

“もはや「戦後」ではない”という社会的記憶の構成過程

清水 一彦*

概要

1956年の流行語となった「もはや「戦後」ではない」は、同年版『経済白書』に記されている。戦後からの回復を通じての経済成長が終わったあとにくる難題にたいしての警句であったが、そういつまでも戦後でもあるまいといった「空気」を背景に、情報の送り手と受け手の相互作用で戦後を抜け出し高度成長へ向かう凱歌として解釈されることになった。その後もこの凱歌としての社会的記憶は、送り手にとっても受け手にとってもより“こちよ”物語として再構成されつづけ、現在では、神武景気を経て『経済白書』は「もはや戦後ではない」と高らかに高度経済成長期突入を宣言した、とまで変容している。本稿は、このフレーズの社会的記憶が変容する過程を分析した。

キーワード：集合的記憶、社会的記憶、「もはや「戦後」ではない」、こちよさ、空気、アルヴァックス

1. はじめに：「もはや「戦後」ではない」という社会的記憶はなぜ変容したのか

第二次世界大戦に敗戦してからおよそ11年後の1956年7月17日、日本の新聞は『経済白書』¹⁾の内容を一斉に報じた。経済企画庁調査課長後藤誉之助執筆による『経済白書』第一部総説の結語部分（経済企画庁1956:42）には、発表直後から流行語となる「もはや「戦後」ではない」²⁾というキャッチーなフレーズがあった。この表現には当初から複数の解釈があったが、年末までにはメディアと受け手の相互作用で著者の意図とは異なる解釈が選択され社会的記憶となり、その後再構成をくりかえし変容していった。敗戦からの回復³⁾をバネにした成長が終わったあとの厳しい経済環境を予測した警句は、現在では、神武景気をへて戦後ではなくなった日本の明るい未来への凱歌として通念化している。本研究では、「もはや「戦後」ではない」というフレーズを考察の対象とすることで、社会的記憶がメディアと受け手の相互作用

で両者にとって“こちよ”ものとして選択され再構成を繰り返していく例をしめす。

ここで使用した社会的記憶という用語はアルヴァックスの集合的記憶論にもとづく。清水が他稿（2012, Shimizu 2014a, 2014b）で詳述したように、記憶がメディアを媒介としてオーディエンスに受容されるプロセスを分析するさいに効力をもつ知見だ。集合的記憶とは、個人が所属する集団の枠組みのなかで過去を想起する記憶である（アルヴァックス1989）⁴⁾。それは記憶の集合性、現在からの主観的構成を明らかにする論議であり、集合性の考察には集団帰属が重視される。集合的記憶は集団的記憶、社会的記憶、歴史的記憶に類別できる（Namer 1994, 大野・林・野中1997, 1999）。集団的記憶とは、特定の集団が伝承し想起する固有な意味での集合的記憶である。社会的記憶は、おもにジャーナリズムが担い手で、今日では新聞・雑誌、電波メディア、インターネットメディア、ポスター、絵画、大衆小説、教科書などに表現されている。特定の集団の記憶というより社会全域にひろがっている「世論」「雰囲気」「精神」である。歴史的記憶は要約的かつ図式的な形態で表現され国民の出来事しか含まない。日付や時間を想起させる一種の「刻印」をしめしている。

2014年11月30日受付

* 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科教授 メディア社会学

このように3つのタイプに類別されはするものの、具体的にはこれらは相互に浸透しあってもいる。本稿では、これらの用語を用いる。

なお、本研究ではメディア全般について広く言及することはさけ、おもに新聞と雑誌を分析の対象とする。

2. 先行研究と本研究の視座

記憶とメディアを論じた研究には、送り手としてのメディアの機能と影響を強調する立場から受け手との相互作用を重視するものまで幅がある。

佐藤は『八月十五日の神話——終戦記念日のメディア学』（2005：27）でメディアの選択機能の役割を重視する立場から終戦記念日がいかにメディアによって構成されたものであるかを実証的かつ明晰に論じ、「同時代を生きた人間の記憶も、そうしたメディアが再編した「歴史化した記憶」の枠組みから自由には存在しえない」と指摘する。ほかにも研究者の立場からは Zelizer (1992), Motti, et al. (2011), またメディア側からは朝日新聞論説主幹「拷問,あるいは忘れられる歴史」(朝日新聞 2013.8.11) などがある。いずれも社会的記憶構成過程におけるメディアの選択機能を強調している。これを模式化すると図 2.1 となる。

一次情報 ⇄ メディア → オーディエンス → 社会的記憶

図 2.1 メディアが選択した記憶をオーディエンスが受容し社会的記憶となるパターン

メディアが主体的に社会的記憶を構成したのではない例としては、みゆき族⁵⁾をあつかった清水の研究 (2012, Shimizu 2014a) がある。ファッションブランド VAN を枠とする経済的集団がみずから再構成したみゆき族の記憶をメディアに提供し、その再構成された記憶をメディアは裏をとらずに掲載し、さらに掲載された記憶を読者はこちよく自分のこととして受け入れた。その結果みゆき族の社会的記憶は反社会的で否定的なものから、おしゃれな若者文化として肯定的なものに変

容した。この例では、メディアは社会的記憶の再構成過程で媒介としての役割を演じているものの、再構成の方向性を主体的に演出したのは VAN を枠とする経済集団であり、また再構成された社会的記憶を自分自身の記憶として“こちよく”受容する受け手も広く存在した。模式的にあらわすと図 2.2 となる。

集团的記憶 → メディア → オーディエンス → 社会的記憶

図 2.2 集团的記憶がメディアを媒介としてオーディエンスに受容され社会的記憶となるパターン

本稿では、前節で述べたように「もはや「戦後」ではない」というフレーズをとりあげ、メディアとオーディエンスが相互作用することによって社会的記憶が構成される例を分析する。模式化すると図 2.3 となる。この例でも、“こちよさ”が社会的記憶の受容をうながした。

一次情報 → メディア ⇄ オーディエンス → 社会的記憶

図 2.3 メディアが報じた記憶がメディアとオーディエンスの相互作用で受容され社会的記憶として構成されたパターン

3. 1956 年における「もはや「戦後」ではない」：複数の解釈と選択

3.1 警句、まやかし、凱歌。3つの解釈

1956 年当時としては斬新かつ難解であった⁶⁾『経済白書』にたいする評価は同一メディア内においても複数の方向性がしめされ、キャッチーな「もはや「戦後」ではない」⁷⁾というフレーズにも焦点があたった。戦後復興期の特殊な経済状況がわかり今後は苦痛をとまう近代化が必須だとする言説は、流行語としてひとり歩きし⁸⁾著者の意図とはことなる複数の解釈を生んだ。

