

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»

Уральский гуманитарный институт

Кафедра издательского дела

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ ПЕРЕД ГЭК

Зав. кафедрой _____

« _____ » _____ 2020 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

ПРОЕКТ ЭЛЕКТРОННОЙ ЛИТЕРАТУРНОЙ КАРТЫ

Научный руководитель:

д-р филол. наук,
профессор Е. Ю. Козьмина

Нормоконтролер: А. В. Ланских

Студент группы: УГИМ–282903

В. С. Голованова

Екатеринбург
2020

РЕФЕРАТ

Диссертационная работа «Проект литературной карты» состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 67 наименований, и приложения.

Диссертационная работа посвящена исследованию феномена литературных карт с точки зрения литературоведческого и издательского аспекта. Исследование имеет практический характер: теоретическое освоение материала, посвященного литературным картам, позволило достичь цель исследования – реализовать проект «Электронная интерактивная литературная карта по роману Е. Сосновского “Апокриф Аглаи”».

В первой главе мы изучили художественное пространство и литературное место как важные составляющие литературной карты.

Во второй главе мы рассмотрели литературные карты с точки зрения издательской сферы. Раскрыли потенциал литературной карты как издания и инструмента продвижения художественного произведения, а также установили возможные типы литературных карт и их функции.

В третьей главе мы описали этапы реализации и концепцию проекта по созданию электронной интерактивной литературной карты. Реализация проекта помогла сформулировать алгоритм для редактора по созданию электронных интерактивных карт.

В приложении приводятся примеры бумажных и электронных литературных карт, а также элементы макета созданной литературной карты по роману Е. Сосновского «Апокриф Аглаи».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Глава 1. Понятие литературной карты: литературоведческий аспект.....	8
1.1 Художественное пространство	16
1.2 Литературное место	21
Глава 2. Литературные карты: издательский аспект	27
2.1 Типология литературных карт	29
2.2 Функции литературных карт.....	43
2.3 Продвижение издания с помощью литературной карты	47
Глава 3. Редакторская подготовка и реализация проекта электронных интерактивных литературных карт	55
3.1 Алгоритм создания электронной интерактивной литературной карты ...	56
3.2 Описание проекта «Электронная интерактивная литературная карта по роману “Апокриф Аглаи”».....	64
Заключение	72
Список использованных источников	76
Приложение А	84
Приложение Б.....	85
Приложение В.....	86
Приложение Г	87
Приложение Д.....	88
Приложение Е.....	89
Приложение Ж.....	90

ВВЕДЕНИЕ

При чтении некоторых художественных произведений читатель невольно визуализирует пространство, описанное автором, сопоставляет его с реальным или желает оказаться в этом самом пространстве. Идеальным воплощением этих читательских потребностей, как нам кажется, может стать составление литературной карты.

Литературная карта – сложный культурологический феномен. Под литературными картами могут пониматься различные типы карт. Например, карта, посвященная одному писателю и его творчеству или карта, отражающая литературное творчество определенного региона (список писателей, так или иначе связанных с данной местностью).

Мы же ограничим свое исследование одним типом литературной карты – картой, созданной по художественному пространству конкретного произведения. Таким образом, такая литературная карта произведения и будет **объектом** исследования.

При отсутствии полноценных трактовок этого феномена мы изучили бумажные и электронные литературные карты, а также теоретические основы литературной географии – дисциплины, в рамках которой изучаются художественное пространство, литературные места и литературные карты, и сформулировали свое определение понятия «литературная карта произведения». Таким образом, в нашем понимании, **литературная карта произведения** – это картографическое изображение модели художественного пространства, созданного автором в художественном произведении, творчески переработанное редактором исходя из замысла произведения.

Однако с развитием информационных технологий литературные карты претерпели изменение: произошел переход от бумажной карты к цифровой. Как отмечают исследователи, помимо формата меняются еще и функции карты – из художественной она трансформируется в исследовательскую и увеличивает свое информационное поле [33]. Смена формата литературной

карты обусловила **предмет** исследования – электронные интерактивные литературные карты.

Цель исследования – создать электронную интерактивную карту по роману «Апокриф Аглаи» современного польского писателя Ежи Сосновского, признанного на родине, но почти не известного в России.

Реализация проекта по созданию литературной карты позволила решить **проблему** отсутствия алгоритма подготовки редактором литературной карты. Создание алгоритма, согласно которому можно сделать литературную карту по другому художественному произведению, стало **практической значимостью** диссертационной работы.

В связи с сформулированной целью мы поставили следующие **задачи**:

- 1) охарактеризовать литературную карту в литературоведческом аспекте;
- 2) охарактеризовать литературную карту как издательский продукт;
- 3) разработать алгоритм для редактора по созданию литературной карты.

Для решения поставленных задач были использованы общенаучные **методы**: описание и сравнение, а также классификация, анализ, обобщение изученного материала и метод социологического опроса. Кроме того, были применены особые **методы**: картирование, моделирование, интерпретация.

Актуальность исследования видится нам, в раскрытии потенциала литературных карт как инструмента продвижения художественного произведения и расширении читательского адреса.

Прежде литературные карты не рассматривались не только как инструмент продвижения, но и как издательский феномен. Именно изучение литературных карт как вида издания придает работе **новизну**.

Для теоретической части исследования был использован материал, который можно поделить на три блока. Первый блок – это труды, относящиеся к литературоведению, а именно к теории художественного пространства. Блок состоит из двух фундаментальных работ: «Художественное пространство в

прозе Гоголя» Ю. М. Лотмана [27] и учебного пособия «Введение в литературоведение» польского филолога Ежи Фарино [45].

