

短歌の十年と紙の本のこれから 小林賢太

「短歌研究」二〇二三年十二月号に、「二〇一〇年代、短歌にながらあったか」という特集があった。歌人や書店員十二名が、この十年の短歌界について思うことを綴っている。各自が自由な視点で書いているのだが、共通する話題も見出せて興味深い。

例えば、SNSの存在、特に名前が出ていたのはツイッター（現X）である。ツイッターで話題となる（いわゆる「バズる」）

短歌が現れたり、そこから歌集出版に繋がったりと、既に多くの指摘があるように、短歌と相性が良いようだ。というより、そもそも日本人・日本語とツイッターの相性が良いのかもしれない。おおよその月間利用者を見ると、世界ではフェイスブック三十億人、インスタグラム十五億人、ツイッター四億人と、ツイッターの利用者はさほど多くない。だが日本国内では、ツイッター五九〇〇万人、インスタグラム四六〇〇万人、フェイスブック二六〇〇万人と、ツイッターの利用率がかなり高い。人口比で見ると日本はアメリカの約二倍、ツイッター利用者がいるという。

理由を探るのは難しいが、匿名性の高さ、短文での気軽な投稿、近すぎないゆるい繋がりが、そこから得られる程よい反応などが人気の理由だろうか。日常のささやかなことを短文で発信する点で、ツイッターと短歌は似ている。どちらも、多忙な日々の中でも何かを発信したい、そして共感できる誰かのつぶやき（短歌）

を見つけないという思いと合致したのかもしれない。

十二名の文章の中には、個人やサークルなど、大手の出版社や書店とは異なる小規模な活動への言及も目立った。例えば、ネットプリント（通称ネプリ）や、ZINE（ジン）と呼ばれる自作の小冊子の流行は近年著しい。編集や印刷がプロ以外でも比較的容易になったことに加えて、文字数が少ない短歌はページ数やレイアウトの自由度が高く、自主制作と相性が良いのかもしれない。文学フリマや独立系書店の存在感も増しており、こうした場ではZINEの売れ行きが好調だという。今ここでしか買えないかもしれない、という特別感が人気の理由だろう。

興味深いのは、電子書籍やウェブ媒体が随分進化したにもかかわらず、ネプリやZINEが紙媒体を捨てていないことだ。先日、我妻俊樹・平岡直子『起きられない朝のための短歌入門』（書肆侃侃房、二〇二三年）を読んでいたら、同書でも短歌と冊子形式の強い関係が指摘されていた。我妻氏は、歌を囲む膨大な余白、かつそれが紙によって物質性を有することで、短歌は詩であることを保証されているのではないかと述べる。確かに、詩歌ほどたつぷりと余白を持つ紙面は他にないし、そこに小説や漫画とは異なる詩情が生じるのかもしれない。視覚、触覚（時に嗅覚？）の面で、紙の歌集の余白が読者に及ぼす影響は大きい。

日常の出来事や情景に五七五七七の韻律が与えられ、紙面にゆったりと縦書きで納まつたとき、日常は異化され、文芸へと昇華する。将来的に、紙の本の数が減っていくことはあったとしても、完全になくなることはないと思う。