「もはや「戦後」ではない」というフレーズには当初の時点で3つの解釈が並立した。解釈を類別すると以下の①～③となる。なお、1980年代

にあらたに解釈がひとつ加わる。これについては4.2節で後述する。

①戦後の特殊な経済状況下での経済成長が終り、今後は苦痛をともなう近代化が必須であるとの警句としてとらえる（以下、〈警句〉と省略）。

②経済に限定せずひろく一般的な意味合いで戦後をとらえ、戦後の窮状が終わってもいないのに終わったといいくるめる「まやかし」としてとらえる（以下、〈まやかし〉と省略）。

③復興をはたした日本の明るい未来への凱歌としてとらえる（以下、〈凱歌〉と省略）。

〈凱歌〉は、〈警句〉と〈まやかし〉にくらべて一月ほど遅れて多くなる。とはいえ、ここで注意したいことは、〈まやかし〉と〈凱歌〉の関係性だ。〈凱歌〉という考えがなければ、その批判としての〈まやかし〉は成立しないからである。メディア上に〈凱歌〉としての記事が当初すくなかったとしても、〈まやかし〉の記事は〈凱歌〉を暗示していることになる。

さらに、修辭的なことと見逃さずに考察しておくべきことがある。『経済白書』では、もはや「戦後」ではない、と「」を戦後だけにつけている。これは、戦後の特殊な経済状況のことを「戦後」とひとことで強調しているからだ。ところが、経済白書が発表された当初から、「もはや戦後ではない」と「戦後」の「」をはずしての引用がめだつ。戦後から「」をはずすことで「戦後」は特殊な経済状況をさす狭義の言葉から、戦後の経済、家計、社会、文化、風俗、政治などひろく一般的な漠然とした世相をとらえることばとなったのだ⁹⁾。「もはや「戦後」ではない」というフレーズは、発表されたときから多義性を孕んだ表現だったのだ。Sturkenは「記憶がどの程度もともとの経験に「忠実」であるかは確かめるのがむずかしい。記憶はきわめて選択的であって、想起することとは記憶とどうように欲望や拒絶をも呼び起こすことである。／すべての記憶は忘却をともなう“つくり”だされる。すべてを憶えていたら記憶に押しつぶされてしまうだろう。忘却は記憶を構成するうえで必要な要件なのだ」(1997:7)という。「集合的記憶を変容させる選択と構成のプロ

セスはつねに進行中で、政治的、文化的、そして社会学的論争をはらむ。おおくの人々が見守る競技場で、ことなる解釈者がそれぞれの過去の読み方が認められるように闘っているからだ」とMotti et al. (2011:7)がSturken (1997)の論点をまとめた状況が「もはや「戦後」ではない」というフレーズにもあてはまるだろう。現状の多様なメディアのチャンネルや情報の流れ方は、構成と選択の問いかけにたいして、異なるだけでなくしばしば正反対の方向の解決策を提供するのだ(Motti et al. 2011:7)。いわばメディア総体という大きな都市のなかで各メディアがそれぞれの解釈を主張しあうだけではなく、各メディア自体がそれぞれアリーナとなって多様な解釈を競い合わせたのだ。「もはや「戦後」ではない」というフレーズには、『経済白書』が発表されたときからその社会的記憶を変容させる選択と構成のプロセスの力が働きはじめたのだ。

3.2 いつまでも戦後ではないという「空気」のなかでの選択

それでは〈警句〉、〈まやかし〉、〈凱歌〉の具体的な記事例をとりあげてみる。

〈警句〉としてとらえる記事としては、「『経済白書』経企庁発表」(朝日新聞 1956.7.17)や「『経済白書 経済企画庁で発表」(読売新聞 1956.7.17)など「『経済白書』の概要紹介記事がある。評価をまじえていないぶんそのまま〈警句〉として記事化されている。朝日新聞の社説では「戦後経済という物の考え方に別れを宣言した」「なにかといえはその責を戦争に帰したがる従来の態度をすてて、新たな経済発展の原動力を創り出す方向を打ち出すべきことを勧奨しているのは、国内経済だけでなく、国際経済の基本的動向からみても、当然のことであるといえよう」(朝日新聞 1956.7.17)と論評している。毎日新聞の社説でも「もはや戦後経済の時代はすんだ。新しい経済に向かって進まねばならぬ」(毎日新聞 1956.7.18)と白書がいつているとしている¹⁰⁾。新聞だけでなくシンクタンク発行の専門誌も、「この名文句を単に太陽族的表現とばかりにヤユすることな

く、やはり一つの警告として受取ることが必要だということである」(大和銀総合研究所『経済調査』大和銀行 1956.8.3)としている。

〈まやかし〉としては、「『経済』というのは、毎日のハシの上げ下しにつながっている、いわば「ふだん」のことである。(中略)国民が、戦争のおかげで、したくもない間借り暮らしからぬけられないのに、「経済」だけが、どうして「もはや戦後でない」のか、分からない」(『暮らしの手帖』編集長花森安治¹¹⁾「経済白書を読んで ばかにしなさんな」朝日新聞 1956.7.17)、「最近発表された厚生白書は「はたして戦後は終わったか」と国民生活の諸様相について“社会のゆがみ”を指摘してる(中略)復興の背後に残された低所得階層があまりにも多い実態を見ると「戦後は終わった」どころの話ではない」(「天声人語」朝日新聞 1956.10.9)などがある。

〈凱歌〉にかんしては、『経済白書』が発表された当初は目立たない。それがひと月たらずのあいだに変化し年末までには主流となる。メディアが投げかけた解釈が変わっていくさまは、それはとりもなおさず受け手がどのように受け取りたかったのかの変化でもある。その変化の例を読売新聞の記事で追ってみる。ただし、〈警句〉と〈まやかし〉の観点がなくなったわけではなく、それらに出遅れた〈凱歌〉が追いつき、追い抜いていく過程としてとしてとらえられる。

7月20日の初期段階では、「現に、原作者の慎太郎先生¹²⁾も、映画の「ひん曲がった出来工合の責任まで、どうやらみんな僕の責任にされそうな形勢にいたっては、こちらも正当防衛で黙ってもいられない」と書いている(毎日) ◆八月十五日も、まもなく十二回目を迎える。もはや戦後ではない、ようだ。いつまでも、珍奇な動物を見るように、戦後派をアキレケルとばかり、見てもいられないではないか」(「よみうり寸評」読売新聞 1956.7.20)と、〈警句〉と〈まやかし〉以外の解釈があることはなんとなく感じているものの、方向性がはっきりしない記事が掲載されている。

