

年賀状文化とソーシャル・キャピタルの変遷から新しい年賀状の提案

1250510 舞原京佳

指導教員 中村直人

研究背景

年賀状文化の衰退が進み、代わりに SNS での新年のメッセージが増加している。年賀状は長年、新年の挨拶や人間関係を維持する重要な役割を果たしてきたがデジタル化やライフスタイルの変化により発行部数は大幅に減少した。一方、社会学や経済学では「ソーシャル・キャピタル（社会関係資本）」が注目されている。これは社会やコミュニティ内での信頼やネットワークが社会全体の効率性や福祉を高める資源とされる。本研究では、ソーシャル・キャピタルを増加させるために有効でかつ、現代人にも取り組みやすい新しい年賀状を提案する。

研究目的

年賀状文化の社会的役割を解明するとともに、新しいコミュニケーションツールがソーシャル・キャピタル形成に果たす役割を探る。この成果は、現代の地域社会や人間関係の新たな構築方法を模索する一助となることが期待される。

研究方法

主に文献調査を用いる。

分析結果

年賀状の発行部数とソーシャル・キャピタルは共に減少している。年賀状をはじめとするメッセージを旧友など久しく連絡を取っていない人に送ることはソーシャル・キャピタルを向上することに関連する。しかし年賀状を送ることに「手間、コストがかかる」といった理由で敬遠する人は多い。そのため SNS などを用いてひと手間加えた新年のあいさつのメッセージを送ることで人間関係の弱い紐帯を保つことが出来ることが判明した。

考察・結論

SNS などの普及により、年賀状に代わる手軽なコミュニケーション手段が広がり一部では新たな形のつながりが形成されている。一方で年賀状の持つ「手間をかける」という行為が希薄化し、特定のコミュニティ内での結びつきが弱まる可能性も指摘される。年賀状はその手間や形式が「特別感」を演出するため、他のコミュニケーション手段にはない価値がある。しかし SNS メッセージやメールは迅速で多くの人に送れるという利点を持つ。今後は、両者を適切に併用することが重要であると考えられる。伝統的な年賀状の価値を維持しつつ、新しいコミュニケーションツールの特性を活かしたソーシャル・キャピタルの形成が課題となる。