ساختار است. همساختی میان مرز رفتار و مرز ظرف کالبدی، اصلی تعیین‌کننده است.
- ۵) واحدهای رفتار-ظرف کالبدی سینومرف نامیده می‌شوند. رابطه همساختی بین اجزای محیط و الگوهای جاری رفتار، به محض ساخته شدن قرارگاه‌های رفتاری، عناصر بنیادینی را بازسناسی می‌کنند. بدون چنین رابطه‌ای، وجود قرارگاه رفتاری امکان پذیر نیست.

ب) ویژگی‌های پویای قرارگاه رفتاری

- ۶) سینومرف‌ها دارای درجه مشخصی از وابستگی متقابل هستند.
- ۷) درجه وابستگی متقابل در سینومرف‌ها، درون خودشان بیشتر است تا در رابطه آن‌ها با سینومرف‌های قرارگاه‌های رفتاری دیگر.

مولفه کلیدی هر قرارگاه رفتاری که آن را از مفاهیمی چون مجموعه افراد یا موقعیت‌های بدون افراد (برای مثال یک کلاس خالی) متمایز می‌کند، درجه‌ای از همبستگی میان اجزاء افراد و محیط است. بنابراین قرارگاه رفتاری یا قرارگاه رفتاری و یا یک مکان-رفتار عنصری تحلیل‌کننده و یا برای تحلیل محیط است. برای فردی که وارد فضای می‌شود اولین نکته مهم در تعریف قرارگاه رفتاری این است که بداند و درک کند که وارد چطور قرارگاهی شده است. به عبارت دیگر افراد می‌بایست هویت و معنی قرارگاه را تشخیص دهند تا بتوانند رفتاری سازگار با هویت آن قرارگاه از خود بروز دهند.

۲-۲- دسته‌بندی فعالیت‌ها بر اساس نظر یان گل

یان گل، معمار و طراح شهر دانمارکی، در کتاب خود با عنوان «زندگی در فضای میان ساختمان‌ها» به رابطه محیط بر فعالیت و رفتار انسان پرداخته و بر همین اساس دسته‌بندی سه‌گانه خود در خصوص فعالیت‌های انسان در فضای شهری را ارائه کرده است. «او معتقد است که از طریق طراحی و با برخی محدودیت‌های منطقه‌ای، اقلیمی و اجتماعی ممکن است بر تعداد استفاده‌کنندگان از

فضا، بر دوام عملکردها و نحوه گسترش آن‌ها در محیط تأثیر گذاشت (کرمونا و دیگران، ۱۳۸۸: ۲۱۵). گل فعالیت‌های بیرونی در فضاهای باز عمومی را به سه دسته کلی تقسیم می‌کند:

فعالیت‌های ضروری، اجباری (تحت همه شرایط): فعالیت‌های ضروری آن‌هایی هستند که حالتی کمابیش اجباری دارند به بیان دیگر فعالیت‌هایی که به درجات مختلف ناگزیر به شرکت جستن در آن‌ها هستیم. از آنجا که فعالیت‌هایی از این دست ضروری و اجباری می‌نمایند، وقوع آن‌ها کمترین تأثیرپذیری را از محیط اطراف دارد. این‌گونه فعالیت‌ها در همه اوقات سال و در همه شرایط انجام می‌پذیرند؛ بنابراین کمابیش مستقل از محیط بیرونی هستند و افراد هیچ‌گونه حق انتخابی ندارند (گل، ۱۳۸۷: ۳). یک شهر خوب برای بسیاری از فعالیت‌های ضروری شرایط مناسبی فراهم می‌آورد و در طی زمان این فعالیت‌ها را حفظ و تقویت می‌کند (گل، ۱۳۸۹: ۵).

فعالیت‌های انتخابی، اختیاری (تنها تحت شرایط مطلوب): فعالیت‌های انتخابی زمانی صورت می‌پذیرند که تمایل به انجام آن وجود داشته باشد و زمان و مکان نیز فراهم‌آور زمینه‌ای مساعد باشند. این فعالیت‌ها تنها در صورت مطلوب بودن شرایط محیط بیرونی رخ می‌دهند و اینکه هوا و مکان حالتی دعوت کننده داشته باشند (گل، ۱۳۸۷: ۵). ویژگی بارز شهر خوب، وجود فعالیت‌های اختیاری بسیار است (گل، ۱۳۸۹: ۵).

فعالیت‌های اجتماعی: فعالیت‌های اجتماعی دربرگیرنده‌ی آن‌هایی است که بیش از هر چیز وابسته به حضور دیگران در فضاهای عمومی است. این‌گونه فعالیت‌ها را می‌توان فعالیت‌های برآیندی یا منتهی نیز نامید، چرا که تقریباً در تمام موارد از فعالیت‌های پیوند یافته با دو دسته دیگر ناشی می‌شوند. آن‌ها در ارتباط با دیگر فعالیت‌ها گسترش می‌یابند. فعالیت‌های اجتماعی به صورت خودجوش و دفعتاً، به‌عنوان نتیجه مستقیم بودن مردم در فضاهای مشابه و حرکشان در آن فضاها، صورت می‌پذیرند. این مسئله نشان می‌دهد که هرکجا فعالیت‌های ضروری و انتخابی در فضاهای عمومی دارای شرایط بهتری باشند، فعالیت‌های اجتماعی مورد حمایت قرار می‌گیرند (گل، ۱۳۸۷: ۶). یک شهر خوب، طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اختیاری را عرضه می‌کند و از آنجا که مردم بسیاری در شهرها حاضر هستند، افراد زیادی برای تجربه کردن، تماشا کردن و صحبت کردن وجود دارند. در نتیجه شهر، به شهری سرزنده و فوق‌العاده تبدیل می‌شود: شهری برای مردم (گل، ۱۳۸۹: ۵).