Второй блок материалов включает труды по литературной географии и литературным картам. Мы опирались на работы Ю. М. Лотмана, Д. С. Лихачева, В. Н. Топорова по семиотике географического пространства в литературе. Важное влияние на понимание семиотики географического пространства оказал сборник статей указанных ученых «Семиотика города и городской культуры» [26], [24], [44].

Литературная география еще очень молодая дисциплина, поэтому количество литературы ограничено. В первую очередь мы опирались на труды исследовательницы Барбары Пьятти и на ее статью «Литературная картография: прототип “литературного атласа Европы”» (“Mapping literature: the prototype of “A literary atlas of Europe””) [65]. Большой вклад в написание диссертации внес сборник «Текст и карта: Урал в травелогах конца XVIII – начала XX века» [2], [48], [49], в котором отражены исследования пермских литературоведов А. В. Абашева и В. В. Фирсовой. Для того, чтобы лучше понять термин «литературная география», предмет и объект этой науки, мы использовали статью В. Н. Калущкого «Концептуальные основы литературной географии» [13], а для понимания истории и типологии литературных карт – статью М. М. Морозовой «Литературные карты Америки XX века: опыт культурно-географического исследования» [33].

Третий блок – это литература, посвященная маркетингу и инновационным технологиям в издательском деле.

Цели и задачи работы определили ее **структуру**. Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложения. В первой главе мы изучили роль художественного пространства и литературного места в составлении литературной карты по художественному произведению. Во второй главе мы рассмотрели типологию литературных карт и выявили их функции, а также

подробно описали, как литературная карта может продвигать художественное произведение. В третьей главе описали опыт создания литературной карты по роману Е. Сосновского «Апокриф Аглаи» и обобщили этот опыт в виде алгоритма для редактора, который позволяет создать карту по другому художественному произведению. В заключении подводятся итоги диссертационной работы. В приложении отражены примеры бумажных и электронных литературных карт, а также приведены фрагменты литературной карты по «Апокрифу Аглаи».

ГЛАВА 1. ПОНЯТИЕ ЛИТЕРАТУРНОЙ КАРТЫ: ЛИТЕРАТУРОВЕДЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Прежде чем перейти к изучению литературных карт, необходимо подробнее охарактеризовать литературную географию – дисциплину, в рамках которой создаются литературные карты.

Синтез таких дисциплин, как литература и география, обусловил необычное ответвление в литературоведении – литературную географию (есть и другие названия этой дисциплины: географическое литературоведение, художественная география). Мы будем упоминать в тексте диссертации термин «литературная география».

Слияние различных, на первый взгляд, несовместимых дисциплин – тренд в современных гуманитарных исследованиях. Можно предположить, что такие дисциплины перспективны для исследований, так как открывают новые горизонты для понимания фундаментальных дисциплин. Об этом пишут многие ученые. Например, исследователи из Томского университета Л. Г. Кирьянова и О. А. Мазурина в статье «Теории глобализации в контексте постклассической парадигмы» [15] рассуждают о том, что новое научное мышление, представленное постклассической парадигмой, заключается в следующем: различные науки оказывают влияние друг на друга и происходит их взаимное проникновение. Представляется возможным стирание границ между науками, а также активное использование концепций, подходов, теорий, терминов одной науки в рамках других» [15, с. 15]. Это высказывание близко к нашей точке зрения и объясняет наш интерес к литературной географии.

Литература и география – дисциплины из разных научных областей, гуманитарной и естественно-научной. Соответственно, объекты изучения и методы у них различны. Но есть ли у этих наук нечто общее, что может создать жизнеспособный синтез этих дисциплин? Могут ли эти различия стать обогащающим элементом для двух наук?

На наш взгляд, литература и география могут не только быть гибридной наукой, но и оказывать влияние друг на друга, а обмен методами может открыть новые векторы в исследованиях. Так, например, географ Г. М. Лаппо, рассуждая о взаимоотношениях географии и литературы, отмечает их *диалогичность*: от географии литература получает информацию о городах, их положении, функциях, микрогеографии, а литературное произведение зачастую «обращено к городу» [23].

Мы полагаем, что диалог географии и литературы строится на обмене методов исследования. Один из методов географии – картирование – прижился и в литературе. Рассмотрим подробнее этот метод в географии и его применение в литературе.

Фундамент географии – карты как вещественные подтверждения существования реального мира, объективное отображение этого мира.

И. В. Дубровин и И. В. Полуэктова определяют карту как модель действительности, отражающей ее свойства и реальности [11]. Д. Р. Фархутдинова пишет о том, что карта – это эффективное средство хранения и передачи пространственной информации. Исследовательница высказывает важную мысль: карты – это великое творение человеческой мысли, и в той или иной степени они используются во всех сферах человеческой деятельности [46].

Однако Ф. Б. Шенк, изучая труды географов постмодернизма, делает вывод о том, что некоторые исследователи этого времени убеждены в следующем: карты никоим образом не воспроизводят объективную реальность [51]. Например, Брайен Харли считает, что географические карты – это сложные семиотические построения, которые, как и тексты, требуют интерпретации и никогда не являются нейтральными [59].

Французский ученый Мишель Колло в статье «Литературное использование карты» (“Usages littéraires de la carte”) определяет карту как *инструмент познания реального*, обращенного к воображаемому [58].

Главным методом составления карт было познание мира через реальные путешествия. Литературное произведение несет в себе отражение мира конкретного автора. Из этого следует, что литература тоже может воспользоваться методом географии – картированием, чтобы лучше познать художественный мир конкретного автора, соотнести реальное и вымышленное пространство и как итог – сделать некие литературоведческие выводы относительно художественного мира, пространства, движения героев в конкретном произведении.

