



FRIEDRICH KROTZ

**Neue Theorien entwickeln.
Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung**

2019, 2., korrigierte und erweiterte Auflage, 342 S., 9 Abb., Broschur, 213 x 142, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-452-5	EUR(D) 32,00
ISBN (PDF)	978-3-86962-453-2	EUR(D) 27,99
ISBN (ePub)	978-3-86962-454-9	EUR(D) 27,99

Über dieses Buch: Wir leben in einer Welt, die sich immer schneller verändert. »Globalisierung«, »Individualisierung«, »Ökonomisierung« und »Mediatisierung« sind einige Stichworte, unter denen diese Veränderungen untersucht und diskutiert werden. Parallel zum sozialen Wandel verändern sich die Gegenstandsbereiche der Sozialwissenschaften – besonders der Kommunikationswissenschaft, aber auch der Ethnologie, Politikwissenschaft, Psychologie und Soziologie. Sie benötigen neue und gute Theorien, um diese sich ändernde Welt zu beschreiben, zu erklären, zu verstehen und sie handhabbar zu machen.

Wie aber entstehen neue gültige und brauchbare Theorien? Von den zahlreichen Möglichkeiten, diese zu entwickeln, geht es im vorliegenden Band darum, Theorien systematisch zu generieren, indem man dafür gezielt Daten erhebt und sie im Hinblick auf die Konstitution von Theorie auswertet. Im ersten Teil des Buches werden grundlegende Überlegungen zur qualitativen Forschung erläutert. Als die drei wichtigsten Verfahren Theorie generierender Art werden dann im zweiten Teil die Grounded Theory und die Heuristische Sozialforschung sowie die Ethnographie dargestellt.

Die hier vorliegende 2. Auflage wurde um ein ausführliches Vorwort des Autors ergänzt, welches die Entwicklungen der letzten Jahre berücksichtigt.



FRIEDRICH KROTZ, Jg. 1950 (geb. in Barcelona) ist Diplommathematiker und Diplomsoziologe. Er hat in Soziologie promoviert und in Kommunikationswissenschaft/Journalistik habilitiert. Zu den Stationen seiner Entwicklung als Forscher und wissenschaftlicher Lehrer zählen Saarbrücken, Hamburg und Berlin sowie Potsdam, Jena, Dresden und Zürich. Unter anderem war er 10 Jahre wissenschaftlicher Referent am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung. Zur Zeit hat er eine Professur für Kommunikationssoziologie und Kommunikationspsychologie an der Universität Münster inne. Zu seinen Forschungsgebieten zählen insbesondere Kultursoziologie, Theorien der Kommunikationswissenschaft, Computervermittelte Kommunikation, qualitative Kommunikationsforschung und interkulturelle Kommunikation. Er ist zur Zeit unter anderem Sprecher der Sektion »Psychology and public opinion« der International Association of Mediated Communication Research.

Weitere Informationen/Further Information:
<https://www.halem-verlag.de/neue-theorien-entwickeln/>

Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
oder über unseren Online-Buchladen
oder in Ihrer Buchhandlung

Vorname und Name

Straße

E-Mail

Land, PLZ und Ort

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der o.g. Adresse zu.

Buchhandlung (Stempel):

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.