

# 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 geomedialeer 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

