

Der *Best Paper!-Award* für NachwuchswissenschaftlerInnen der DGPK-Fachgruppe *Visuelle Kommunikation* | 2012

*Liebe/r InteressentInnen am Best-Paper-Award der DGPuK-
Fachgruppe Visuelle Kommunikation,*

wir freuen uns, dass Sie am Best Paper Award für NachwuchswissenschaftlerInnen der DGPuK-Fachgruppe Visuelle Kommunikation interessiert sind und möchten Sie hiermit genauer über den Ablauf und die Selektion der Auszeichnung informieren. Alle Informationen zur Teilnahme finden Sie in diesem Booklet.

Falls Sie weitere Fragen haben, können Sie sich natürlich gerne an uns wenden.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg und gutes Gelingen!

Stephanie Geise & Katharina Bolinger

Zum Best-Paper-Award der Fachgruppe

Mit dem Best-Paper Award der Fachgruppe Visuelle Kommunikation sollen NachwuchswissenschaftlerInnen ausgezeichnet werden, die mit Ihren theoretischen und empirischen Forschungen ein außergewöhnliches und originäres Engagement für die Visuelle Kommunikationsforschung leisten.

Grundlage für die Qualifikation zur Teilnahme ist die Einreichung eines Abstracts zur jährlichen Fachgruppentagung durch NachwuchswissenschaftlerInnen, die im Review-Prozess mindestens eine Punktzahl von 25 (von maximal 30 Punkten) erhält. Als Best *Paper*-Award wird die Auszeichnung jedoch nicht auf Basis des Abstracts, sondern auf Basis eines Konferenzpapers verliehen, das sich an der Gestaltung von Beiträgen der Tagungsbandreihe der Fachgruppe orientiert (vgl. Knieper & Müller 2001, 2003, 2004, 2005; Petersen & Schwender 2009; Geise & Lobinger Im Druck).

Nach dem erfolgreich durchlaufenen Review-Prozess erhalten die TeilnehmerInnen, die sich mit ihrem Abstract für die Teilnahme am Best Paper-Award qualifiziert haben, eine Einladung zur Einreichung eines Artikels (Full Paper, max. 35.000 Zeichen inkl. Leerzeichen und Literaturangaben). Der Artikel ist bis spätestens zum 15. Oktober 2012 per E-Mail an stephanie.geise@uni-erfurt.de und katharina.lobinger@uni-bremen.de zu übersenden. Das eingereichte Paper darf noch nicht anderweitig präsentiert oder publiziert sein; dieser Sachverhalt ist auf einer separaten Dokumentenseite ausdrücklich zu erwähnen.

Nach der Einreichung wird das Paper von einer Fach-Jury anhand der sechs aus dem Call for Papers bekannten Review-Kriterien beurteilt. Im Rahmen der DGPUK-Fachgruppentagung im November 2012 in Berlin wird das beste Paper (d.h. das Paper mit der höchsten erreichten Punktzahl) mit dem Best Paper-Award der DGPUK-Fachgruppe Visuelle Kommunikation ausgezeichnet.

Bei Interesse wird das Paper mit entsprechender Kennzeichnung ohne weiteren Reviewprozess (ggf. lediglich mit geringfügigen Überarbeitungshinweisen) in den Tagungsband aufgenommen.

Blind Review Prozess | Hinweise zu den Autoreninformationen

Die für den Award eingereichten Paper werden in einem Blind-Review-Verfahren von einer Fachjury beurteilt, der neben ProfessorInnen auch NachwuchswissenschaftlerInnen angehören. Die Bewertung der Jury erfolgt auf den bereits aus dem Call for Papers bekannten sechs Review-Kriterien: 1) Beitrag zum Tagungsthema, 2) Plausibilität der theoretischen Fundierung, 3) Angemessenheit der Methode bzw. der Vorgehensweise, 4) Klarheit und Prägnanz der Darstellung, 5) Beitrag zum Forschungsfeld (Relevanz, Originalität), 6) Kreativität und gedankliche Tiefe.

