

コミュニケーション

科学

2005 NO.23

論 文

- イニス、マクルーハンのメディア・コミュニケーション理論の位置（I）
——マス・コミュニケーション研究を照射する鏡として—— 香内三郎
内なる声としての広告
——人称詞と広告メッセージへの同一化現象—— 関沢英彦
イラク戦争と「埋め込み」報道
——マス・メディアの新しい役割—— 大石悠二

研究ノート

- Reconsidering “context” 大崎正瑠

資料

- ソーシャルネットワーキング・サービスの利用に関する調査
——mixi ユーザの意識と行動—— 川浦康至
坂田正樹
松田光恵

評論

- メディア・コンヴァージェンス時代の中協力
——アジアがFMC (Fixed Mobile Convergence=固定通信・移動通信・融合) 時代の勝利者になるために—— 林龍二

報告

- コミュニケーション学博士論文紹介
-

東京経済大学コミュニケーション学会会則

第1条 本会は東京経済大学コミュニケーション学会という。

本会の事務局は、東京経済大学コミュニケーション学部に置く。

第2条 本会はコミュニケーションの研究の進展およびその普及を目的とする。

第3条 本会は、前条の目的を達成するために、次の事業を行う。

①機関誌『コミュニケーション科学』の発行及び普及

②研究会及び講演会の隨時開催

③その他

第4条 本会の会員は次の者とする。

①東京経済大学コミュニケーション学部の専任教員

②東京経済大学の教員で入会を希望する者

③東京経済大学コミュニケーション学部の専任教員を退職した者

第5条 1 本会に次の役員を置く。

①会長

会長は会を代表する。

②理事

理事は会の運営にあたる。ただし、理事の人選については別に定める。

2 役員の任期は1年とする。ただし再任はこれを防げない。

第6条 本会の会員は、第3条に定める目的を達成するために、会の運営に協力する。

第7条 本会の会費については別に定める。

第8条 本会則の改正及び変更は会員総会の決議による。