

Баранова В.А.

Место для подростка:
потребности подростка и городская среда

Baranova V.A.

A place for a teenager:
the needs of a teenager and the urban environment

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

В докладе на конференции «Новые вызовы цифрового общества: междисциплинарный подход» на секции «Цифровое общество – риски социальной психологии» были представлены результаты исследования средовых потребностей подростка.

Среда современного мегаполиса сегодня развивается не только в соответствии с функционально-планировочными идеями архитекторов, но и в связи с системой потребностей людей, что отмечается не только психологами, но и самими архитекторами, строителями и дизайнерами.

Психологическое понимание пространственного поведения касается специфики свойств физического пространства: того, что способствует или препятствует деятельности, общению, может быть связано с определенными реакциями, переживаниями, поведением (Савина, Баранова, 2020), подросток, для которого онлайн-среда абсолютно органична, живет в реальной пространственно-физической среде.

Окружающая среда «органично включена в жизнедеятельность человека и служит важным фактором регуляции его поведения» (Андреева, 2005, с.206).

В данном исследовании психологический ракурс предполагает выявление комфортных общественных пространств для подростков, жизнедеятельность которых проходит в мегаполисе. Важно уточнить, что подростковый возраст является «особенным» возрастом в психологической науке, насыщенном физиологическими и психологическими новообразованиями (Психология развития, 2001).

Цель доклада – показать результаты исследования изучения средовых потребностей подростков – жителей мегаполиса (г. Москва).

Осенью 2023 года в целях этого исследования в рамках фестиваля «Открытый город» – проекта Москомархитектуры по теме «Реформация социальных институтов» совместно с архбюро MAParchitects были проведены фокус-группы с подростками средних (12–13 лет, N = 7) и старших классов (15–17 лет, N = 7). Содержание работы фокус-групп (топик-гайд, процедуры) было создано на основании предварительного

опроса подростков московских школ ($N \sim 200$) об отношении к городскому пространству, его функционалу, возможностям удовлетворения потребностей подростков. В ходе фокус-групп подростки рисовали любимые места в городе, составляли рейтинг предъявленных на цветных изображениях (А-4) общественных пространств, сконструированных архитекторами, поясняли свои рисунки и выборы. Анализ рисунков и сопровождающих объяснений позволил выявить и уточнить потребности подростка и категоризировать «места для подростков» в мегаполисе.

Старшие подростки демонстрируют потребности в активности (выбираются площадки для физической активности, спортивные площадки), в познании и развитии, (отдают предпочтение площадкам с необычным видовым раскрытием и объектам сложной визуальной среды). Ярко проявляются потребности в уединении и в приватности (выбираются приватные зоны даже в случае большой компании). Потребность в общении остается значимой (привлекают пространства, где можно собраться компанией и провести вечер, посмотреть кино, послушать музыку, поучаствовать в тематическом мастер-классе). Выявлена потребность подростков в присвоении пространства, что проявляется в реконструкции пространства под «себя».

У младших подростков отчетливо выявлены потребность в общении – их привлекают пространства, где можно собраться компанией, пообщаться с друзьями, погулять, подышать воздухом и потребность в безопасности – они отмечают и комментируют травмоопасные места и объекты. Потребности в познании и развитии выражены через выбор мест с красивыми и необычными видами (набережные, мосты). Подростки ценят в пространственно-физических объектах созидательную и эстетическую составляющую – им необходимо любоваться природой, красивыми видами, важна для них и функциональная характеристика, за счет которой не будет скучно (разные «лазалки», места сидения, разные точки наблюдения и тп.). Отчетливо наблюдается потребность в приватности и потребность в присвоении пространства (реконструкции пространства под «себя»).

По результатам исследования можно сделать выводы о том, что городская среда мегаполиса, в целом, предоставляет подросткам возможности удовлетворения своих потребностей, – существует много пространств, которые отвечают их запросам. Однако, у подростков есть потребности, которые требуют перестраивания, изменения пространства, что может свидетельствовать о потребностях подростка в развитии и творчестве, но, главное, – в присвоении пространства, что является важной характеристикой процесса формирования средовой идентичности.

Ключевые слова: подростки, мегаполис, городское пространство, архитектурное пространство, потребности подростка, средовая идентичность

Для цитирования: Баранова, В.А. Место для подростка: потребности подростка и городская среда // Новые психологические исследования. 2024. № 2. С. 217-221. DOI: 10.51217/npsyresearch_2024_04_02_13

Литература

Андреева, Г.М Психология социального познания: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2005.

Психология развития /Под ред. Т.Д. Марцинковской. М.: Академия, 2001.

Савина, О.О., Баранова, В.А. Особенности восприятия родного города у подростков-москвичей // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2020. № 2А. С. 149–156.