۲-۳- معنا در معماری

معنا با تصاویر و صورت‌های ذهنی، شکل می‌بندد. این صورت‌ها و تصاویر، توسط امور خارجی و با ادراکات و دریافت‌های فردی و اجتماعی به‌وجود می‌آیند (صدری و همکاران، ۱۳۹۸). آنچه مسلم است این است که پارامترهای تأثیرگذار در شکل‌دهی به معنای مکان در محیط‌های مختلف بسته به افراد استفاده‌کننده از آن متفاوت است. افراد مختلف بنا به نوع ادراکی که از آن محیط داشته و نیز نحوه تجربه آن، سطوح مختلفی از این معنا را ادراک می‌کنند.

پاره‌ای از نظریه‌پردازان بر این اصل اعتقاد دارند که با طراحی محیط کالبدی، معنا به وجود می‌آید. از دیدگاه ایشان، ساختار کالبدی محیط همانند یک نشانه عمل کرده و باعث انتقال معنا می‌شود. بر این اساس معنای مکان بر اثر توجه طراح به ویژگی‌های فیزیکی محیط از جمله ترکیب فرم، سایه و روشن، رنگ، صدا و نور شکل می‌گیرد. همچنین ایشان معتقدند در بنایی که برای اولین بار ترکیبی از این موارد در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند، معنایی به وجود می‌آید که چنانچه قرار باشد این بنا در جای دیگری مجدداً ساخته شود، شاید دیگر آن معنای اولیه یا به تعبیر ایشان حس مکان اولیه را نداشته باشد (فلکیان و همکاران، ۱۴۰۰).

جیمز گیسون معنا در محیط را دارای شش سطح می‌داند سطوح معنا بنا بر عقیده وی شامل معانی آنی و ابتدایی (مبین ویژگی‌های آشکار فیزیکی)، معانی کارکردی (مبین عملکرد و سودمندی پدیده)، معنای ابزاری (پاسخگو به مقاصد و کاربردهای ویژه)، معنای ارزشی و عاطفی (مبین جنبه‌های احساسی قابل‌درک از پدیده)، معنای نشانه‌ای (مبین جنبه‌های نشانه‌ای پدیده) و معنای نمادین می‌گردد (Gibson, 1950). در اینجا می‌توان تناظری میان سطوح معنا از دیدگاه گیسون و مراحل فرایند شکل‌گیری معنای محیط بنا بر نظریه لینچ برقرار نمود. بدین ترتیب ادراک معانی آنی ابتدایی را می‌توان متناظر با مرحله شناسایی، بازشناسی، تمایز و برقراری پیوند بین اجزاء و عناصر محیط که به عقیده لینچ عمدتاً منوط به درک ویژگی‌های کالبدی محیط می‌باشند، در نظر گرفت و ادراک معانی کارکردی-ابزاری را متناظر با مرحله برقراری ارتباط و پیوند بین محیط‌های شهری و فعالیت‌های شهر دانست. همچنین به نظر می‌رسد که ادراک معانی ارزشی و عاطفی و نیز معانی نشانه‌ای و نمادین با مرحله برقراری پیوند با رویدادها، مکان و زمان و ارتباط با مفاهیم غیر فضایی و ارزش‌ها متناظر باشد (کلالی و مدیری، ۱۳۹۱: ۴۵).

تطبیق نظریات مختلف در رابطه با معنا، نشان‌دهنده مشترک بودن برخی از سطوح و مفاهیم، در میان نظریه‌های مختلف است. از این رو به‌طور کلی می‌توان سطوح معنا در دو گروه «معنای صریح» و «معنای ضمنی»، جای داد. پس از این طبقه‌بندی که به شناخت بهتر معنا در محیط‌های شهری منجر می‌شود، برای بررسی ارتباط معنا با عامل مؤثر در شکل‌دهی به فضای شهری باید دانست که، اعتقاد به این امر که معنا در درون شیء یا مکان قرار دارد و یا اینکه به‌وسیله مردم به مکان نسبت داده می‌شود تا اندازه

زیادی به سطوح مختلف معنا ارتباط دارد. چراکه می‌توان معنا را در سطوح اولیه، بیشتر وابسته به پدیده دانست و آن را کمتر تحت تأثیر فرهنگ و ارزش‌ها قلمداد نمود درحالی‌که در سطوح بالاتر، عمدتاً معانی ارتباط نزدیک‌تر و بیشتری با افراد برقرار نموده و وابستگی بیشتری به چگونگی تفسیر آن‌ها و نسبت دادن معانی توسط افراد به پدیده مورد نظر دارند. از این‌رو برای شناخت عمیق معنا در فضاهای شهری لازم است تا نقش عاملیت انسانی به‌عنوان سازنده، تفسیرگر و متأثر از معنای محیط با دقت مطالعه شود.