ひと月ほどたつと、「もはや戦後ではない」と第十回経済白書は「戦後、とのけつ別を高らかに宣言した」(読売新聞 1956.8.12)と〈凱歌〉の記事が掲載される。いっぽうでは「東京の街もすっかり立直った。お役人の白書が「もう戦後はない」(ママ)といつてのけるほどの復興ぶり。しかしこれはほんの表向きのことで庶民の生活はそれほどではない」(読売新聞 1956.8.14 引用中「戦後はない」は「戦後ではない」の誤植と思われる)と〈まやかし〉の記事もある。翌15日には、「(前略)きょうは11年目の記念日。もはや戦後ではない、証拠?の一つだろうか。東京のド真ん中、数寄屋橋交差点のビル(右端)は昼をあざむく大照明で電力復興を誇示している。○……この光を水にうつす外堀の風情も、高速道路ビルとなるため埋立てられ、君の名は、¹³⁾の橋とともにやがて姿を消す。ビルが建ち並びこうこうと輝く太陽の国ではある」(読売新聞 1956.8.15)と〈凱歌〉の視点のみの記事が掲載される。

秋になると、「経済の復興は一応なしとげられ、「もはや戦後ではない」という見解さえ行われるようになった今日」(「社説」読売新聞 1956.11.19)のように〈凱歌〉がすでに社会的記憶になりはじめていることを前提とした書き方に変化している。年末になると、「このところ日本の生産と貿易の伸び方はすばらしい。(中略)まさに「戦後ではない」」(読売新聞 1956.12.14)や「戦争の大きな傷あとだった在ソ抑留戦犯もこの正月は故郷で迎えることができ「もはや戦後ではない」(経済企画庁発表の今年の「経済白書、より)の言葉が実感をもって当たる年だった」(読売新聞 1956.12.31)など、もはや躊躇なく〈凱歌〉の記事になっている。このように、8月15日の終戦記念日近辺をピボットにして、〈凱歌〉が社会的記憶として定着していくことがわかる。

1956年当時は、前年の戦後10年目にはじまる「8月ジャーナリズム」¹⁴⁾で戦後に一区切りの世論が醸し出されていた。また、『経済白書』の予測とはことなり1956年から1957の年明けにむけて景気が過熱¹⁵⁾していった。このようなそういつまでも戦後でもないだろう¹⁶⁾といった「空気」¹⁷⁾のな

かで、ジャーナリズムは〈警句〉〈まやかし〉から〈凱歌〉に記事の比重を移し結果としては〈凱歌〉が選択され社会的記憶として構成された。この過程はいっぼう的にメディアが〈凱歌〉を受け手に伝えたわけではない。4.3節で述べるように受け手の受容の加減を感知しながらメディアは記事を掲載していった。いいかえれば送り手と受け手の相互作用で〈凱歌〉が選ばれたといえるだろう。

4. 1956年以降：〈凱歌〉としての社会的記憶再構成の変遷とその受容

4.1 近代化から神武景気へ

「もはや「戦後」ではない」は1956年が終わるころまでには選択の過程がおわり、〈凱歌〉として社会的記憶となった。ほぼ1年後には朝日新聞は「昨年の白書は「わが国経済はもう戦後復興を終わった。これからは近代化につとめねばならぬ」という趣旨の明るいものだった」(1957.7.19)と報じている。2年後になると、「経済的には、「もはや戦後ではない」かも知れぬが、精神面ではその傷跡がかえって拡大されている」(読売新聞1958.9.8)とある。このように、〈凱歌〉としての社会的記憶を前提としたうえで、肯定的に書くのか批判的に書くのかだけの差になっている。

1960年代に入ると小林は、『経済白書』は「その結語で、「もはや『戦後』ではない」としたが、これが一時は流行語となった。しばしばそれは戦後の再建の完了を誇り新しい発展を予告するわが国独占資本の自讃の言葉として聞かれた」(1963:118-119)とイデオロギー的かつ批判的な立場でありながらも、〈凱歌〉としての社会的記憶が成立していることを確認している。

元日本兵の遺留品である日記から1964年現在の愛国心を問う『平凡パンチ』の特集には、「いまの日本は「もはや、戦後ではない」といわれる時代。／東京では第十八回オリンピック大会がはなやかにくりひろげられている。戦争の傷あとは、拭い^ぬきさらされて、どこにもみあたらない。ともしれば、戦争の悲惨さは忘れがちである」(「祖

国の若い人よ、美しくあれ キミは日本兵が残した日記、をどう思う？」1964.10.19:42)とある。「もはや「戦後」ではない」というフレーズは、ここでも〈凱歌〉としてつかわれている。

稲葉秀三は1965年に「(〈警句〉として)前号に紹介した「もはや戦後ではない、という観点にたつ日本経済転換論、前途警戒説はその後の神武景気、岩戸景気の高度成長の現実で、もろくも敗退してしまったが、昭和三十二、三年ころまでは、相当勢力をもって主張されていた。こういう主張を私たちはがんばったのである」(稲葉1965.2.1:86)と書いている。経済を柱とする専門家集団の集団的記憶は〈警句〉でありそれを1957、8年ごろまでは積極的にアピールしていたが、すでに1960年代の半ばにはもはや「がんばって」いないことがわかる¹⁸⁾。

1970年に入ると朝日新聞(1970.8.15)は1947年、1956年、そして1970年の『経済白書』を素材とした記事を掲載している。そのなかで、1947年当時の財政、企業、家計の3重赤字を抜けだした日本は、1956年には「もはや戦後ではない。回復を通じての成長は終わった。今後の成長は近代化によってささえられる」(『経済白書』)とし、1970年には史上もっとも息の長い好況のなかでエコノミックアニマルと揶揄される経済大国にまでなったとしている。しかし、1956年時点では高度成長期に突入するかどうか、近代化が実現するかどうかもわかっていない。『経済白書』は苦痛をとまなう近代化を警鐘として鳴らしたが、ここではあたかも近代化が自動的に来ると宣言したかのように書かれている。高度経済成長¹⁹⁾を経験するなかで、稲葉が言うように〈警句〉は「もろくも敗退してしまった」のだろう。

1980年代半ば以降は、「もはや「戦後」ではない」というフレーズと、「宣言」「たからかに謳う」などという賛美の意を含む言葉を組みあわせた表現が頻出する²⁰⁾。さらに、近代化にかわって神武景気²¹⁾と「もはや「戦後」ではない」というフレーズが結びつき、神武景気をむかえもはや戦後ではなくなったという社会的記憶に変容していく。朝日新聞は「経済白書が「もはや戦後ではない」

とうたった31年に神武景気、さらに34年の岩戸景気、44年のいざなぎ景気などを経て、日本は自由主義国家の中で第2位の「経済大国」に(1985.8.18)と書き、読売新聞は「三十一年の経済白書は「もはや戦後ではない」と高らかに宣言した。日本経済は、神武景気、なべ底景気、岩戸景気と波を打ちながら確実に高度成長を遂げた(1989.1.9)という。これらの例のように、「もはや「戦後」ではない」というフレーズと神武景気とをゆるやかに関係させた文章がではじめている。同時期には、近代化と「もはや「戦後」ではない」を結びつける記事は減る²²⁾。

