



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 (DGPuK) 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 500,- Euro, zur Verfügung gestellt von der Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation, sowie die öffentliche Würdigung der ausgewählten Dissertation.

Auswahlgremium und -prozess

Einreichfrist ist der 31.12. eines jeden Jahres.

Die Bewerbungsunterlagen sind per Email zu richten an:

Prof. Dr. Sigrid Kannengiesser

Universität Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft

Email: sigrid.kannengiesser@uni-muenster.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 monographische Dissertation in deutscher oder englischer Sprache im Profil der Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ von Springer VS.

Die eingereichte Dissertationen werden begutachtet von einem Gremium bestehend aus den Reihenherausgeber*innen, Sprecher*in und Stellvertreter*in der DGPuK-Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation und dem Lektorat von Springer VS

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 DGPuK-Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation auf medien-soziologie.de.

DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR
PUBLIZISTIK- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT
FACHGRUPPE SOZIOLOGIE DER MEDIENKOMMUNIKATION