۴- ساختار پژوهش

با توجه به اهمیت و نقش کلیدی الگوهای جاری فعلیتی در کیفیت قرارگاه‌های رفتاری در بازارهای سنتی و امروزی مورد مطالعه، این پژوهش به دنبال پاسخ دست‌یابی به اهداف مطرح شده مطابق با چارچوبی است که در این بخش ارائه می‌شود. از سوی دیگر نظر به قابلیت‌های نظریه چیدمان فضا در تحلیل پیکره‌بندی فضا، از این شیوه در بررسی کالبدی بازار استفاده خواهد شد. در این خصوص از شاخص‌هایی چون "قابلیت دسترسی"، "عمق فضایی" و "میزان همپیوندی فضایی" استفاده می‌شود. به منظور بررسی همه‌جانبه و صحیح ویژگی‌های فضایی بازار از ابزار دیگری نیز بهره می‌گیریم به صورتی که مراحل رفتارنگاری به صورت زیر دنبال می‌شود:

۱. معرفی ساختار کالبدی و عملکردی محدوده مطالعه
۲. تنظیم فرم مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه به عنوان سند تحلیل و مشاهده میدانی رفتارهای محیطی
۳. مشاهده ساختارهای کالبدی رفتاری محیط مبتنی بر داده‌های محیط
۴. ثبت داده‌ها شده در ترکیب با ترسیمات دوبعدی به صورت نقشه‌های قرارگاه‌های رفتاری
۵. گزارش نتیجه مشاهدات، استخراج مضامین کلیدی

بر این اساس می‌توان چنین پنداشت که در بررسی نحوی بازار از تحلیل دیداری-ادرا کی بهره گرفته می‌شود و در بررسی شناختی بازار از الگوی پیمایشی-ادرا کی بهره می‌گیریم.

۴-۱- روش پژوهش

پژوهش حاضر که بنا به ماهیت از نوع کاربردی است و در آن به بررسی یک فضای معماری-شهری به صورت مطالعه موردی پرداخته شده است، یک پژوهش میدانی با رویکرد توصیفی-تحلیلی است. روش تحقیق حاضر بنا به داده‌های موجود آمیخته یا تلفیقی است. «در رویکرد تلفیقی، پژوهش‌های کیفی و کمی می‌توانند از طریق ایفای نقش‌های مربوط، یعنی کشف و تأیید، همدیگر را کامل کنند» (گال و همکاران، ۱۳۸۲: ۶۴). رویکرد این پژوهش به دیدگاه ترنر^۱ نزدیک است. از دیدگاه وی «ما می‌توانیم همه اطلاعاتی را که درباره جهان کسب می‌کنیم اطلاعات کیفی محسوب کنیم و سپس درنگریم که تحت برخی اوضاع و احوال می‌توان این اطلاعات را برای ایجاد نوع خاصی از داده‌ها، یعنی داده‌های کمی، به کار گرفت و می‌توان از خواص اعداد برای آن‌ها بهره گرفت» (Turner, 1994: 195).

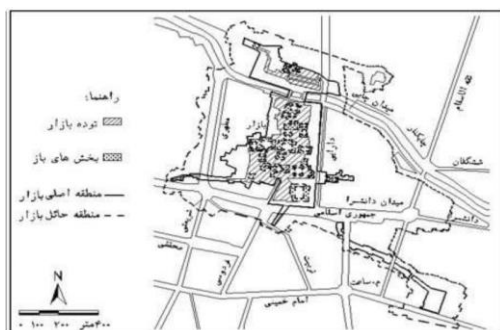
در مطالعه کیفی از آنجا که مبنای تعریف قرارگاه رفتاری و به‌صورت کلی روانشناسی اکولوژیک، بررسی رفتار مردم در محیط واقعی- نه آزمایشگاهی و کنترل شده- و ساخته شده است، بدون مشاهده نحوه فعالیت و رفتار افراد در بستر مکان مورد مطالعه (قرارگاه رفتاری که در این مطالعه فضای جلوخان می‌باشد)، نمی‌توان ارزیابی صحیحی در این خصوص داشت و برهمین اساس به منظور بررسی فضاهای مورد مطالعه در این پژوهش، از روش پیمایشی استفاده شده است و ابزار گردآوری اطلاعات در این راستا، مشاهدات میدانی (فیلمبرداری و عکاسی به صورت موردی و سری زمانی)، تهیه نقشه‌های رفتاری (در زمان‌های مختلف و بخصوص در زمان اوج استفاده از فضاها)، مصاحبه و تحلیل چیدمان فضایی ساختار فضایی بوده است. از سوی دیگر، قرارگاه‌های رفتاری دارای ماهیت اجتماعی-کالبدی است و پرداختن به آن بدون توجه به نظرات مردم امکان‌پذیر نیست از این‌رو به منظور گردآوری نظرات افراد و آزمون فرضیه اول از طریق همبستگی، پاره‌ای از داده‌ها در خصوص ارزیابی کیفیت محیط از طریق پرسشنامه محقق ساخت گردآوری شده است.