Мишель Колло убежден, что на сегодняшний день картирование модно в гуманитарных и социальных науках, а также в литературной теории, критике и практике [58].

Важно отметить, что литературная география является практической дисциплиной. С помощью метода литературного картирования можно воссоздать художественный мир произведения на карте, соотнеся его с реальным пространством. По мнению авторов сборника «Текст и карта», «литературное картирование» (“literary mapping”) входит сегодня в активно развивающееся в мировой гуманитаристике междисциплинарное научное направление, возникшее на стыке литературоведения и гуманитарной географии. В основе формирующейся дисциплины лежит представление о карте как имплицитном плане содержания литературного произведения. Визуализация локаций текста в виде карты не только становится инструментом его анализа, но имеет и существенное прикладное значение» [2]. Таким образом, метод картирования применим и для изучения художественного пространства произведения.

Существенное отличие литературной карты от географической – дискретность литературной. По замечанию В. В. Абашева и А. В. Фирсовой, географическая карта дает сплошной образ территории, а само литературное описание (на основе которого создается карта) всегда дискретно. Описываются лишь отдельные участки пространства, задействованные

в произведении. По мнению исследователей, элементы литературной карты неразрывно связаны с сюжетными ситуациями, персонажами, они эмоционально окрашены и аксиологически значимы [2].

В европейских странах литературная география начала развиваться раньше, чем в России. По мнению Барбары Пятти, существует довольно давняя традиция литературной географии, восходящая к началу XX века, с многообещающими попытками Великобритании, Германии, Швейцарии и Франции создавать карты по художественным произведениям. [64]. В статье «Картографическая литература: к географии художественной литературы» (“Mapping Literature: Towards a Geography of Fiction”) в качестве примера раннего этапа литературной географии исследовательница упоминает проект Уильяма Шарпа 1904 года по созданию карты художественного мира Вальтера Скотта [64]. На карте белым цветом изображена Шотландия, а серым цветом обозначена зона действия нескольких романов, написанных этим автором.



Chief localities of Walter Scott's novels (Sharp 1904)

Рисунок 1– Фрагмент карты, изображающей главные места действия романов Вальтера Скотта. Автор Уильям Шарп, 1904 год

Анализируя эту карту, исследовательница утверждает, что мы как пользователи карты можем сразу увидеть, где реальное и вымышленное пространство пересекаются. Однако, по мнению Барбары Пятти, на первых этапах литературной географии ученым удалось визуализировать лишь несколько важных аспектов, но тем не менее, большинство этих экспериментов остались на зачаточном уровне. Исследовательница приходит

к выводу: попытки создания литературных карт на начальном периоде развития этой науки можно отнести к *иллюстративной литературной географии*, которая лишь «поддерживает» письменный текст, не имея собственной интерпретации [64]. С этим утверждением вполне можно согласиться, если речь идет о произведениях, в которых пространство, созданное автором произведения, соотносится с реальным и его можно отобразить на географической карте.

Хотя, безусловно, попытки заниматься литературной картографией были и ранее. Чаще всего интерес к литературному картографированию был характерен для произведений с вымышленным пространством.

В качестве примера можно вспомнить иллюстрации художников к «Божественной комедии» Данте Алигьери. Интерес к составлению визуальной топографии Ада начался с XV века и не прекращается по сей день. Увлечение иллюстраторов «адской картографией» именно в XV веке, породило множество визуальных интерпретаций поэмы Данте [43]. Попытки отобразить Ад, описанный Данте, можно объяснить тем, что началась эпоха Великих географических открытий и увлечение картографией мира влияло на попытки применить метод картографирования в литературе.

Создание карт ада началось с Антонио Манетти, флорентийского архитектора и математика XV века [43].

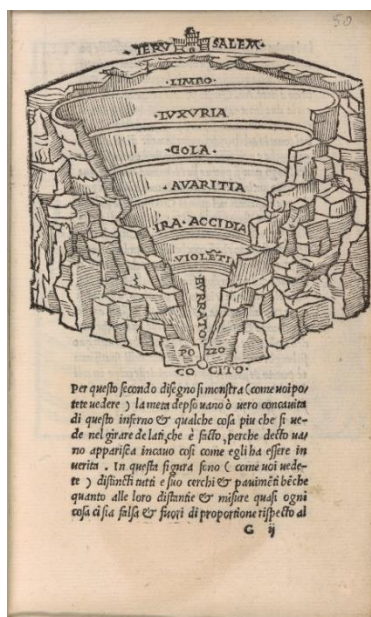


Рисунок 2 – Страница из книги, проиллюстрированная Антонио Манетти

Согласно статье «Топография Ада: карты загробного мира Данте от эпохи Возрождения до наших дней», картография ада настолько увлекала ученых, что они активно обсуждали ее иконографию, а в ученой среде возникали споры по поводу картирования вымышленного мира. Мыслители всерьез задавались вопросами: какова окружность Ада? Насколько он глубок? где вход? Даже Галилео Галилей вовлекся в обсуждения. В 1588 году он прочитал две лекции, в которых исследовал размеры Ада, и в итоге поддержал версию топографии «Ада» Манетти[43].



Рисунок 3 – Карта Ада «Божественной комедии» из книги, которую издал Альд Мануций в конце XV века

Также одной из первых попыток картографировать Ад Данте была серия из девяти иллюстраций Высокого Возрождения – Сандро Боттичелли в 1480–90-х годах по заказу Лоренцо де Медичи [43].