1990年代になると、「もはや「戦後」ではない」というフレーズと神武景気ははっきりとした結びつきをしめし、なおかつ神武景気があったので、もはや戦後ではなくなったという論理に再構成されている。読売新聞は「神武景気(30—31(ママ)年)を経て経済白書は「もはや戦後ではない」と宣言(31年)」(1992.11.24)したと端的に書いている。2013年には山川出版の高校日本史教科書『詳説日本史(2012年文部科学省検定済)』²³⁾でも、「1955～57(昭和30～32)年に「神武景気」と呼ばれる大型景気をむかえ、経済企画庁は1956(昭和31)年度の『けいざいはくしょ経済白書』で「もはや戦後ではない」と記した(2013:394)とし、さらにも“もはや戦後ではない”の部分をゴシック体で強調している²⁴⁾。

4.2 時間の刻印としての集合的記憶

このように「もはや「戦後」ではない」が〈凱歌〉として社会的記憶になったのち、1980年代にはさらに「歴史的記憶」の側面が強調された4番目のあらたな解釈が出現した。

④ある特定の日付や時間を想起させる一種の「刻印」としてとらえる(以下〈刻印〉と省略)解釈だ。

〈刻印〉の例としては、「『経済白書が「もはや戦後ではない」といった昭和三十一年ごろがそれにあたる」(朝日新聞1985.1.1)や、「水俣

病の発見は昭和三十一年、経済白書が「もはや戦後ではない」と書いた年にさかのぼる」(読売新聞1994.8.9)などがある。〈刻印〉としてつかわれるとき、「もはや「戦後」ではない」というフレーズはそれじたいでは積極的な意味をもたない。水俣病の例では発見の時期を示すための時間の目印としてつかわれているだけだ。

4.3 受け手にとっての“ここちよさ”とメディアの都合

それでは、なぜ実質的には〈凱歌〉としての社会的記憶だけが再構成されつづけているのか。『経済白書』が予測しなかったその後の好景気を経験し、また戦後10年をひと区切りとしたそういつまでも戦後でもあるまいという空気のなかで、〈警句〉として想起するよりも戦後の終わりの〈凱歌〉であり高度成長の嚆矢として想起するほうが“ここちよい”のだ。グラック(Gluck 2003:307, 2007:281 朝日新聞2013.8.20)がくりかえし論じるように、また清水など(清水2012, Shimizu 2014a, 2014b, 世相風俗観察会2009)も指摘するように、“ここちよさ”はある記憶を受容するモチベーションである²⁵⁾。さらに、近代化という抽象的な概念より、神武景気のほうが具体的イメージを想起しやすく感情移入しやすかったといえよう。社会心理学の観点からはウィルソンが、適応的無意識が正確さよりも良い気分を満たそうとする能力はおそらく普遍的なものであると述べる(2005:48-55)。この知見にしたがえば、大人は無意識のうちに〈凱歌〉を受けいれるといえるだろう。

メディア運営上の理由もある。Berkowitzが述べているように、「ジャーナリストは異常で予想もしなかったニュースを語らなくてはならないはめにおちいりがちで、しかもほとんど情報もなく締め切りにおわれることになる。そんなときにジャーナリストが仕事をなんとか終わらせるのに役立つのが、社会的に定評がある出来事や人物の集合的記憶だ。集合的記憶はニュースに慣れ親しんだ感じをあたえてくれる。このことで、ジャーナリストは報道機関にとってもニュースを受容する

者にとっても共鳴できるような流れでストーリーを語ることができるのだ。端的にいえば、集合的記憶をつかうことでかれらのバージョンは権威性をえて、確固としたバージョンになるのだ²⁶⁾ (2011:201)。たとえば実務上、過去に同一メディアで取りあげた事象をその後ふたたびとりあげるとき、記者はバックナンバーを見る。その結果、以前に構成されていた社会的記憶がときにはまったく同じ表現、もしくはレトリック上の変更だけを加えられて再構成されていく。この繰り返しのなかで、社会的記憶はメディア上でしだいに常套句として構成される²⁷⁾。

さらにまた、マスメディアは報道や言論や文化を担う使命を企業活動の信条とすると同時に商業メディアでもある。新聞なり雑誌なりを発行する目的は発刊母体企業の利益を最大化することにある。編集現場からすれば、それは一部でも部数を多く売ることである。ある事象にたいしてはからずしも複数の視点が掲載されたとき、読者の支持を得ることができる方向性に収斂するのだ²⁸⁾。部数、すなわち利益が確保できることはメディアにとっても“こちよ”ことである。

このように情報の送り手と受け手が相互作用することで、「もはや「戦後」ではない」というフレーズは復興をはたした日本の明るい未来への凱歌として繰り返し再構成され、いっそうオーディエンスに受け入れられやすい物語になるよう後付け記憶として神武景気と結合し、より“こちよ”社会的記憶に再構成されつづけているのだ。

4.4 “こちよ”ない記憶の忘却

とはいえ、〈警句〉や〈まやかし〉の記憶が完全に忘却されてしまったわけではない。表面的には忘れ去られたようになって蓄積的記憶に移行するものの、ときとして機能的記憶（アスマン 2007）²⁹⁾に移行し記事が掲載される。メディアには、受け手の「空気」を観測する気球のように、ときとして散発的に〈警句〉や〈まやかし〉の記憶が掲載される。

1970年代に赤塚は、「黄金の60年代」の前ぶれとして〈凱歌〉の意味でこのフレーズをつかい

ながらも、おなじ評論のなかで〈警句〉の観点からも解説をしている（赤塚 1973.2:20-21）。1990年代になると谷沢は「「もはや「戦後、ではない」、という言葉は、昭和三十一年七月、『経済白書』に書きこまれて有名であるが、これは元来、「いまや経済の回復による浮揚力はほぼ使い尽くされた」と、つまり、警告の念に発する語であって、戦後という悪気流を、ぬけだしたという凱歌ではない」とわざわざ注釈をしている。だが「しかし言葉はひとり歩きするから、今は手みじかに百歩ゆずって、難所切所を、きりぬけえたという意に解しようか」（1992:122-123）とも書くように、「もはや「戦後、ではない」というフレーズが「百歩ゆず」らないと異を唱えられないほど強固な〈凱歌〉としての社会的記憶になっていたこともわかる。2013年になっても日経新聞には「「もはや戦後ではない」、自立促した警句」（2013.3.10）との記事もある。