با جمع بندی موارد فوق در پژوهش از میان انواع روش‌های تحقیق تلفیقی، از روش «اکتشافی» استفاده می‌شود. «هدف از این روش دومرحله‌ای، تحت تأثیر قرار دادن نتایج روش اول (کیفی) در روش دوم (کمی) است» (نیازی، ۱۳۹۱: ۱۷۳). بنابراین رویکرد غالب، رویکرد کیفی است که بر ماهیت اجتماعی واقعیت‌ها و اهمیت ارزش‌ها در فرآیند تحقیق تأکید دارد. البته در قسمت‌هایی از این تحقیق، بنا به ضرورت و با توجه به نیاز به مقایسه کمی نتایج، از رویکرد کمی نیز استفاده شده است.

1- Turner, B.A

۲-۴- محدوده پژوهش

بازار تبریز از ممتازترین بازارهای دنیا است که تمام راستهها، بازارها، دالانها، کاروانسراها و تیمچهها آن بههمپیوسته بوده و بخش وسیعی از شهر تبریز را فرا گرفته است. (مرصوصی و خانی، ۱۳۹۰) بازار تبریز یکی از مهمترین مراکز توزیع عمده کال در زمان قدیم بوده و نقشی قدرتمندی در فروش و توزیع کالاها ایفا میکرد. نقش تولیدی بازار در کنار نقش توزیعی آن نیز پررنگ بود و یکی از مراکز تولید کال بشمار می‌آمد. با توجه به این ویژگی، بازار علاوه بر اینکه یک محیط خاص اجتماعی-اقتصادی است و نظام طبقه‌ای-قومی ویژه‌ای ایجاد نموده، پا را فراتر نهاده و توانسته در نظام‌های کنشی، دست به عمل زند و تبدیل به یکی از گروههای تخصصی در شهر شود که قدرت واکنش به شرایط نامساعد اجتماعی - اقتصادی و سیاسی را داشته است (رضایی و همکاران، ۱۴۰۰)



شکل ۲. نقشه بازار تبریز (ماخذ: رضایی و همکاران، ۱۳۳)



شکل ۱. فضای داخلی بازار تبریز (ماخذ: نگارنده، ۱۴۰۱)

۵- یافته‌های پژوهش

هدف از این مطالعه، بررسی فعالیت‌های گوناگون شهروندان در "قرارگاه‌های رفتاری" واقع در محدوده مطالعه، شناسایی نوع و محل وقوع این فعالیت‌ها و تحلیل ارتباط آن‌ها با داده‌های محیطی بود. در گام نخست، با استفاده از روش مشاهده و پیمایش میدانی، فعالیت‌های جاری در فضا در ایام مختلف هفته و ساعات گوناگون شبانه‌روز در قرارگاه‌های رفتاری مورد مطالعه ثبت شد. سپس، فعالیت‌های ثبت شده در دسته‌بندی‌های سه‌گانه اجباری، اختیاری و اجتماعی طبقه‌بندی شدند. بنابر چارچوب نظری، می‌توان به مشاهده و بررسی تطبیقی کیفیت کالبدی (ساختاری، عملکردی؛ محیطی؛ فضائی و معنایی) و رفتاری (اجتماعی، اختیاری و اجباری) از یکسو و پیکره‌بندی فضایی (همپیوندی، عمق و اتصال) از سوی دیگر، به عنوان متغیرهای آزمودنی این پژوهش پرداخت. از آنجا که به گفته گل و سوار (۲۰۱۳) استخراج و ثبت داده‌های مربوط به رخدادهای رفتاری پیچیده ترین بخش مطالعات محیط رفتار محسوب می‌شود، موقعیت مکانی و زمانی و روش نمونه‌گیری رفتاری در این روند اهمیت می‌یابد. با توجه به گستردگی در محیط انتخاب شده، یک میدان رفتاری در هریک برگزیده شده است.

رفتارهای محیطی در بازه سه ماهه مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. چهار مقطع زمانی که انتظار می‌رود در این مقاطع، بیشترین تنوع رفتاری و در همپوشانی با یکدیگر، دید جامعی از ماهیت رفتاری مجموعه را به نمایش بگذارند، انتخاب شده است. در بازار سنتی مشاهده رفتاری در ایام سوگواری محرم نیز صورت گرفته است. هر مقطع زمانی شامل ساعات پرزدحام فعالیت قرارگاه رفتاری (از ساعت ۹ تا ۱۲ و ۱۷ تا ۲۱)، به دو بازه صبح و عصر تقسیم شد. از آنجا که از دیدگاه گل و سوار (۱۳۹۲) فیلم برداری و عکس برداری از بهترین روش‌های ثبت و بازبینی داده‌های رفتاری محسوب می‌شود، در این پژوهش در هر بازه زمانی از طریق فیلم برداری مشاهدات رفتاری میدان ضبط می‌شود. به علاوه، در وقفه‌های ۳۰ دقیقه‌ای، دو عکس‌برداری تصادفی از قرارگاه در شلوغترین و متنوع‌ترین وضعیت نمایش رفتاری محیط به انجام می‌رسد. یادداشت برداری رفتاری نیز برای تکمیل داده‌ها به کار گرفته شده است. ذکر این نکته ضروری است که در ثبت داده‌ها تنوع رفتاری شمارش می‌شود، نه تعداد افراد.

