

## (別紙2)

### 論文審査の結果の要旨

氏名 駒橋恵子 (こまはし・けいこ)

本論文は、情報の社会経済学的考察を基礎にしつつ、情報経済学、経営組織論、マーケティング論、メディア論に関する膨大な先行業績を踏まえて、コーポレート・コミュニケーションや世論形成の観点を導入し、広範な領域に重複するメディア・コミュニケーションに関する考察を行ない、マーケット・メカニズムの外部性として「ゆらぎ現象の増幅効果」が存在することを示した上で、経済報道が実体経済のゆらぎ現象を増幅することを明らかにしたものである。

本論文は、8章から構成されている。最初の3つの章、すなわち、第1章「経済組織の「情報」と「ゆらぎ」の関係」、第2章「経済報道と自己組織化による波及効果」、第3章「歴史的事例にみるメディア効果」において「情報とゆらぎ」、メディアに関する既存研究のレビューが行われ、経済報道の実体経済への影響（ゆらぎ増幅）に関する問題設定がなされている。つづく第4章「組織的な経済事件の報道と社会的影響」および第5章「情報発信者とメディア戦略」においては、膨大な事例研究を通して経済報道がもたらす業界や企業への影響と業界や企業の変容について明らかにされている。第6章「企業の広報活動」および第7章「マーケティング・コミュニケーション」においては広報論および組織論、さらに事例研究を通して企業が報道に対してどのような対応を行っているかという点について考察されている。最後に第8章「「ゆらぎの増幅」を加速する日本的要因」において経済報道の実体経済に与えるゆらぎを増幅させる影響に関する仮説の有効性を再確認し、その上で日本における特殊要素を抽出し、今後なされるであろうより理論的および実証的研究の課題が述べられている。

本論文は、多くの研究領域にまたがる膨大な先行業績を踏まえつつ考察を展開しているため、必ずしも理論的に精緻化されたものとは言いがたい。しかしながら、多くの事例研究を行ない、これまで重要性が認められながらほとんど本格的な考察がなされてこなかった、経済報道がどのように実体経済に影響を及ぼすのかという点について詳細な考察を行ったものであり、メディア、コミュニケーション、情報経済の分野の融合領域において新たな研究領域を開拓するものとして学術的にみて意義を有するものである。よって審査委員会は、本論文が博士（社会情報学）の学位に相当するものと判断する。