В некоторых изданиях XVIII века литературные карты фигурируют в виде вклейки. Например, такую карту мы нашли в романе «Дальнейшее приключение Робинзона Крузо» (французское издание второго тома романа «Жизнь, необыкновенные и удивительные приключения Робинзона Крузо...» первой четверти XVIII века. Издание формата, близкое к А5, имеет в середине книги вклейку, содержащую карту художественного мира Жизнь, необыкновенные и удивительные приключения Робинзона Крузо...». Сама карта складная в формате А4. Издание было обнаружено в отделе редких книг зональной научной библиотеки Уральского федерального университета и в беседе со специалистом этого отдела было выявлено, что в их коллекции второй том романа «Жизнь, необыкновенные и удивительные приключения Робинзона Крузо...» – это самое раннее издание, в котором есть литературная карта.

Еще одним периодом популярности литературных карт можно считать XX век. В это время публикуется много детских приключенческих романов, а также получают популярность произведения фэнтези, где очень важное значение имеет четко выстроенный вымышленный мир автора. В качестве идеального примера можно привести издание «Властелина колец» Дж. Р. Р. Толкина. Существует множество вариаций печатных карт по художественному миру этого романа. Примечательно, что сам автор принимал активное участие в создании литературной карты по «Властелину колец», поэтому мы можем найти и «канонические» карты, которые создавал сам автор в сотрудничестве с иллюстраторами [3]. Чаще всего такие карты располагались на форзацах, так как этот элемент книги часто является оптимальным местом расположения справочных материалов, то вполне целесообразно было размещать литературную карту именно там.

В 1990-х литературная география активно развивалась и в европейских странах, о чем и пишет Барбара Пьятти, утверждая, что именно в 1998 году, после выхода исследования «Атлас европейского романа» Франко Моретти, отмечается начало новой эры в литературной географии, так как карты, созданные Моретти, становятся *инструментами интерпретации*, позволяющими увидеть то, чего раньше не было видно [64].

Про опыт изучения литературной географии и создания литературных карт отечественными исследователями до 1990-х годов можно написать немного. Литературная география не развивалась как отдельная дисциплина, но можно сказать, что она изучалась в контексте общего литературоведения. Филологи активно исследовали художественное пространство произведений, что, по сути, и является фундаментом литературной географии.

О взаимосвязи литературы и географии высказывались не литературоведы, но и географы. Например, Г. М. Лаппо написал статью «География по Гоголю», в которой выразил интересную мысль о том, что социально-экономическая и физическая география черпает из художественной, публицистической, мемуарной литературы много интересного и полезного [22].

Точкой отсчета литературной географии в России как отдельного направления в литературоведении можно считать начало 1990-х годов. По мнению В. В. Абашева и А. В. Фирсовой, с этого времени взаимодействие географического пространства и литературного текста – одна из самых актуальных и увлекательных тем отечественного литературоведения [2]. Сами исследователи активно изучают литературную географию и уже опубликовали около десятка статей, в том числе сборник «Текст и карта».

Не обойтись без упоминания еще одного отечественного исследователя – В. Н. Калущкова. Его статья «Концептуальные основы литературной географии» [13] помогают лучше понять научный аппарат этой дисциплины. Исследователь считает литературную географию частью

культурной географии искусства. В качестве предмета литературной географии он определяет *взаимодействие литературного и географического пространств*. По его мнению, в результате такого взаимодействия формируется литературно-географическое пространство [13].

1.1 Художественное пространство

В этом разделе мы рассмотрим, что исследует литературная география.

В первую очередь, литературная география исследует художественное пространство произведения. Изучение пространства важно не только для литературоведов, но и для исследователей в других науках. Вообще, мысль о том, что пространственный фон помогает лучше понять то или иное явление – одна из главных в современных гуманитарных исследованиях (например, в исторических и социологических науках).

Ученые все чаще пишут о так называемом «пространственном перевороте». Что это значит и как это может помочь в обосновании выбора темы нашего исследования?

По мнению томского исследователя Т. И. Макогон, любое теоретическое или эмпирическое исследование человека или общества упирается в вопросы пространства, поля, пространственного воображения, топологию места, топологическую составляющую сообществ [28]. Это меняет подход к изучению гуманитарных наук, так как традиционно многие явления рассматривались через исторические, а не пространственно-ориентированные принципы. Но сегодня во многих гуманитарных науках открывают пространственно-ориентированные исследования. Т. И. Макогон считает, что произошло основательное изменение мирового отношения в освоении научного знания, которое имело в западной традиции практически только *ориентировку на время, а не на пространство* и, как следствие, стали происходить онтологические искажения самого знания, главным образом из-за исчезновения пространственных измерений нашего мировосприятия [28].

Т. И. Макогон утверждает, что все есть пространственно (по аналогии с понятием историзма, при котором в первую очередь провозглашается: все есть исторично) [28].

Для нашего исследования будет целесообразно изучить понятие и роль именно художественного пространства в литературном произведении, и то, как это пространство можно отразить на карте.

Роль и значение пространства в художественном произведении трудно переоценить. Это одна из тех значимых единиц текста, кирпичик, из которого строится мир произведения и без которого оно не могло бы иметь художественную ценность. От того, в каком пространстве происходят действия, в каких условиях взаимодействуют герои, напрямую зависит сюжет произведения.

Категория пространства также важна и для анализа художественного текста. Для исследователя важно выявить, как герой влияет на пространство и как само пространство может повлиять на героя. На наш взгляд, как герой, так и пространство способны оказывать взаимное влияние. Пространство может сподвигнуть героя к неким действиям, а герой может преобразовывать окружающее пространство. Таким образом, художественное пространство определяет мировоззрение и модель поведения героя произведения.

Некоторые литературоведы исследуют категорию пространства неотделимо от другой, не менее важной категории, – времени. Несмотря на тесную связь названных категорий, мы намерено разграничим эти важные характеристики художественного произведения и остановимся лишь на значении и роли пространства в художественном произведении.