جدول ۱. دسته‌بندی فعالیت‌های جاری در قرارگاه‌های رفتاری مورد مطالعه (منبع: نگارنده، ۱۴۰۲)

فعالیت قرارگاه	فعالیت‌های اجباری	فعالیت‌های اختیاری	فعالیت‌های اجتماعی
قرارگاه اول	عبور کاسیان و حجره‌داران جهت حرکت به سمت محل کسب، تردد گردشگران، گذر مردم از ورودی جهت حرکت در امتداد مسیر بازار، سیگار کشیدن، ورود به بازار برای تماشا، غذا خوردن، تکدی‌گری	عکاسی، نشستن روی پیرنشین‌ها، استراحت کردن گردشگران، ترسیم کروکی، لذت بردن از آفتاب در فصول سرد، استفاده از سایه‌اندازی پیاده‌روی، دید مناسب به سایر فضاها	ملاقات و معاشرت، بازی کردن کودکان، تماشا کردن منفعل سایر مردم، ورزش کردن بزرگسالان (در زمان‌های خلوت)، دوچرخه‌سواری
قرارگاه دوم	ورود به فضای مسجد برای اقامه نماز، گذر از جلوخان جهت حرکت در فضای بازار، خرید از دستفروشان، خرید و فروش مردم و کاسیان حجره‌های مجاور، تکدی‌گری، انتظار برای قرار ملاقات،	نشستن روی دیوار کوتاه که در امتداد جداره میدان، عکاسی، دید و منظر وسیع و مناسب به ساختار فضایی میدان، هواخوری، اذان گفتن، مطالعه	ملاقات و معاشرت‌های گروهی و اجتماعی، بازی کردن کودکان، تماشا کردن منفعل سایر مردم
قرارگاه سوم	خرید، سیگار کشیدن، ورود به مسجد برای تماشای این اثر تاریخی	عکاسی، ملاقات‌های دوستانه، پیاده‌روی، ویتترین گردی	ملاقات و معاشرت‌های گروهی و اجتماعی، نشستن و تماشا کردن

تحلیل نتایج مشاهدات رفتاری، به درک عمیق‌تر ماهیت رفتاری و نحوه کارکرد محیا در سه قرارگاه رفتاری مورد مطالعه کمک می‌کند. همانطور که قبلاً ذکر شد، این نکته در نظر گرفته شده است که افراد ممکن است در طول زمان، رفتار و فعالیت خود در محیط را تغییر دهند. در بررسی میزان "رفتار خرید"، تفاوت قابل توجهی بین سه قرارگاه رفتاری مشاهده می‌شود. معیارهای مورد استفاده برای سنجش این رفتار شامل مشاهده کیسه‌های خرید در دست افراد و مکالمات مرتبط با خرید بوده است. از سوی دیگر، می‌توان "درصد رخداد تعاملات کلامی کوتاه" را در قرارگاه‌های رفتاری، بیشتر از همه به فعال و دوستانه بودن جداره‌های محیط مرتبط دانست. این ویژگی، به نوبه خود، فرصت خرید را افزایش می‌دهد.

۵-۱- مقایسه قرارگاه‌های رفتاری

مطالعات پیشین نشان داده‌اند که الگوهای رفتاری افراد در فضا تحت تأثیر عوامل متعددی از جمله ساختارهای فضایی، عملکردی و ادراکی محیط قرار دارد. این پژوهش ضمن تأیید این یافته‌ها، به نقش ساختارهای اکولوژیکی در شکل‌گیری رفتارهای محیطی ایستا مانند "توقف طولانی"، "تعاملات غیرکلامی" و "تعاملات کلامی طولانی" می‌پردازد. مقایسه قرارگاه‌های رفتاری نشان می‌دهد که عواملی مانند وجود کنج‌های قوی، کاهش سرعت در مسیرهای حرکتی، تمرکز فضایی و تفکیک فضایی، در افزایش تمایل افراد به توقف، تعامل و گفتگو نقش دارند.

در قرارگاه اول بازار تبریز، شکل‌گیری کنج‌های قوی و کاهش سرعت در مسیر حلقه حرکتی مستطیل شکل، به همراه همگرایی واحدهای فضایی پیرامون سکوی مرکزی و تفکیک فضایی آن به لحاظ هندسی، با وجود وحدت عملکردی با راسته و رسته بازارهای پیرامونی، فضایی را برای مکث، جداسدن و تماشای جمعیت، تعامل و گفتگوی طولانی‌تر فراهم می‌کند. در مقابل، در قرارگاه دوم و سوم با وجود فقدان کنج‌های مشوق توقف، تمرکز و همگرایی ضعیف‌تر فضا، عدم تفکیک قدرتمند فضای مرکزی و راهروها (که به عدم تمایز ماهیت رفتاری آنها از یکدیگر انجامیده) و پویایی و پیوستاری بیشتر مسیرهای حرکت افقی، به دلیل وجود تجهیزات نشستن و امکانات رفاهی، شاهد تمایل بیشتر افراد به توقف، اما برای زمان‌های کوتاه‌تر و با تمرکز بر فعالیت‌های دیگر مانند استراحت و صرف غذا هستیم.

