

## Ausschreibung des DGPs-Preises für Wissenschaftskommunikation 2024

Anlässlich des 53. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Psychologie in Wien im Jahr 2024 verleiht die Deutsche Gesellschaft für Psychologie den Preis für Wissenschaftskommunikation an Personen oder Institutionen, die sich um die Darstellung psychologischer Forschung in den Medien verdient gemacht haben. Berücksichtigt werden Beiträge in Printmedien, Hörfunk, Fernsehen und Internet, sowie (begleitend) auf Social Media-Plattformen wie z.B. Twitter, Instagram oder Tiktok.

Maßgebend für die Vergabe des Preises sind folgende Gesichtspunkte:

- Inwiefern haben die Arbeiten dazu beigetragen, den empirischen Charakter der Psychologie und ihren Status als Wissenschaft zu verbreiten?
- Inwieweit ist es gelungen, die enge Verzahnung zwischen Grundlagenforschung und Anwendungsbezügen an konkreten Beispielen interessant darzustellen?

Eine Unterteilung in die folgenden vier Typen von Wissenschaftskommunikation kann bei der Nominierung von Preisträger\*innen Orientierung bieten:

A) Klassischer Wissenschaftsjournalismus durch Journalistinnen\*Journalisten: Die Themenwahl reflektiert eine journalistische Einschätzung einerseits über das, was es Bemerkenswertes (üblicherweise vor allem: Neues) aus der Psychologie als Angebot gibt und andererseits über das Zielgruppeninteresse, d. h. das Interesse der Nutzer\*innen der jeweiligen Medien, die bedient werden.

B) Wissenschaftskommunikation durch Wissenschaftler\*innen: Engagierte Beiträge von Wissenschaftler\*innen zum eigenen Forschungsfeld und verwandten Themen. Im Regelfall orientieren sie sich thematisch daran, was es Bemerkenswertes (üblicherweise vor allem: Neues) aus ihrem Forschungsfeld gibt.

C) Lebenshilfe / Psychoedukation durch Wissenschaftler\*innen aus der Psychologie oder Medienvertreter\*innen: Beiträge, die sich vor allem auf Unterstützung der persönlichen Lebensbewältigung und -führung richten.

D) Wissenschaftskommunikation im Kontext einer gesellschaftlichen oder politischen Problemstellung durch Fachkolleginnen\*Fachkollegen, Wissenschaftler\*innen anderer Fächer oder Medienvertreter\*innen: Ihnen gemeinsam ist, dass sie eine Agenda bezüglich der jeweiligen Problemstellung haben (z.B. Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Corona-Pandemie oder des Klimawandels).

Für die Typen B), C) und D) gibt es für Wissenschaftler\*innen zwei Wege, sich zu engagieren: 1. Push-Strategie: Wissenschaftler\*innen erstellen aus eigener Motivation mediale Inhalte, wie z. B. Input für einen Wissenschaftsblog, Podcasts, Reels. 2 Pull-Strategie: Wissenschaftler\*innen reagieren engagiert auf Medienanfragen.

Nominierungen: Die Mitglieder der DGPs werden gebeten, Nominierungen für diesen Preis auszusprechen. Bewerbungen und Vorschläge mit aussagekräftigen Unterlagen sind bis zum 31. Januar 2024 per E-Mail (in Form einer einzigen pdf-Datei) zu richten an den Vorsitzenden der Jury, Prof. Dr. Rainer Bromme ([bromme@uni-muenster.de](mailto:bromme@uni-muenster.de)). Bitte senden Sie zudem eine Kopie an die Schriftführerin der DGPs, Prof. Dr. Anna-Lena Schubert ([schriftfuehrerin@dgps.de](mailto:schriftfuehrerin@dgps.de)).

Auswahl: Der Preis für Wissenschaftspublizistik wird vom Vorstand der DGPs aufgrund eines Vorschlags der von ihr eingesetzten Jury verliehen.