

Inhalt

Einleitung | 9

KAPITEL EINS

Fünfzehnhundertsiebenundachtzig | 17

Literaturgeographie und Fiktionstheorie | 32

Geomediale Literatur | 39

Geomedien – Literaturmedien | 56

Popularität = Relevanz? | 67

KAPITEL ZWEI

Kontext | 75

Literaturgeographie | 77

Topographische Literatur | 84

Entwicklungsbedingungen von geomedialer Literatur | 92

Digitale Literatur | 97

Digitale Kartographie | 129

Map Mashups | 134

Deconstructing the Map Mashup | 161

Subversives Counter-Mapping? | 167

Geomediale Literaturen: Entwicklungsgeschichte und Beispiele | 171

KAPITEL DREI

Methodik | 193

Daten und Sublata | 198

Zur Konzeption der Interviews | 200

Auswertung: Grounded Theory | 203

KAPITEL VIER

- Produktionsperspektive: Vier Fallstudien** | 217
- Web-Produzenten und Amateur-Kartographen | 222
- Entwicklungsgeschichten | 228
 - Senghor On The Rocks* | 229
 - The 21 Steps* | 232
 - Der Romanatlas* | 239
 - Landvermesser* | 245
- Exkurs: Feldforschung in einer Online-Redaktion | 254
- Zwischenfazit zur Produktionsstudie | 269

KAPITEL FÜNF

- Analyse der Nutzerinterviews** | 273
- Die Probanden | 276
 - Kartennutzung | 277
 - Computer- und Internetnutzung | 282
 - Leseverhalten | 287
- Subjektive Mediotype | 293
 - Computer und Internet | 298
 - Virtuelle Fragmente | 307
 - Das Buch als Maßstab der Lektüre | 309
 - Exkurs: Gendered Maps? | 319
 - Landkarten – Nutzen und Navigation | 321
 - Theoretische Rahmung: Remediation | 329
- Effekte der Landkarten und Satellitenbilder | 339
 - Ablenkend vs. unterstützend | 342
 - Illustrierend vs. limitierend | 352
 - Erkenntnis und Ähnlichkeit: Comic, Film, Spiel | 355
 - »Wo bin ich?« – »Was ist das?«: Übersicht und Detail | 360
 - Realräumliche Vertrautheit | 372
 - Geo-Genreassoziationen | 378
 - Existenzberechtigung Kunst | 381
 - Theoretische Rahmung: Zur Dynamik der Mediennutzung | 385

Logikmigration	397
Digitale Habitualisierung	401
Wille zur Handlungsmacht	407
Nutzersensibilität und Bewertungskriterien	414
Wissen und Misstrauen: »Ist das Werbung?«	416
Produktionsaufwand	417
Markenvertrauen	418

KAPITEL SECHS

Resümee 	421
Zur Remediation von Landkarten in digitaler Literatur	424
Ausblick	445

Literatur | 451

Sublata | 475

Abbildungen | 477

Dank | 483