با این همه، به دلیل انعطاف‌پذیری جداره‌ها و امکان تلفیق‌پذیری حجره‌های پیرامونی با فضای مرکزی در تیمچه و راسته‌ها، ساختار کلابدی در بازار تبریز قادر است تغییر شکل بارز رفتارها و تغییر استفاده محیط در زمان را ممکن سازد. در روزهای عادی و غیر مناسبتی سال این ساختار، فرم بسیار پویایی برای حرکت و در ایام محرم، فرمی ایستا برای برپایی مراسم تعزیه خوانی و سوگواری فراهم می‌کند. اما قرارگاه رفتاری دوم، به دلیل عدم انعطاف‌پذیری جداره‌های درونی فضا قابلیت انطباق‌پذیری برای تغییر استفاده در زمان را ندارد و چیدمان صندلی‌های کافی شاپ به نحو واگرا گرداگرد وید مرکزی، تأمین خلوت شخصی یا صرفاً

تجمع گروه‌های کوچک دوستانه را تسهیل می‌کند. در مجموع، به دلیل تفاوت بارز ساختارهای کالبدی رفتاری دو قرارگاه رفتاری تحت بررسی، میزان رخداد هفت الگوی رفتاری تفاوت چشمگیری دارد.

ساختار کالبدی بازار و قرارگاه رفتاری دوم، نقش متفاوتی در پویایی و تنوع فعالیت ایفا می‌کند. بازار با تشویق "حرکت افقی فشرده، جمعی و گشوده به همراه توقف‌های کوتاه" فضایی پویا و پر جنب و جوش ایجاد می‌کند. در مقابل، قرارگاه رفتاری دوم با تمرکز بر "حرکت عمودی کنترل‌شده و توقف‌های طولانی" فضایی آرام‌تر و متمرکزتر را به وجود می‌آورد. از نظر تنوع فعالیت، بازار تبریز با "جذب حداکثری، اختلاط و امتزاج تنوع گسترده فعالیت‌های ضروری و انتخابی" مشخص می‌شود. ویژگی‌های کارکردی جداره‌ها، نظام اشیاء و نظام سیماشناختی در ساختار کالبدی بازار، این تنوع را تسهیل می‌کنند. در مقابل، ساختار اجتماعی بازار با "تنوع رفتاری ناشی از تنوع فعالیت‌های بازار را با روش کنترل ترم، غیرمستقیم و نمادین سامان می‌دهد." اما خط مشی برنامه‌ریزی، ساختار کالبدی و ساختار اجتماعی قرارگاه رفتاری دوم، محدودیت‌های جدی برای پذیرش برخی فعالیت‌ها، به ویژه فعالیت‌های انتخابی ایجاد می‌کند.

مشاهدات نشان می‌دهد نفوذپذیری قلمروها، دعوت‌کنندگی، گشودگی صمیمیت و انعطاف‌پذیری زیاد جداره‌ها در بازار تبریز در فرصت‌سازی برای رفتارهای پویا و ایجاد قابلیت تغییر استفاده محیط در زمان اهمیت یافته‌اند. در حالی که تجهیز قوی محیط با میلمان، اشیاء و امکانات فراغتی ارتباطی در قرارگاه رفتاری دوم، در زمینه‌سازی رفتارهای ایستا نقش بارزی داشته‌اند. در نهایت اینکه، تحت تأثیر دو عامل کیفیت حرکت و تنوع فعالیت‌های ضروری و انتخابی، «کیفیت تعاملات کارکردی انسانی» و به عبارت دیگر، فعالیت‌های اجتماعی در دو قرارگاه رفتاری تفاوت می‌یابد.

برای سنجش معناداری قرارگاه‌های رفتاری از پرسشنامه محقق ساخت استفاده شد. برای تحلیل اطلاعات کمی و آزمون‌های آماری از نرم افزار SPSS نسخه ۲۳ استفاده شد. از ۱۴۰ پرسشنامه تحلیل شده ۸۱ نفر (۵۷٫۹ درصد) مرد و ۵۹ نفر (۴۲٫۱ درصد) زن بودند. میانگین نمره کل کیفیت محیط ۴٫۲۸ با انحراف معیار ۲٫۱۶ به دست آمد. بر این اساس مشخص شد که معنای ادراک شده افراد در فضای مورد مطالعه در حد بالا (خوب) است. به صورتی که حدود ۷۸٫۴ درصد از شهروندان میزان معنای محیط را خوب یا عالی ارزیابی کرده‌اند. بر اساس آزمون T تک متغیره و با توجه به این که میانگین جامعه بیشتر از ۳ است و کران‌های بالا و پایین هر دو منفی هستند، بنابراین کیفیت از حد متوسط بالاتر است.

جدول ۲- سنجش میزان معنای ادراک شده شهروندان با آزمون T تک نمونه‌ای (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)

اعتبار آزمون: ۳							شرح
سطح اطمینان ۹۵ درصد		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	میانگین جامعه	مقدار T	
کران پایین	کران بالا	-۰٫۳۲۸	۰٫۰۰۰	۱۴۰	۴٫۲۸	۴٫۶۲	کیفیت
-۰٫۴۶۳		-۰٫۳۹۵					

ضریب همبستگی میان زیرمتغیرهای پژوهش حاکی از آن است که کیفیت فضاهای مورد مطالعه رابطه معناداری با فعالیت‌های اختیاری و اجتماعی دارد. این نتیجه بر اساس آراء «یان گل» در خصوص فضاهای شهری با کیفیت و سرزنده قابل تفسیر است. به عبارت دیگر وی فعالیت‌های از جمله پیاده‌روی، نشستن، تماشای جنب‌وجوش زندگی را در زمره رفتارهای اختیاری و دیدارها و گپ‌های کوتاه، انواع مختلف فعالیت‌ها گروهی را در زمره رفتارهای اجتماعی می‌داند که در این پژوهش طبق نظر پرسش‌شوندگان به صورت پرتکرار در قرارگاه‌های رفتاری بروز کرده و رابطه معناداری با احساس مطلوبیت افراد نسبت این فضاها داشته است.