〈まやかし〉の例としては「安保条約の改定ごろから、政府すじや一部の学者や評論家のあいだで、「もはや戦後ではない」との合いことばが流れはじめましたが、その人たちが伝えようとした意味とは反対に、そのことばは真相にふれていません。そうです、もはや「戦後」ではありません。新しい「戦前」です。いや、すでに「戦中」にはいったとさえいえそうです」（林田 1965:44）と、イデオロギー的にかたよった言説もある。また、つぎのような個人的体験に基づく記事もある。「昭和31年、『経済白書』は「もはや戦後ではない」と宣言したが、上京後横浜の親類を訪ねると、街中には戦災の傷跡が残り、海辺の工場の敷地内に建つ社宅に風呂はなく、しかも共同浴場は混浴だった。「今晚は」と言って女性が現れた時の驚きだったらなかった。／初めて1人で暮らし始めた墨田区吾嬬（あずま）町（現京島）の3畳の部屋の間仕切りは襖（ふすま）で、6家族（私だけが独身）共同の炊事場で七輪で煮炊きをしていた私は、いつも空（す）きっ腹をかかえていた」（北連一「昭和30年代は良かったか」『読売新聞』2007.02.14）。

だが、これらは社会的記憶の再構成に影響をあ

たえることなく、ふたたび蓄積的記憶に沈んでしまう。2013年の現在、〈警句〉、〈まやかし〉の記事はほとんど掲出されない。「こちよい」〈凱歌〉としての社会的記憶には対抗できず忘却されていく³⁰⁾。2012年8月から2013年7月までの1年間で「もはや「戦後」ではない」というフレーズがつかわれている記事は、朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、産経新聞、日経新聞の5紙合計で31本ある³¹⁾。そのうち〈警句〉としての記事は1本。〈まやかし〉の記事が2本。〈凱歌〉の記事が22本。〈刻印〉は6本だった。現在の社会的記憶では、「もはや「戦後」でない」は、復興をはたした日本の明るい未来への凱歌であり、ある特定の時期をしめす刻印としての用法も増えているのだ。

5. 結論と今後の課題

本稿では、「もはや「戦後」ではない」というフレーズの社会的記憶が再構成され変容する過程を分析した。『経済白書』が発表されたとき「もはや「戦後」ではない」は〈警句〉もしくは〈まやかし〉として解釈され報道されたが、そういつまでも戦後でもあるまいといった「空気」のなかで、情報の受け手との相互作用ですぐに〈凱歌〉としての解釈が加わり、急速に〈凱歌〉が〈警句〉と〈まやかし〉を凌駕した。必須となるはずの苦痛がともなう近代化は忘却され、かわって神武景気と組み合わせられ、神武景気を経て『経済白書』は「もはや戦後ではない」と高らかにうたったことになるところまで社会的記憶は変容したのだ。再構成をかさねることで、社会的記憶は受け手がよりこちよく受け取りやすい物語となる。社会的記憶は受け手が受容しなかり構成されないからだ。また受容されやすいストーリーを書くことがメディア自身の利益にもなる。このように「もはや「戦後」ではない」の社会的記憶はメディアとオーディエンスの相互作用で変容したのだ。

とはいえ、メディアとオーディエンスの相互作用メカニズムにかんしては本研究では概略に

とどまっている。これを精緻に分析することは今後の課題である。また今回はメディアを新聞・雑誌に限定したが、TVやラジオなどの従来型メディアにくわえ、インターネットや受け手が同時に送り手となるSNSをも社会的記憶構成を媒介するプレーヤーとして分析に加えることが必要となる。それは、「もはや「戦後」ではない」という半世紀以上まえのフレーズであっても、現在進行形として社会的記憶が再構成され続けている以上、避けては通れない課題である。

《注》

- 1) 本稿ではことわりがないかぎり1956年版をさしている。「もはや「戦後」ではない」というフレーズは、以下の引用中で使われている。アンダーラインは清水による。
「いまや経済の回復による浮揚力はほぼ使い尽くされた。なるほど、貧乏な日本のこと故、世界の他の国々にくらべれば、消費や投資の潜在需要はまだ高いかもしれないが、戦後の一時期にくらべれば、その欲望の熾烈さは明らかに減少した。もはや「戦後」ではない。われわれはいまや異なつた事態に当面しようとしている。回復を通じての成長は終わつた。今後の成長は近代化によつて支えられる。そして近代化の進歩も速やかにしてかつ安定的な経済の成長によつて初めて可能となるのである。
新しきものの摂取は常に抵抗を伴う。経済社会の遅れた部分は、一時的には近代化によつてかえつてその矛盾が激成されるごとくに感ずるかもしれない。しかし長期的には中小企業、労働、農業などの各部分が抱く諸矛盾は経済の発展によつてのみ吸収される。近代化が国民経済の進むべき唯一の方向とするならば、その遂行に伴う負担は国民相互にその力に応じて分け合ねばならない。
近代化—トランスフォーメーション—とは、自らを改造する過程である。その手術は苦痛なしにはすまされない。」(経済企画庁編 1956:42-43)
- 2) このフレーズは中野好夫が『文藝春秋』に発表した論文「もはや「戦後」ではない」(1956.2:56-66)からとられた(金森 1986:73)。後藤のもくろみどり「もはや「戦後」ではない」は人口に膾炙した。読売新聞(1994.9.4)は1956年に発生または流行した言葉として「太陽族 もはや戦後ではない 一億総白痴化」の3つをあげている。
- 3) 後藤誉之助を畏友とし『経済白書』が書かれた当時の経済状況にたいする見解もおなじだった稲葉は、戦後経済の特殊状況として以下の点を上げる。復旧可能な産業設備をもっていた。社会資本が低コストで復興可能だった。優秀な労働力と技術者を低賃金で使えた。輸出が伸びた。アメリカからの援助をうけた。朝鮮特需で輸出以上の輸入ができ投資ができた(稲葉秀三「もはや戦後ではない、論争(上)」『実業の日本』実業之日本社 1965.1.15:94)。敗戦後の原風景として社会

的記憶では「日本は戦争によって町も工場もすべて灰燼に帰するといった状況にありました」(http://www.php-fc.com/report/2011/10/post_416.php 2014.9.6 閲覧)となっているのだが、たとえば東京を例にとると、「焼野原の`あの日の東京、」(読売新聞 1956.8.15)によれば、空襲で焼けた家屋は56%、東京都都市計画局によれば「被災面積は195km²、都区部の28%におよび、焼失家屋71万棟、都区部の家屋の半数が失われた」(1989:46)。生産設備についていえば「大企業が持っていた大きな工場の過半数が生き残っていた」(色川 1991:91)。朝鮮特需を受け入れそれをバネとすることができるだけの経済力は残っていたのだ。しかし稲葉でさえ、戦後の回復期の経済実力を「過小評価」したと反省している(稲葉 1965.1.15:94)。戦後はゼロからのスタートだった(美和 2010:41, 経済産業省 http://www.hkd.meti.go.jp/hokpw/h22p_program/sho6_04.pdf 2014.9.6 閲覧)という社会的記憶がいかに構成されたかは本研究の範囲を超えるが、別稿で論じるべきテーマであろう。

