

# インターネット上におけるサードプレイスの概念整理

○藤井 美里 (FUJII Misato)、竇 雪(DOU Xue)

Keywords : インターネット、サードプレイス

## 1 目的

近年、SNS などの様々なインターネット（以下ネット）上のサービスにおいて、人々が集まり会話を楽しんだり趣味を共有したりするようになってきている。このようなネット上の空間は、しばしばサードプレイスという言葉で表現される。ただ、サードプレイスとは、公共の集いの場や、友人たちが家庭と職場のしがらみを離れて集まる環境(Oldenburg, 1989)のことを指し、初期は物理的な場所と紐づいた概念であった。では、サードプレイスという概念はどのような経緯でネット上の空間に当てはめられるようになったのだろうか。また、サードプレイスがネットと結びついたことで、概念として何らかの変化が生じたのだろうか。

## 2 方法

上記の問いに答えるため、ネット空間でのサードプレイスを扱った先行研究を中心に収集し、当該概念がどのように捉えられ、変革していったかについて、時系列にそって整理した。収集した論文は全部で 10 個であった。

## 3 結果

収集した論文から、概念応用妥当性、ネットとの融合、機能性の検討、サードプレイス概念の変革の 4 つのフェーズが見られた。まず概念応用妥当性のフェーズでは、ネットはサードプレイスに当てはまるのかについて検討された。例として、Soukup (2006)は、広く普及しているネットの文脈では、このような高度に局所化された場所の感覚は非現実的であると主張している。次にネットとの融合のフェーズでは、例えばコーヒーショップなどといった元来のサードプレイスにおいて、ICT がどのように用いられ、どのような影響を与えているのかという研究が行われた(Memarovic et al, 2014)。そして ICT がもたらす新たな特性として、サードプレイスを事前に発見できること、支援する社会活動の宣言、サードプレイス内でのエンゲージメント拡大が挙げられた。そして機能性の検討のフェーズでは、ネットがサードプレイスとして機能することを示す研究が増えるようになる。例えば Twitter におけるハッシュタグを用いた会話が、サードプレイスの特徴を多く持っていることが示されている(McArthur, 2016)。最後にサードプレイス概念の変革のフェーズでは、従来のサードプレイスの特徴をネットに合わせて見直していく研究も増えており、特徴の開発およびその特徴が SNS にどの程度見られるかの検討がされている(Langlais & Vaux, 2022)。

## 4 結論

以上により、ネット上のサードプレイスは、Oldenburg(1989)が示した特徴が全て当てはまるわけではなく、元来のサードプレイスを前提に考えると同質のものとはいえない。しかしこれまでの研究においても示されているように、その特徴をネットに合わせて変容させることで、新たなサードプレイスとして捉えることが可能であると考えられる。

### 【主要参考文献】

- Langlais, M., & Vaux, E. D. (2022) Establishing and Testing a Quantitative Measure for Evolving Third-Place Characteristics. *International Journal of Technology and Human Interaction*, 18(1), 1-15.
- McArthur, A. J., & White, F. A. (2016) Twitter Chats as Third Place: Conceptualizing a Digital Gathering Site. *Social Media + Society* 2, 3. <https://doi.org/10.1177/2056305116665857>
- Memarovic, N., Fels, S., Anacleto, J., Calderon, R., Gobbo, F., & Carroll, J. M. (2014) Rethinking Third Places: Contemporary Design With Technology. *The Journal of Community Informatics*, 10(3), 1-13.
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place*. Da Capo Press.
- Soukup, C. (2006). Computer-mediated communication as a virtual third place: building Oldenburg's great good places on the world wide web. *New media & society*, 8(3), 421-440.