۶- نتیجه‌گیری

فضای شهری امروزه با معضلاتی همچون بی‌رویی، ملالت و عدم حضور فعالانه افراد روبروست. ریشه این مشکلات را می‌توان از منظر نظریه "قرارگاه رفتاری" بارکر و "گونه‌بندی فعالیت فرد پیاده در فضای شهری" یان گل، در فقدان الگوهای رفتاری ثابت و عدم پاسخگویی به نیازهای سه‌گانه اجباری، انتخابی و اجتماعی انسان جستجو کرد. طبق این نظریه، یک "قرارگاه رفتاری" مطلوب، باید زمینه‌ساز الگوهای رفتاری تکرارشونده و همچنین دارای کیفیتی بالا برای ترویج فعالیت‌های انتخابی و در نتیجه، تعاملات اجتماعی باشد. مطالعه تطبیقی سه "قرارگاه رفتاری" در بازار تبریز نشان داد که عواملی مانند "پویایی حرکت افقی" تحت تأثیر نظام فضایی حرکتی و محرک‌های حسی-بصری، "قابلیت انعطاف‌پذیری فضا" متأثر از کارکرد جداره‌ها، سیماشناسی و اشیاء محیط، و "معاشرت‌پذیری" قوی محیط، به طور هم‌افزا در افزایش تحرک رفتاری، تنوع راهبردهای خلاقانه و تعاملات انسانی پویا نقش داشته‌اند.

۱. پورجعفر محمدرضا، پورجعفر، علی (۱۳۹۰) «نقش سرمایه اجتماعی در وضعیت اقتصادی بازارهای سنتی در ایران» مدیریت شهری، ۹، ۲۰۳-۲۲۱
۲. تفکر، ثریا، شاهچراغی آزاده، حبیب فرح. (۱۳۹۸) بررسی تطبیقی معماری بازار تاریخی تهران و مرکز خرید ارگ تهران بر اساس نظریه سینومرفی (هم‌ساختی کالیدرفتار). مطالعات معماری ایران. ۱۳۹۸؛ ۸ (۱۶): ۱۰۵-۱۳۱
۳. جعفری، مژده، اسدپور، علی، حائری، سلما. (۱۳۹۹). راهبردهای طراحی خوابگاه‌های دانشجویی براساس تحلیل قرارگاه‌های رفتاری؛ نمونه مورد مطالعه: خوابگاه دانشجویان دختر دانشگاه شیراز. معماری و شهرسازی ایران، ۱۱(۱)، ۱۶۷-۱۸۶.
۴. حبیبی، لیلا، محمودی پاتی، فرزین. (۱۳۹۶). از بازار تا پاساژ: تحلیلی بر سیر تحولات فضاهای تجاری مدرن در شهر تهران. باغ نظر، ۱۴(۴۹)، ۴۵-۵۶.
۵. حمزه‌نژاد، مهدی، قلیچی، پدram. (۱۳۹۷). بررسی اجتماع‌پذیری و کیفیت قرارگاه‌های رفتاری در پارک‌های درون دانشگاهی، مورد مطالعاتی: پارک دانشگاه علم و صنعت ایران. معماری و شهرسازی آرمان شهر، ۱۱(۲۵)، ۴۵-۵۵.
۶. رضازاده راضیه، محمودی فرزین، افتخاری عبدالرضا رکن‌الدین، رفیعیان مجتبی. (۱۳۸۹) استفاده از مفهوم تراکم ادراکی در برقراری مطلوبیت محیطی مورد مطالعه: محله اسپه کلاشهر آمل. برنامه‌ریزی و آمایش فضا. ۱۳۸۹؛ ۱۴(۳): ۲۲۸-۲۰۳
۷. سجادزاده، حسن و پیربابایی، محمدتقی (۱۳۹۱). فرایند رخداد معنا در فضای شهری، آرمانشهر، ۹-۱۷۷-۱۸۵.
۸. سجادزاده، حسن، ایزدی، محمدسعید، حقی، محمدرضا. (۱۳۹۶). رابطه پیکره‌بندی فضایی و امنیت محیطی در سکونتگاه‌های غیررسمی شهر همدان. نشریه هنرهای زیبا- معماری و شهرسازی، ۲۲(۲): ۱۹-۲۸
۹. سجادزاده، حسن؛ عباسی کرناچی، مهسا؛ سهرابی، ندا. (۱۳۹۹). ارتقا و ساماندهی ساختار راسته بازارهای سنتی با تاکید بر پیکره بندی و هم پیوندی فضایی نمونه پژوهش: بازار کرمانشاه، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، ۳۱(۳)، ۷۹-۱۰۶
۱۰. شاهچراغی، آزاده و بندرآباد، علیرضا (۱۳۹۴) «محاط در محیط»، چاپ اول، تهران: جهاد دانشگاهی
۱۱. صدری کیا، سمیه، بمانیان، محمدرضا، پورمند، حسن علی. (۱۳۹۸). مطالعه تطبیقی کارکردهای تمثیل با رویکرد بیان معنا در معماری ایرانی. معماری و شهرسازی آرمان شهر. ۱۱۲(۲۹)، ۸۱-۹۸.
۱۲. عباسی زهرا، حبیب فرح، مختاباد امرئی سیدمصطفی (۱۳۹۴) «تحلیل انگاره های محیطی موثر بر مولفه معنا در بازار سنتی ایرانی، نمونه موردی: مقایسه تطبیقی بازار سنتی کاشان و مجتمع تجاری صفویه کاشان» مدیریت شهری، ۴۰ (۱۴)، ۱۵۹-۱۷۶
۱۳. عسگری، علی، نصیرسلامی، سیدمحمدرضا، سلطان‌زاده، حسین، هاشم نژاد شیرازی، هاشم. (۱۳۹۷). «معماری مصرفی: تحلیلی معناشناختی بر پدیده مصرف در مراکز بزرگ خرید شهری». باغ نظر، ۱۵(۵۹)، ۱۷-۲۸.
۱۴. علی‌الحسابی، مهران؛ رضازاده، راضیه و چربگو، نصیبه. (۱۳۹۶) «ارابه مدل مفهومی معنای مکان و شاخص های تداوم آن» باغ نظر، ۱۴(۱۴)، ۱۷-۲۶
۱۵. کرمونا، متیو و دیگران (۱۳۸۸)، «مکانهای عمومی، فضاهای شهری؛ ابعاد گوناگون طراحی شهری»، (مترجمان: فریبا قرائی و دیگران). تهران: انتشارات دانشگاه هنر.
۱۶. الکساندر، کریستوفر (۱۳۸۷)، «زبان الگو: شهرها»، مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری، تهران.
۱۷. کلالی، پریسا و مدیری، آتوسا. (۱۳۹۱). تبیین نقش مؤلفه معنا در فرایند شکل‌گیری حس مکان. نشریه هنرهای زیبا- معماری و شهرسازی، ۱۷(۲)، ۴۳-۵۲
۱۸. گال، مردیت و والتر بورگ و جویس گال (۱۳۸۲) روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان‌شناسی، ترجمه احمدرضا نصر و دیگران، تهران: سمت.
۱۹. گل، یان. (۱۳۸۷)، «زندگی در فضای میان ساختمان‌ها»، ترجمه شیما ضحیتی. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
۲۰. گل، یان. (۱۳۸۹)، «فضاهای عمومی و زندگی جمعی، شهر آدلاید: ۲۰۰۲»، ترجمه علی غفاری و محمدصادق سهیلیپور. تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۲۱. گل، یان، و بریجیت سوار. (۱۳۹۳). چگونه زندگی همگانی را مطالعه کنیم. ترجمه مصطفی بهزادفر، محمدرضا یندوشن و احمدرضا یندوشن. تهران: علم معمار رویال.
۲۲. گلرخ، شمین. (۱۳۹۱)، «قرارگاه رفتاری؛ واحدی برای تحلیل محیط»، چاپ اول، تهران: انتشارات آرمانشهر.
۲۳. لک آزاده، حکیمیان پاتنه آ (۱۳۹۶) «کنکاشی در ریخت‌شناسی بازار ایرانی با رویکرد نظریه‌های فضایی شهر موارد مطالعاتی: بازار شیراز و کرمان» ۷۶(۲۷): ۱۰۹-۱۳۴