Тема художественного пространства активно исследовалась учеными. Польский литературовед Ежи Фарино определяет художественное пространство как «некоторую материальную протяженность, которым обладает художественный мир произведения» [45].

По мнению главы тартуско-московской школы Ю. М. Лотмана, «художественное пространство представляет собой *модель мира* данного автора, выраженную на языке его пространственных представлений» [27, с. 252–253]. Интерпретируя определение Ю. М. Лотмана, можно предположить, что под «языком пространственных представлений» пораздумается система знаков, характеризующая то или иное свойство пространства.

Например, словами-указателями пространственного мира автора могут стать: река, мост, поле, дверь, перекресток, порог, окно, кладбище и т. п. [45]. Их художественное значение уже закрепилось в литературоведении. Это связано как с мифологическими представлениями наших предков, которые укоренились и в современном мире, так и благодаря анализу художественных текстов, проведенные литературоведами и классифицирующими их значение. Значение таких знаков может быть как единым, а может индивидуальным. Зная этот «язык пространственных представлений», мы можем лучше понимать художественный мир, созданный автором.

О том, что категория пространства может ошибочно восприниматься читателем лишь как бытовая характеристика, пишет Е. Фарино. Он утверждает, что пространство и время могут обозначаться путем называния физических объектов или их состояний. Они могут не наблюдаться читателем, а лишь реконструироваться им. «В одних случаях такая реконструкция не требует особых усилий, так как созданная в произведении картина отсылает к бытовым представлениям о пространстве и времени. В других же литература может предлагать совсем непривычную пространственно-временную конструкцию, восстановление которой может оказаться для реципиента задачей весьма сложной» [45].

Перечислим основные модели художественного пространства, рассматриваемые в литературоведении.

Художественное пространство может быть «географичным» (реальным), то есть отражать авторские образы локусов, которые существуют в

реальности, и предметы, находящиеся в этом пространстве. Е. Фарино отмечает, что «для пространства характерно “географическое” перемещение из одного локуса в другой — из города в город, из города в деревню или наоборот, в другую страну, в другую часть света и т. п.» [45]. Однако географическое пространство не может быть равно реальному. Об этом пишет и Ю. М. Лотман: «...сюжет повествовательных литературных произведений обычно развивается в пределах определенного локального континуума. Наивное читательское восприятие стремится отождествить его с локальной отнесенностью эпизодов к реальному пространству (например, географическому)». Но художественное пространство нельзя сводить только к воспроизведению тех или иных локальных характеристик реального ландшафта [27, с. 251].

Пространство также может быть «природным». По мнению С. И. Кашириной, «природное пространство в литературном произведении вещественно, материально, заполнено очертаниями рельефа местности, реками, горами, растительностью» [14].

Особой моделью художественного пространства будет являться «фантастическое» пространство. К наиболее значимым характеристикам этого пространства С. В. Каширина относит следующее: чуждость человеку, изменение и непостоянство физических характеристик. Важной особенностью этого пространства является его жанрообразующая роль в художественном тексте [14].

Пространство произведения может быть «внереальным», то есть находиться вне реальности пространства художественного произведения. Такое пространство называют «онейрическим», то есть отражающим сновидения.

«Язык пространственных отношений» очень богат. Понимая этот язык, мы можем с большей точностью интерпретировать художественное произведение. По мнению З. Г. Минц, знание «языка пространственных

отношений» помогает обнаружить черты эстетического сходства и различия у текстов, а также выстраивать художественные типологии и выявлять генетические связи [32, с. 444].

Свойства художественного пространства могут быть различными. Е. Фарино выделяет следующие свойства. По его мнению, пространство может быть четко ограниченным, иметь замкнутый вид или, наоборот, быть разомкнутым. Пространство может быть однородным и неоднородным. В качестве примера Е. Фарино приводит такие топосы, как «дом», «улица», «учреждение», «храм», «рынок», «кладбище», утверждая, что эти пространства оформлены и организованы по-разному, и навязывают (иногда даже требуют) определенные формы поведения их посетителям. Различные телодвижения, соответствующий костюм, иное речевое поведение [45, с. 366].

Пространство может быть внутренне дифференцировано по признаку заполненности или незаполненности, сконденсированности или разреженности [45, с. 366]. Е. Фарино предполагает, что заполненное пространство выражается в нагромождении предметов, а пустое – в отсутствии предметов. Исходя из этого, он интерпретирует эти свойства пространства следующим образом: «заполненное может создавать темноту, сковывать, порождать конфликты, простор же – свободу, созидательное движение, бесконфликтность (или наоборот)» [45].

Пространство имеет свойства организованности и неорганизованности. Под организованностью понимается упорядоченность пространства, а под неорганизованностью – хаотичность, беспорядочность.

В этом параграфе мы рассмотрели, как определяют понятие «художественное пространство» в теории литературы. Определили, что, по мнению Ю. М. Лотмана, художественное пространство – это модель мира автора, выраженная на языке пространственных представлений [27, с. 252–253]. Выделили модели и свойства художественного пространства для того, чтобы правильно определить художественное пространство в романе

«Апокриф Аглаи» и на основе выявленной модели художественного пространства в дальнейшем выбрать подходящую основу для литературной карты по этому роману.

1.2 Литературное место

Важным объектом литературно-географических исследований является *литературное место*. В. Н. Калущков под литературным местом понимает локус литературно-географического пространства, образ которого неразрывно связан с определенным литературным именем [13]. Все литературные места исследователь делит на три типа – биографические, литературные и комплексные. Первые он связывает с жизнью литератора, вторые — с его произведениями и их героями, а третьи как продукт той ситуации, когда грань между жизнью и творчеством стерта [13]. Первые два типа литературных мест представляются нам понятными, однако третий тип литературного места – комплексный – вызывает сомнение.

