

Zeitschrift: Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1975)

Heft: 1

Artikel: Criteri di ammissione di soci individuali nella SSCM

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790589>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.01.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

CRITERI DI AMMISSIONE DI SOCI INDIVIDUALI NELLA SSCM

Il comitato della SSCM valuta l'ammissione di soci individuali sulla base dei criteri seguenti:

1. Di primaria importanza è che i candidati adempiano ai requisiti contenuti negli art. 1 e 2 degli statuti, di modo che solo eccezionalmente debbano venir applicate le misure previste dall'art. 5 .
2. Soltanto candidati qualificati possono realizzare gli scopi contenuti nell'art. 2 .
Di conseguenza requisito di ammissione è l'attività universitaria o extrauniversitaria avente quale oggetto problemi di scienze della comunicazione e dei mass media, i loro risultati o metodi.
3. Poiché le scienze della comunicazione e dei mass media sono oggetto di ricerche interdisciplinari, non soltanto i ricercatori veri e propri di scienze della comunicazione e dei mass media o gli esperti di pubblicità adempiono ai requisiti richiesti, ma bensì pure — purché si occupino in modo sostanziale dell'oggetto in questione — i sociologi, politologi, economisti, giuristi, psicologi, psicologi sociali, linguisti, pedagogisti, storici, studiosi di arte, di informatica, di teoria dei sistemi, di cibernetica, ingegneri della comunicazione e rappresentanti di altre attività.