Da die für den Award nominierten Paper einem Blind Review-Verfahren unterzogen werden, bitten wir Sie, alle Autoreninformationen und Hinweise zu den VerfasserInnen aus dem Dokument zu entfernen und in einem gesonderten Dokument (Titelseite mit Autoreninformationen) mitzusenden. In diesem geben Sie bitte Ihren Namen, Adresse, e-Mail-Adresse und gegebenenfalls Institution an.

Des Weiteren bitten wir Sie um einen Kurz-CV mit Foto (Kurzbiografie mit Geburtsdatum, Studium, aktuelle wissenschaftliche Tätigkeit, Forschungsschwerpunkte; ca. 750 Zeichen inkl. Leerzeichen). Als Hilfestellung hier ein Beispiel:

KATHARINA LOBINGER, Jg. 1981, Dr.; Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Italienisch in Wien. 2010 Promotion mit einer Arbeit über Visuelle Kommunikationsforschung. Seit 2011 wissenschaftliche Mitarbeiterin (Postdoctoral Fellow) am Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI) der Universität Bremen. 2007-2011 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. Forschungsschwerpunkte: Visuelle Kommunikationsforschung, Multimodalität, Werbeforschung, Mediatisierungsforschung. 2011 Dissertationspreis „Medien – Kultur – Kommunikation“ der Fachgruppe „Soziologie der Medienkommunikation“ und des VS Verlages. Seit 2011 stellvertretende Sprecherin der Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“ der DGPK.

Formatierung des Textes und der Bibliographie

Die Tagungsbände der Fachgruppe Visuelle Kommunikation erscheinen traditionell im von Halem Verlag, Köln. An den Formatvorlagen des von Halem-Verlags orientieren sich entsprechend auch die Formatierungsanforderungen des einzureichenden Artikels. Mit der Einladung zur Teilnahme am Best Paper-Award übersenden wir Ihnen die Musterdokumente für einen Buchbeitrag, der die Vorlage für das Paper darstellt. Wir bitten Sie, Ihren Text direkt in diesem Dokument (für Mac oder PC) zu verfassen, da es die Formatierungen für alle Textteile beinhaltet. Informationen zum Umgang mit der Formatvorlage entnehmen Sie bitte der Anleitung des von Halem-Verlags.

Wir bitten Sie, ausschließlich die vorgesehen Formatierungen und nicht die sonst üblichen Hervorhebungen durch Schaltflächen in Word zu verwenden (z.B. statt der Kursiv-Schaltfläche die Formatvorlage „italic“ im Dokument verwenden). Alle Namen bei Quellenangaben werden mit Hilfe der Formatvorlage „NAMEN“ in Kapitälchen gesetzt. Das betrifft jedoch nicht die Namen, die im Fließtext genannt werden. Dies und weitere Formatierungsanforderungen sind in der Anleitung des von Halem-Verlags genau beschrieben.

Auch bezüglich der Gestaltung der Bibliographie ergeben sich einige Besonderheiten, da diese vom Verlag bei einer eventuellen Publikation im Tagungsband gesetzt werden. Als Vorarbeit bitten wir Sie, die Quellen wie beschrieben zu gestalten. Als Hilfestellung hier einige Beispiele:

GRITTMANN, ELKE: Fotojournalismus und Ikonographie_:Zur Inhaltsanalyse von Pressefotos in Theorie und Empirie. In: WIRTH, WERNER; LAUF, EDMUND (Hrsg.): Inhaltsanalyse, Perspektiven, Probleme, Potentiale. Köln_:Herbert von Halem , 2001, S. 262 – 279 – ISBN 3931606406
MÜLLER, MARION G.: Grundlagen der visuellen Kommunikation_:Theorieansätze und Methoden. Konstanz_:UVK Verl.-Ges., 2003 – ISBN 3825224147
NIGHTINGALE, VIRGINIA: The Cameraphone and Online Image Sharing. In: Continuum - Journal of Media & Cultural Studies, 21 (2), 2007, S. 289 – 301