- 4) アルヴァックス (1877-1945) は、デュルケムの集合主義の立場を受け継ぎ、記憶を個人的現象としてとらえるベルグソンに代表される記憶論を批判して、記憶を集合的現象としてとらえた(Coser 1992)。現在ではメディア研究から言及されることも多い(Neiger, et al. 2011, Sturken 1997)。そのさいには、メディアによる記憶の選択性が論点として加わる。
- 5) 1964年の夏、東京の高級ショッピングエリア・銀座のみゆき通りに若者がたむろし「みゆき族」といわれた。風紀を乱すと社会問題化したのが、秋までには排除された。
- 6) 「全編を通じ、いたるところに登場する近代経済学の術語とかいふ洪ないまわしは、いかにも近よりがたい印象を与える」(「近より難い野心作」読売新聞 1956.7.17)などの批評にたいして、『経済白書』の執筆者後藤蒼之助自身が署名入りで朝日新聞に「経済白書批判に答える 文章もやさしくするよう努めます」(朝日新聞 1956.7.23)と寄稿している。
- 7) この句の引用元である中野は、経済的な意味合いで「もはや「戦後」ではない」という言葉をつかっていない。「戦後」の終りという私の意味は、もうそろそろこの邊で安易な「戦後」への倚りかゝりはやめなければいけない。たとえば敗戦の教訓への反応にしても、明暗ともに單なる感情的な反応だけでは不十分であり、無意味でさえあるということである」(中野「もはや「戦後」ではない」1956:58)と述べ、戦後への寄りかかりをやめる具体的な指針を、「國と國のことは理性的立場から」「次代を背負うべき人格としての青年」「小國になった事實に腰を据えよう」の3つの小見出しにまとめている。ここには戦後復興を終えて自信を回復し高らかに過去を捨て去る宣言をする傲慢さは微塵もない。中野が言うところの戦後への寄りかかりを、後藤は経済側面に限定して「回復を通じての成長」すなわち戦後復興の特殊な経済状況としてとらえた。「経済の回復による浮揚力」がなくなった現在(1956年時点)では、「今後経済の成長が鈍る」「景気循環がはっきりする」と後藤は主張する(後藤「経済白書批判に答える」朝日新聞 1956.7.23)。その経済鈍化の新局面に対処するためには「苦痛なしにはすまされない」近代化が不可欠だと提唱する。一言でいえば、「もはや「戦後」ではない」は、警句だったのだ。

「もはや「戦後」ではない」が流行語となったあとで、中野はつぎのように苦言を呈している。「もはや戦後ではない」という言葉が、一部社会でのキャッチ・フレーズになったのは、はやすでに二、三年前の話だつ(ママ)た。近ごろこれほど不幸な誤解の中に立たされた言葉はない。」(中野好夫 1958:8.78)

- 8) たとえば、教育関連の雑誌では「時評座談会 もはや戦後ではない。では……………」(日本生活教育連盟『カリキュラム』誠文堂新光社 1956.12.42)とタイトルはあるが、『経済白書』への言及はなく、反動的な教育行政の現状を憂いて「もはや戦後ではない、とはこのごろの流行語だが、正に戦後じゃないね。／a まるきり「戦前」だ」と地方教育行政法の改定問題に始終している。
- 9) たとえばGluckは日本の「戦後」という用語が多くの意味を背負いこまされているとし、5つに類別して考察している。(2007:324-338)。
- 10) 「これからは経済の成長が鈍って、景気循環がはっきりする——というところは企画庁が意気込んで出した`新説、の一つだが、首をかき上げる学者や経済評論家も多い」(朝日新聞 1956.7.17)のように「もはや「戦後」ではない」を(警句)としてとらえた上での反論もある。
- 11) 花森は革新的で平和主義の雑誌『暮らしの手帖』編集長。「敗戦後まで大政翼賛会に籍をおいて国策広告に携わ」(花森 2012: 奥付) った戦中の自己への批判から自らを庶民派にポジショニングしていると思われる。「ボクは、たしかに戦争犯罪をおかした。言い訳をさせてもらうなら、当時は何も知らなかった、だまされた。しかしそんなことで免罪されるとは思わない。これからは絶対にだまされない。だまされない人々をふやしていく。その決意と使命感に免じて、過去の罪はせめて執行猶予にでもらっている、と思っている。(週刊朝日昭和四十六年十一月十九日号)(中略)花森が、大政翼賛会で戦争に協力した部分について、口を閉ざしていたのは、やはり、それにこだわっていたからではないか」(酒井 1988:219-220)ともある。
- 12) 石原慎太郎は『太陽の季節』(新潮社 1956)で戦後の若者たちの青春を描き第34回芥川賞を受賞。ベストセラーになると同時に映画化され、当時の社会規範を超えた性描写が青少年にたいして悪影響をあたえたと問題視された。
- 13) 数寄屋橋を舞台にくりひろげられる戦争メロドラマ。1952年から1954年にかけてラジオ放送され人気を博した。
- 14) 「こうした終戦番組のメディア編成が今日まで続くスタイルを確立したのは、一九五五年である」(佐藤 2005:112)。1955年から戦争報道には変化がおこっていた。それは、広島、長崎の原爆投下、ポツダム宣言受諾、そして8月15日の終戦記念日をピークとする夏場の「八月ジャーナリズム」の定番化である。「各メディアは一九五五年「終戦一〇周年特集」を新たな伝統として、翌一九五六年から「八月ジャーナリズム」を本格化する」(佐藤 2005:116)「実際、八月六日の広島原爆忌から同九日の長崎原爆忌をはさんで八月十五日「戦没者を追悼し平和を祈念する日」まで、新聞も雑誌もテレビも「八月ジャーナリズム」を伝統行事として戦争回顧を繰り返してきた」(佐藤 2005:129)。
- 15) 好景気を報じた一例として、「今年儲けました一好景気のカミカゼ」(『週刊新潮』1956.12.27:26-32)。
- 16) そのときの「空気」をのちに分析して、金森は「いず

れにしても、「戦後は終わった」感じは昭和三年ごろにはみんなの気持ちの中に潜在的にあったのだすね。／しかし潜在的にあったけれども、まだ世間一般の人ははっきり自覚してない。そこにそういう言葉を後藤さんがバツと投げかけることによって世間の人々をなるほどという気持ちにさせた」（金森 1986.8.27:73）と言い、朝日新聞は「経済白書の「もはや戦後ではない」がそのまま流行語になった。そういつまでも戦後ではあるまい、という国民感情にマッチしたのだろう」（1986.4.5）と記している。

