

SNS はサードプレイスになりうるか

ー若者の心の拠り所を考えるー

坂田将矢

この研究では対面の場所が対象となっているサードプレイスにおいて、現代の若者が多く使っているインターネット上の SNS がサードプレイスになりうる可能性について明らかにする。

本研究で検討する SNS とは「ソーシャル・ネットワーキング・サービス」のことであり、X（旧 Twitter）や Instagram などがこれに該当する。サードプレイスはオルデンバーグが定義したものを参考にしている。若者とは 10 代～20 代の学生を対象とする。

第 1 章ではサードプレイス、若者 SNS に関する先行研究をまとめた、サードプレイスの定義、SNS がサードプレイスになれる可能性について、現在の若者の SNS の使い方、在り方について整理した。先行研究では、SNS がサードプレイスになりうる可能性や幅広い年代の SNS サードプレイスについて論じられていたが、若者について詳しく論じられていなかった。そこで本研究では現代の若者を対象に SNS をどのように扱っているか、SNS はサードプレイスの機能を果たすのか考察する。

第 2 章では新聞記事を基に SNS の使われ方、SNS が時代とともにどのように発達していったか、複数の検索ワードを用いて現在の SNS と比較し、サードプレイスになりうるか検証した。

第 3 章では実際に 10 代～20 代の若者を中心にオルデンバーグのサードプレイスに即した質問項目を SNS 用に置き換えてアンケート調査を実施した。

第 4 章では 3 章のアンケート結果による SNS がサードプレイスになれるかの考察をした。アンケート結果を、オルデンバーグの定義に即して考えると、憩いという点では満たしているが、交流という点では満たしていなかった。SNS を使用して、創造的な趣味に打ち込んだり情報収集により創造的なことが起こると考えられるため、SNS はサードプレイスになりうると思われる。

今までのサードプレイスは交流がメインであり、交流によって憩いや癒し、創造性などが付随していくイメージが強い。今のサードプレイスは、憩いや癒し、創造的がメインとなっている。これらが 1 つの場所にあって、自分が必要とするものを選択できる場所こそが現代のサードプレイスの在り方であると考ええる。

対面とインターネットを比較することは難しく、従来のオルデンバーグの定義も大事であるが、発達していく SNS に合わせて、時代に即した考え方、柔軟な定義が必要であると考ええる。