В. В. Абашев и Фирсова определяют «рождение» литературного места следующим образом: автор создает образ места, и этот образ проецируется читателями на реальное место и, по существу, сливается с ним. Синтез воображаемой и физической реальностей создает новый объект – литературное место [2].

А. В. Фирсова в статье «Литературное картирование пространства» высказывает мысль о том, что в ходе поиска литературных мест художественный текст помогает ориентироваться в пространстве и выполняет функцию карты. Подобное явление исследователь предлагает называть *феноменом литературного картирования пространства*, имея в виду те случаи, когда литературное произведение взаимодействует с пространством, определяет в нем литературные места и эти места обретают новое бытование в социально-культурных практиках [48].

На наш взгляд, под литературным местом можно понимать, например, город. Город как место действия превращается в некий культурный текст. «Как любое текстовое создание человеческого гения, как любая сущность не только реальная, но и интернациональная, город, раз возникнув, все время меняется в процессе истории, вбирая и в материальный облик, и в словесную репутацию, то есть в творимую вокруг него легенду знаменательные черты новых и новых эпох» [52].

По утверждению некоторых исследователей и писателей, существуют литературные произведения, в которых город становится не только местом действия, но и «действующим героем». Это высказывание представляется нам сомнительным, но все же, мы считаем нужным привести и такую точку зрения. Например, современный отечественный писатель А. Аствацатуров, говоря о своем творчестве, выделяет город как главное действующее лицо. В интервью в «Литературной газете» А. Аствацатуров поясняет роль города в своих произведениях. По его мнению, город ведет диалог с героем, он заражает его своей силой. Автор старался сделать городские постройки, деревья, машины субъектами наравне с ним, то есть сделать их равноправными героями [8].

В отечественном литературоведении наиболее ярким примером литературного места (литературного города) можно считать Петербург. В. Н. Калущков называет этот локус поликультурным, так как созданием образа этого города в литературе занимались многие писатели [13]. В литературоведении произведения, в которых используется образ Петербурга, называются «петербургским текстом». Самым очевидным примером образа Петербурга в литературе станет «Петербург Достоевского». Тема «Петербурга Достоевского» привлекала многих советских исследователей. Еще культуролог и краевед Н. П. Анциферов исследовал пространство Петербурга через призму творчества Достоевского (см. работу «Петербург Достоевского») [4] и составлял маршруты литературных прогулок по местам действия романов Достоевского. Е. Саруханян в книге

«Достоевский в Петербурге» пишет о том, что среди литературных памятных мест Петербурга особое место занимает «Петербург Достоевского», а именно – дома, мосты, набережные, площади, где совершались события всемирно известных романов великого писателя. В этой книге писательница фиксирует точные петербургские адреса Ф. М. Достоевского, описание квартир и домов, связанных с именем писателя, а также места, где жили герои романов [38, с. 3].

Поликультурность литературного места вполне можно объяснить цитатой пермских литературоведов В. В. Абашева и А. В. Фирсовой: «место уже несвободно от своего художественного образа, и новый путешественник продолжает начатую в культуре рефлексия» [2].

К исследованию города Петербурга в литературе обращались ученые тартуско-московской школы (также изучавшие понятие «пространство» в литературоведении, о чем подробно было написано в предыдущем параграфе). Например, в сборнике научных статей «Семиотика города и городской культуры. Петербург» можно прочитать статьи Ю. М. Лотмана «Символика Петербурга и проблемы семиотики города» [26], Д. С. Лихачева «Заметки к интеллектуальной топографии Петербурга первой четверти XX века» [24], В. Н. Топорова «Петербургский текст русской литературы» [44]. Эти статьи помогли автору диссертации установить связь между такими понятиями, как «пространство», «город» и «текст». Общей идеей для всех статей является мысль о том, что Петербург рассматривается как текст и как механизм порождения текстов. Во вступительной статье Ю. М. Лотман высказывает ключевую мысль, которую лучше процитировать дословно: «Город оказывается причиной и создателем своей истории мифологии, литературы и одновременно их следствием и созданием» [26, с. 3].

Другим городом, часто используемым как место действия литературного произведения, стал город Москва. В литературоведении существует понятие «московский текст».

Можно убедиться, что в отечественной литературе часто местом действия являются два крупных города – Москва и Санкт-Петербург. Таким образом, совокупность текстов об этих местах рождает особое явление в культуре и формирует территориальную идентичность.

Однако, помимо двух названных текстов, литературоведы обычно выделяют еще три: сибирский, пермский (благодаря исследованиям В. В. Абашева, см. «Пермь как текст») [3] и провинциальные тексты. Активно ведется изучение города Екатеринбурга как текста.

Эта культурологическая проблема – город как локальная структурно-семантическая категория культуры – заинтересовала и нас. На наш взгляд, любой город есть феномен культуры, способный породить ряд текстов, которые идентифицируют это место и привносят свою семантику и символику.

С нашей точки зрения Варшава тоже является «текстом», подобным «петербургскому» и «московскому».

В польской литературе, а также в русской литературе (в случае, когда автором выбрано местом действия Польша), Варшава стала популярным литературным городом. Об этом говорит К. В. Воронцова: «И даже после всех катаклизмов XX века в период полонофилии 60-х годов любимым польским городом, точкой приложения культурных и личных связей остается Варшава» [7]. Это один из аргументов, почему для создания своей литературной карты мы выбрали роман Е. Сосновского «Апокриф Аглаи» [39]. Основные события романа сосредоточены именно Варшаве. Подробнее о романе см. главу 3, параграф 3.2.

Таким образом, литературное произведение создает определенные литературные места.