- 17) 空気とは「特定の方向への圧力を伴った雰囲気」（伊藤 2013:32）であり、社会的記憶の変容を促す主要な要因のひとつである。「空気」は一對一の対人関係や小集団のマイクロ環境においても国全体のようなマクロ環境においても作用する。マクロ環境においては、マスメディアが「空気」に影響されることもある。ならば、「空気」をつくることもある。「空気」現象は、必ずしも日本特有のものではなく、国際的にも普遍的なもので、欧米社会においても類似的現象はみられるが、「空気」のように1語で統一的に表現できるという便利な単語は欧米には存在しない。そのため、「kuuki」は便利な用語として注目され、2000年代前半から欧米で刊行される辞典、百科事典等に独立した項目として採用されるようになっていく（伊藤 2006.2010.2013）。Littlejohn & Foss(2009:573)では、「JAPANESE KUUKI THEORY」の項目が立ち、「Kuuki, the Japanese linguistic equivalent of *air*, refers to the *atmosphere of a situation* to which all those involved are expected to pay respect. (後省略)」となっている。Watson & Hill (2003:153)にも「Kuuki」の項目がある。
- 18) 沈黙の螺旋理論（ノエル＝ノイマン 2013）がこの引用にはあてはまるだろう。
- 19) 1956年からオイルショック直前の1973年までの平均実質経済成長率は9.4%。（http://www.teikokushoin.co.jp/statistics/history_civics/index23.html から算出。2014.9.7 閲覧）。
- 20) 日経 BP 記事検索サービスで「もはや「戦後」ではない」を検索語として『日経ビジネス』を検索したところ、1976年から2010年までに「もはや戦後ではない」というフレーズが22回掲出され、うち9回で「宣言」もしくは「うたう」という言葉を組みあわせている。
- 21) 1957年6月を山とする戦後の第3循環は一般に神武景気と呼ばれている。神武天皇は第1代天皇として数えられる神話上の人物。朝日新聞（1991.9.14）によれば、「景気の命名に神話を持ち出したのは、故・後藤誉之助氏に違いない」。前述のように後藤誉之助は1956年度『経済白書』の執筆者でもある。マスコミでこの名称が使われはじめたのは『経済白書』が発表されてからおおよそ半年後。『週刊新潮』（1956.12.27:26）には「神武天皇以来の好景気」とある。読売新聞では「神武以来の景気、とかいわれて」（1956.12.29）とある。年があけると、「神武景気」と一語になっている（朝日新聞 1957.1.15 夕刊）。
- 22) たとえば、朝日新聞では、1985年以降、「近代化」と「もはや戦後ではない」がひとつの記事のなかに記述された例を筆者は見つけられなかった。
- 23) ここでは、「大学受験用として圧倒的な人気を誇

る」（佐藤 2005:248）高校日本史教科書『詳説日本史』（山川出版）での記述を参考にしてみる。国立教育政策研究所教育研究情報センター教育図書館によれば、2012年の日本史Bで山川出版の教科書採択率は60.6%で他出版社を圧倒している。（http://crd.ndl.go.jp/reference/detail?page=ref_view&id=1000105641 2014.9.7 閲覧）

- 24) 1981年発行『詳説日本史（再訂版）』までは、「もはや「戦後」ではない」という語句への言及はない。1983年発行『詳説日本史（新版）』で「こうした生活難も、1956（昭和31）年の経済白書が『もはや戦後ではない』といったように、この時期には大きく緩和されるにいたった」（343）とはじめてとりあげられた。1988年発行『詳説日本史』でも同様の記述（352）がみられる。2013年発行『詳説日本史』（2006年文部科学省検定済）では「国民の生活水準を示す消費も、朝鮮戦争を契機に上昇に転じ、1956（昭和31）年の政府の『経済白書（ルビ：けいざいはくしょ）』は「もはや戦後ではない」と記した」（370）となった。この版までは神武景気と組みあわされていない。
- 25) グラックはなぜ日本が「戦後」という言葉をつかいつけているのかについて、「日本にとっては、それが快適だった」（「安倍政権と戦争の記憶」朝日新聞 2013.8.20）とも、また「長期的な「従属的独立」のあいだにつくられた平和と繁栄の習慣がとてどもこちよく（comfortably）確固としたものになっていた」とも指摘し、記憶の継続にとってその記憶が「快適」であることを重視する（Gluck 2003:307）。東京裁判の生み出した物語が受け入れられた理由としても「こちよかった」（グラック 2007:281）をあげている。また、「もはや「戦後」ではない」について『増補新版 現代世相風俗史年表』（世相風俗観察会編 2009:72）では「始まった『生活革命』のなかでこのフレーズは人々にこちよよく聞こえた」としている。
- 26) 記事作成の慌ただしさのなかで、記者の思い違いや憶測が編集過程でのチェックをかわして印刷されてしまうこともある。文意の方向性としては社会的記憶に沿っているものの記述としては大幅な再構成をともなう。しかし、このような記事は社会的記憶再構成過程のバグにとどまり、さらなる再構成には影響をあたえなかったようだ。具体的な例をふたつあげる。「経済白書の副題が「もはや戦後ではない」とうたった昭和三十一年」（読売新聞 1990.8.30）とあるが、副題は「日本経済の成長と近代化」だった。また「三十一年度白書は、書き出しの「もはや戦後ではない」が流行語になる。執筆に当たって故後藤誉之助氏は、経済に対する大衆の関心を引き起こすために新聞記者と懇談しながら色々な「名句」を考えたらしい」（読売新聞 1991.8.11）とあるが、「もはや戦後ではない」は書き出しではない（第一部総説 五結語中にある）し、中野（1956.2）から引用されている。
- 27) たとえば、『日経ビジネス』では、「経済白書が「もはや戦後ではない」とうたいあげ」（1986.3.17:89）、「経済白書（31年）が「もはや戦後ではない」と高らかに宣言」（1986.11.24:13）、「経済白書は「もはや戦後ではない」と高らかに謳い上げ」（1987.12.7:144）、「経済白書が「もはや戦後ではない」とうたった」（1991.3.18:32）、「もはや戦後ではない」と経済白書がうたった」（1995.4.10:7）「もはや戦後ではない」と経済白書にう

