



Dissertationspreis „Medien – Kultur – Kommunikation“

Ziel und Gegenstand des Preises

Das Ziel des Dissertationspreises der Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) und von Springer VS ist es, jährlich eine herausragende Dissertation im Themenfeld der Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ auszuzeichnen, die eine eigenständige Buchpublikation anstrebt.

Gegenstand des Preises ist neben der kostenfreien Publikation bei Springer VS ein Preisgeld in Höhe von € 1.500,- sowie die öffentliche Würdigung der ausgewählten Dissertation.

Auswahlgremium und -prozess

Einreichungsschluss ist der 31.12. eines jeden Jahres.

Einzureichen sind die Bewerbungsunterlagen an:

VS-Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“, z. H. Prof. Dr. Andreas Hepp
Universität Bremen

ZeMKI, Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung
Linzer Str. 4

D-28359 Bremen

E-Mail: Andreas.Hepp@uni-bremen.de

unter Beilage der folgenden Unterlagen (digital als PDF):

- Dissertationsschrift (Verfahrensabschluss im Jahr der Einreichung)
- Lebenslauf
- Gutachten der Dissertation
- Überarbeitungs- und Zeitplan für die Buchveröffentlichung

Eingereicht werden kann jede Dissertation im Profil der Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ von Springer VS.

Die eingereichten Dissertationen werden begutachtet von einem Gremium bestehend aus:

- Reihenherausgeber
- Sprecher/in und Stellvertreter/in der DGPK-Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation
- Lektorat Springer VS

Der Auswahlprozess wird bis zum 30.4. eines jeden Vergabjahres abgeschlossen. Die Bekanntgabe mit Auszeichnung findet auf der Jahrestagung der Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation statt.

Nähere Informationen zur Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ findet sich auf folgender Webseite:

link.springer.com/bookseries/12694

und nähere Informationen zur DGPK-Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation auf medien-soziologie.de.

DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR
PUBLIZISTIK- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT
FACHGRUPPE SOZIOLOGIE DER MEDIENKOMMUNIKATION