А. В. Фирсова отмечают случаи, когда литературное произведение, не имея задачи быть картой местности, становится ею. Они приводят один из

ярких примеров – использование Карамзиным романа Руссо «Юлия, или новая Элоиза» в качестве путеводителя по окрестностям Женевского озера [49].

В. В. Абашев и А. В. Фирсова подмечают еще одно явление: существует ряд литературных произведений, образ местности которых плотно слился с реальным и стал полноценным литературным местом. Эти произведения сыграли важную роль для тех реальных городов, образ которых был использован автором. К таким произведениям они относят «Улисс» Д. Джойса («литературное паломничество» в Дублин значительно выросло после того, как этот роман стал популярным), «Мастер и Маргарита» М. Булгакова для Москвы, «Преступление и наказание» Ф. Достоевского для Петербурга, «Доктор Живаго» Б. Пастернака для Перми, «Два капитана» В. Каверина для Пскова и т. д. [2].

Исследователи также заметили, что благодаря популярности этих произведений возникают *феномены сложной природно-культурной реальности* – «Москва Булгакова», «Петербург Достоевского», «Урал Пастернака». В. В. Абашев и А. В. Фирсова уверены: «продукты взаимодействия текста и места в процессе функционирования литературного произведения начинают восприниматься как самостоятельная, обособленная и от исходного текста и от физического пространства реальность» [2].

Исследователи отмечают, что в некоторых случаях эта воображаемая реальность настолько убедительна и увлекательна, что настоятельно требует материализации – вещественной инсталляции в физическое пространство. В качестве примера В. В. Абашев и А. В. Фирсова приводят следующие литературные места и их доконструирование в реальном пространстве. Так, по их мнению, «на карте Лондона появляется квартира Шерлока Холмса на Бейкер Стрит, на мостовые Дублина наносится маршрут блужданий Стивена Дедала, в Вероне находят типичный средневековый дом, к которому достраивают балкон Джульетты, в Севилье вблизи старинной арены для боя быков возводят памятники героям новеллы Проспера Мериме, а булгаковский

дом на Садово-Кудринской, 10 и Патриаршие пруды постепенно обрастают плотной средой мемориальных объектов, материализующих образы знаменитого романа» [2].

Подробно рассмотрев тему литературной географии как синтеза двух дисциплин, изучающих художественное пространство и литературное место, мы перейдем к главному продукту литературной географии – к литературным картам.

ГЛАВА 2. ЛИТЕРАТУРНЫЕ КАРТЫ: ИЗДАТЕЛЬСКИЙ АСПЕКТ

Тема литературных карт мало изучена российскими исследователями, а опыт составления литературных карт невелик, однако интерес литературоведов к этой дисциплине возрастает. Мы убеждены, что литературные карты могут заинтересовать не только литературоведов, но и издателей. Схожую мысль можно найти в статье «Литературная картография: прототип “литературного атласа Европы”» (“Mapping literature: the prototype of “A Litterature atlas of Europe”) Барбары Пятти – исследовательницы Цюрихского университета картографии. По мнению Б. Пятти, «не ученые или герменевтики начали создавать карты для вымышленных пространств, а сами авторы или издатели» [65]

М. Морозова пишет о том, что в XX веке в Америке инициатива создавать литературные карты исходила не только от специалистов из области библиотечного дела и туристических агентств, но прежде всего от издательств [33].

Мысль о том, что литературные карты могут стать издательским продуктом, рождает следующую *гипотезу*: литературные карты – это не только потенциальный издательский продукт, но и инновационный инструмент продвижения художественного издания. Более подробное рассмотрение этой гипотезы будет в параграфе 2. 3, а в этом параграфе мы рассмотрим литературные карты как продукт издательской деятельности.

В предыдущем параграфе мы кратко описали историю развития литературной географии и первые опыты составления литературных карт.

В этом параграфе мы рассмотрим понятие «литературная карта», проанализируем аналоги.

Понятие литературная карта

Что же такое литературная карта? Точного определения понятия литературная карта не существует ни в литературоведении, ни в издательских

справочниках. При обращении к государственному стандарту 7.60—2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения» также не было выявлено определения понятия «литературная карта». Было найдено определение такого вида издания, как «картографическое издание». Согласно ГОСТ 7.60—2003: «картографическое издание – это издание, большую часть которого занимает картографическое произведение» [10].

Однако обращение к этому документу позволяет сделать следующие важные выводы:

- «литературные карты» еще не выделяют как отдельный вид издания. Из этого вывода можно сделать предположение, что литературные карты воспринимаются как иллюстрация к художественному произведению;
- ГОСТ 7.60—2003 содержит определения других картографических изданий: карта и карта-схема. «Карта» – это картографическое листовое издание, содержащее карту, занимающую всю площадь листа. «Карта-схема» – картографическое листовое издание, содержащее карту с упрощенно-обобщенным изображением элементов содержания [10].

Если искать определение литературных карт не в документах, а в научных исследованиях, то понятие литературных карт не раскрывается и в них. Исследователи, говоря о литературных картах, стараются обходить стороной определение этого термина. Проанализировав множество отечественных и зарубежных источников, удалось выявить лишь косвенные намеки на определение понятия «литературная карта». Даже В. В. Абашев и А. В. Фирсова напрямую не дают определения литературным картам. Исследователи ссылаются на определение Г. М. Лаппо: «Литературные карты – необходимый инструмент исследования, позволяющий охарактеризовать пространственную выраженность литературного

процесса и полей действия крупных произведений творчества того или иного писателя, той или иной национальной литературы, литературы определенной эпохи» [23] .