Сведения об авторе

Виктория А. Баранова, кандидат психологических наук, доцент, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия; 125009, Россия, Москва, ул. Моховая, д. 11, стр. 9; bva06@mail.ru

Baranova V.A.

A place for a teenager:
the needs of a teenager and the urban environment

*Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia*

The report at the conference “New challenges of the digital society: an interdisciplinary approach” in the section “Digital society – risks of social psychology” presented the results of a study of the environmental needs of a teenager.

The environment of a modern metropolis today is developing not only in accordance with the functional planning ideas of architects, but also in connection with the system of people’s needs, which is noted not only by psychologists, but also by architects, builders and designers themselves.

A psychological understanding of spatial behavior concerns the specifics of the properties of physical space: what promotes or hinders activity, communication, can be associated with certain reactions, experiences, behavior (Savina, Baranova, 2020), a teenager, for whom the online environment is absolutely organic, lives in a real spatial-physical environment.

The environment “is organically included in human life and serves as an important factor in regulating his behavior” (Andreeva, 2005, p. 206). In this study, the psychological perspective involves identifying comfortable public spaces for adolescents whose life activities take place in a metropolis. It is im-

portant to clarify that adolescence is a “special” age in psychological science, saturated with physiological and psychological neoplasms (Developmental Psychology, 2001).

The purpose of the report is to present the results of a study of the environmental needs of adolescents – residents of a metropolis (Moscow).

In the fall of 2023, for the purposes of this study, as part of the Open City festival – a project of the Moscow Committee for Architecture on the topic of “Reformation of Social Institutions”, focus groups were held with adolescents from middle (12–13 years old, $N = 7$) and high school (15–17 years old, $N = 7$) together with the MAParchitects architectural bureau. The content of the focus groups (topic guide, procedures) was created on the basis of a preliminary survey of adolescents from Moscow schools ($N \sim 200$) about their attitudes towards urban space, its functionality, and the possibilities of satisfying the needs of adolescents. During focus groups, teenagers drew their favorite places in the city, made a rating of public spaces designed by architects, presented in color images (A-4), and explained their drawings and choices. The analysis of the drawings and accompanying explanations allowed us to identify and clarify the needs of teenagers and categorize “places for teenagers” in the metropolis.

Older teenagers demonstrate the need for activity (they choose areas for physical activity, sports grounds), for knowledge and development (they give preference to areas with unusual views and objects of a complex visual environment). The need for solitude and privacy is clearly manifested (private zones are chosen even in the case of a large company). The need for communication remains significant (they are attracted by spaces where you can gather with a company and spend an evening, watch a movie, listen to music, participate in a thematic master class). The need of teenagers to appropriate space is revealed, which is manifested in the reconstruction of space for “themselves”. Younger teenagers clearly show a need for communication – they are attracted to spaces where they can gather with friends, chat with friends, take a walk, get some fresh air, and a need for safety – they note and comment on dangerous places and objects. The need for knowledge and development is expressed through the choice of places with beautiful and unusual views (embankments, bridges). Teenagers value the creative and aesthetic components of spatial and physical objects – they need to admire nature, beautiful views, and the functional characteristics are also important to them, due to which they will not get bored (different “climbing frames”, seating areas, different observation points, etc.). The need for privacy and the need to appropriate space (reconstruct space for “oneself”) are clearly observed.

Based on the results of the study, we can conclude that the urban environment of the metropolis, in general, provides teenagers with opportunities to satisfy their needs – there are many spaces that meet their needs. However, teenagers have needs that require restructuring, changing space, which may indicate the needs of the teenager for development and creativity, but, most

importantly, for the appropriation of space, which is an important characteristic of the process of forming environmental identity.

Key words: teenagers, metropolis, urban space, architectural space, teenager needs, environmental identity

For citation: Baranova, V.A. (2024). A place for a teenager: the needs of a teenager and the urban environment. *New Psychological Research*, No. 2, 217–221. DOI: 10.51217/npsyresearch_2024_04_02_13

References

- Andreeva, G.M. (2005). *Psychology of social cognition: A textbook for university students*. Moscow: Aspekt Press.
- Martsinkovskaya, T.D. (Ed.). (2001). *Developmental Psychology*. Moscow: Akademiya.
- Savina, O.O., & Baranova, V.A. (2020). Peculiarities of perception of hometown in Moscow teenagers. *Psikhologiya. Istoriko-Kriticheskie Obzory i Sovremennye Issledovaniya*, 2A, 149–156.

Information about the author

Victoria A. Baranova, PhD (Psychology), Associate Professor, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; bld. 11–9, Mokhovaya st., Moscow, Russia, 125009; bva06@mail.ru