۲۴. منصورنیا، سوران، قرایی، فریبا، بهرامی، بختیار. (۱۳۹۵). رفتارنگاری رهیافتی جهت ارزیابی میزان پاسخدهی فضاهاى شهری، مطالعه ی موردی: فضای فراغتى کناره آب دریاچه ی زریبار، شهرستان مریوان. فصلنامه مطالعات شهری، ۵(۱۸)، ۷۷-۹۰.

۲۵. نیازی، محسن (۱۳۹۱). «روش های تحقیق تلفیقی، جنبش سوم روش شناختی در علوم اجتماعی». مجله مطالعات اجتماعی ایران، ۵(۲)، ۱۵۸-۱۸۱.

26. Brown, L. D., Shepherd, M. D., Wituk, S. A. & Meissen, G.(2007) “How settings change people: Applying behavior setting theory to consumer-run organizations ,”*Journal of Community Psychology*, 35(3), 399-416 .
27. Gehl, J. (1987) “Life between Building ” Translated by J.Koch, NewYork.
28. Gibson, J. (1950), *The perception of the visual world*, Houghton Mifflin, Boston.
29. H.Whyte, W. (1980). *The Social Life of Small Urban Spaces*. Washington DC: Project for Public Spaces.
30. H.Whyte, W. (2003). *Social life of small urban spaces*, In *Time-Saver Standards for Urban Design*, By Donald Watson, Alan Plattus and Robert Shibley, 2.12-1-2.12.8. McGraw-Hill Professional.
31. Hart, T. C. and Terance D., M. (2015) “Configural Behavior Settings of Crime Event Locations: Toward an Alternative Conceptualization of Criminogenic Microenvironments” *Journal of Research in Crime and Delinquency* 52(3): 373-402.
32. Lang, J . (1987) “Creating Architectural Theory: the Role of the Behavioral Sciences in Environment ,”VNB,U.K, Van Nostrand Reinhold.
33. Turner, B.A. (1994) “Pattern of Crisis Behaviour: A Qualitative Inquire”, in Bryman and R. G. Burgess (eds) *Analyzing Qualitative Data*, London: Routledge