- たわれ」(2005.4.18:54),「経済白書が「もはや戦後ではない」を宣言」(2006.11.27:37),「経済白書が「もはや戦後ではない」と高らかに宣言」(2009.11.2:128),「もはや戦後ではない」と経済白書にうたわれ」(2010.11.15:54)と同じもしくは類似表現がつづく。
- 28) 橋元は、大半の読者にすんなり受け容れられないような「大勢と異なる意見は、マスメディアの側でも快く受け容れられない」(2005:334)と述べる。これは若者の対人関係希薄化論にかんしての論述だが、本稿のテーマにも当てはまる。
- 29) 個人や集団は蓄積的記憶のなかから必要な情報を選びだし、機能的記憶に移行させ想い出をつくる(アスマン 2007:163-173)。
- 30) リップマンのいう防衛手段としてのステレオタイプと同じメカニズムが働いているといえる。「ステレオタイプの体系は、秩序正しい、とてつなく矛盾のない世界像であり、われわれの習慣、趣味、能力、慰め、希望はそれに適応してきた」「こうした状態であるから、ちょっとしたでも、ステレオタイプに混乱が生じると、宇宙の基盤が襲撃されたように思えるのも不思議なことではない」(リップマン 1987:130-131)。混乱を生じさせる記憶は忘却してしまうにこしたことはない。
- 31) ヨミダス歴史館(『読売新聞』),「開蔵Ⅱビジュアル」(『朝日新聞』), 毎日 NEWS パック(『毎日新聞』), 産経新聞ニュース検索サービス(『産経新聞』), 日経テレコン 21(『日本経済新聞』)で検索。
- 参考文献**
- Berkowitz, Dan. 2011. "Telling the Unknown through the Familiar : Collective Memory as Journalistic Device in a Changing Media Environment" . In Motti Neiger, Oren Meyers, and Eyal Zandberg (eds.), *On Media Memory*. Palgrave Macmillan.
- Gluck, Carol. 2003. The "End" of the Postwar. *States of Memory*. Edited by Jeffrey K. Olick. Duke Univ. Press
- Halbwachs, Maurice ; Gérard(Préf.). 1994 = 1925. *Les cadres sociaux de la mémoire*, Paris, Albin Michel.
- . 1941. *La topographie légendaire des Évangiles en Terre Sanite ; etude de mémoire collective* 1971 2e éd. Augmentée, P.U.F.
- . 1992. *On Collective Memory* edited, translated, and with an introduction by Lewis A. Coser, Univ of Chicago Press.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*, SAGE Publications.
- Neiger, Motti, Oren Meyers, Eyal Zandberg. 2011. *On Media Memory* Palgrave Macmillan.
- Shimizu, Kazuhiko. 2014a. Reshaping the Social Memory of the Miyuki - zoku: The Agents and the Reconstruction Process Focusing on the Interaction and Roles of VAN, Heibon Punch, Other Media, and Audience. *Communication & Society, Bulletin of Edogawa University*. Edogawa Univ.
- . 2014b. Selection and Construction in the Process of Shaping Social Memory of the Phrase, "It Is No Longer 'Postwar' ". *Communication & Society, Bulletin of Edogawa University*. Edogawa Univ.
- Sturken, Marita. 1997. *Tangled Memories*, University of California Press.
- Watson, James, Anne Hill. 2003. *Dictionary of Media and Communication Studies Sixth Edition* Arnold Publication.
- Zelizer, Barbie. 1992. *Covering the Body: The Kennedy Assassination, the Media, and the Shaping of Collective Memory* University Of Chicago Press.
- 赤塚行雄「広告周辺史② もはや戦後ではない」『広告月報』朝日新聞社, 1973.2
- アライダ・アスマン安川晴基訳『想起の空間』水声社, 2007
- 伊藤陽一「意見風土, 「空気」, 民主主義」『メディア・コミュニケーション』慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究, 2006
- 伊藤陽一「社会的圧力としての「空気」小川(西秋) 葉子・川崎賢一・佐藤麻由子編『〈グローバル化〉の社会学』恒星社厚生閣, 2010
- 伊藤陽一「「空気」の政治心理学」伊藤陽一・浅野智彦・赤堀三郎・浜日出夫・高田義久・粟谷佳司編『グローバル・コミュニケーション』ミネルヴァ書房, 2013
- 稲葉秀三「もはや戦後ではない、論争(下)」『実業の日本』実業之日本社, 1965.2.1
- 色川大吉『昭和史と天皇』岩波書店, 1991
- 大野道邦・林大造・野中亮「災害の集合的記憶——伊勢湾台風の場合——」『奈良女子大学社会学論集』奈良女子大学, 1997
- 大野道邦・林大造・野中亮「集合的記憶と個人的記憶——伊勢湾台風をめぐる——」『奈良女子大学社会学論集』奈良女子大学, 1999
- 金森久雄「官庁経済学の創始者 後藤善之助氏の功罪 「もはや戦後ではない」を超えて」『エコノミスト』毎日新聞社, 1986.8.27
- キャロル・グラック 梅崎透訳『歴史で考える』岩波書店, 2007
- 経済企画庁編『昭和 31 年度経済白書—日本経済の自立と近代化—』至誠堂, 1956
- 小林義雄『戦後日本経済史』日本評論社, 1963
- 酒井寛『花森安治の仕事』朝日新聞社, 1988
- 佐藤卓己『八月十五日の神話——終戦記念日のメディア学』筑摩書店, 2005
- 清水一彦「“みゆき族”の社会的記憶変容における、『平凡パンチ』とVANの役割」『出版研究』日本出版学会, 2012
- 世相風俗観察会編『増補新版 現代世相風俗史年表』河出書房新社, 2009
- 竹内郁郎・小島数人・橋元良明編著『メディア・コミュニケーション論Ⅱ』北樹出版, 2005
- 谷沢永一『回想開高健』新潮社, 1992
- ティモシー・ウィルソン 村田光二監訳『自分を知り、自分を変える』新曜社, 2005
- 東京都都市計画局『東京の都市計画百年』東京都, 1989
- E.ノエル=ノイマン 池田賢一・安野智子訳『沈黙の螺旋理論 改訂復刻版』北大路書房, 2013
- 中野好夫「もはや「戦後」ではない」『文藝春秋』文藝春秋, 1956.02
- 中野好夫「傷はまだ癒えていない 「もはや戦後ではない」というキャッチ・フレーズへの疑問」『文藝春秋』1958.8
- 林田茂雄『現代青年論』青木書店, 1965

- 花森安治『花森安治集』JRC, 2012
- 美和 卓『経済嫌いのための経済「超」入門』東洋経済新報社, 2010
- モーリス・アルヴァックス 小関藤一郎訳『集合的記憶』行路社, 1989
- W.リップマン 掛川トミ子訳『世論』上下 岩波書店, 1987
- 高校日本史教科書
『詳説日本史』山川出版社, 1960
『詳説日本史 (再訂版)』山川出版社, 1975
- 『詳説日本史 (再訂版)』山川出版社, 1981
『詳説日本史 (新版)』山川出版社, 1983
『詳説日本史 (再訂版)』山川出版社, 1988
『詳説日本史』(2002年文部科学省検定済) 山川出版社, 2003
『詳説日本史 (改訂版)』(2006年文部科学省検定済) 山川出版社, 2013
『詳説日本史』(2012年文部科学省検定済) 山川出版社, 2013