Так как общепринятого определения понятия «литературная карта» не сформировалось, то мы предложили следующую трактовку этого определения. **Литературная карта произведения** – это картографическое изображение модели художественного пространства, созданного автором в художественном произведении, творчески переработанное редактором или издателем, исходя из текста и замысла произведения.

2.1 Типология литературных карт

Исследование рынка показало, что литературными картами могут называться и другие разновидности карт. Мы выявили несколько таких разновидностей:

- карта, транслирующая географические места, связанные с именами писателей (условно назовем ее «литературная карта местности»). Как правило, эта карта визуально показывает отдельно взятую географическую территорию (например, Россию) и визуально демонстрирует список писателей и их конкретное место рождения. Например, подобные карты создает книжный интернет-магазин «Лабиринт» для того, чтобы продвигать свой магазин и книги, которые имеются в ассортименте магазина) [36];



Рисунок 4 – Карта поэтов России (проект книжного интернет-магазина «Лабиринт»)

- карта, на которой обозначены места проживания конкретного писателя – *литературная карта писателя*;
- карта, с обозначением мест действия конкретного художественного произведения – *литературная карта произведения* (в свою очередь, эти карты можно поделить на три вида: карты, по произведениям соотносящимися с реальным пространством, произведения с вымышленным пространством, и некий промежуточный вариант – пространство, сочетающие в себе вымышленное и реальное).

Карты, отражающие исключительно вымышленный мир автора (будь то реально существующее пространство или нереальное) является подспорьем для читателя. Карты могут помочь воссоздать в сознании читателя сложное художественное пространство произведения (если автор преследует цель сделать художественный мир понятным и более «осязаемым» для читателя). Например, в знаменитом романе Умберто Эко «Имя розы» автор и издатель создали карту аббатства, в котором разворачивалось действие. Но уже в романе «Остров накануне» Умберто Эко запретил издателям делать карту художественного пространства, так как его задача была иной – запутать читателя, создать «эффект дымки», путаницы, блуждания в пространстве [53].

Все эти разновидности литературных карт имеют свою специфику. В диссертационном исследовании мы будем создавать литературную карту, соотносящуюся с реальным пространством. Именно поэтому при формулировке определения «литературные карты» мы конкретизировали это понятие во избежание путаницы и назвали этот тип литературной карты *литературной картой произведения*.

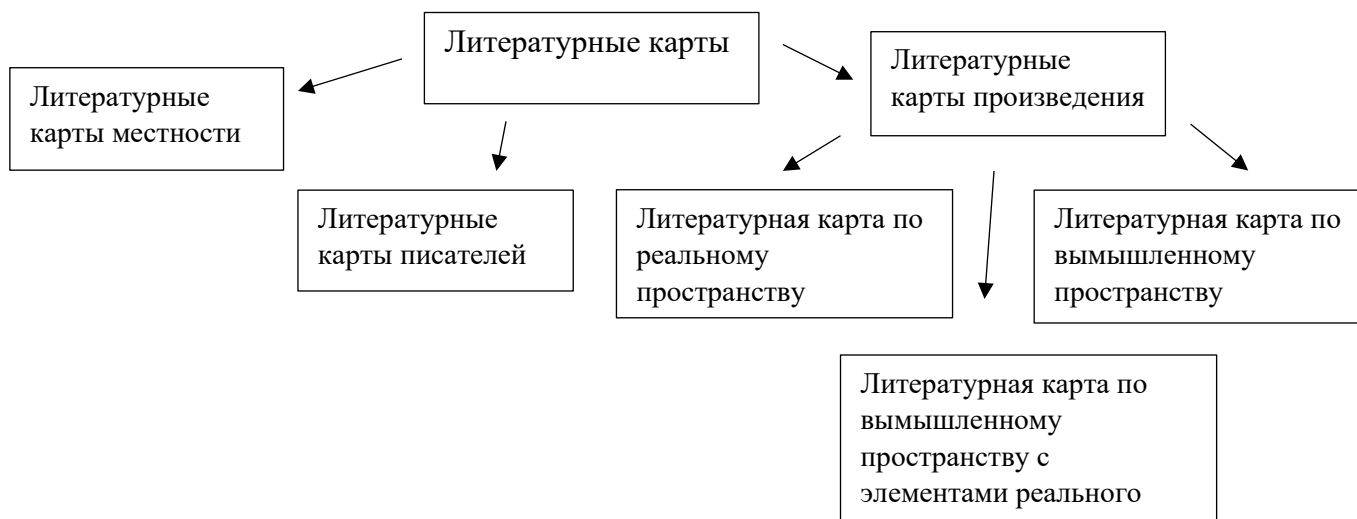


Рисунок 5 – Типология литературных карт, составленная на основе изучения бумажных и электронных карт

Интересно обратиться к классификации литературных карт других исследователей. М. М. Морозова в статье «Литературные карты Америки XX века: опыт культурно-географического исследования» [33] разделяет литературные карты Америки XX века на несколько типов в зависимости от содержащейся в ней информации:

- 1) карты мемориальных литературных мест;
- 2) карты ассоциативных литературных мест;
- 3) комплексные литературные карты;
- 4) карты литературных образов;
- 5) образные карты писателей.

Определяя черты *карты мемориальных литературных мест*, исследовательница пишет о том, что понятие «мемориальное место» могут упростить до места рождения и смерти писателя. Это позволяет составить литературную карту в короткий срок, так как информация о местах жизни писателя, как правило, доступна. Однако сужая понятие «мемориальное место», составители существенно снижают информативность карты, на которой также могут быть отражены места, связанные с писателем [33].



Рисунок 6 – Пример карты мемориальных мест. Оригинальное название: “Illinois Authors” (писатели штата Иллинойс)

Такие карты, по замечанию исследовательницы, могут быть наполнены следующей информацией:

- a) иллюстрациями к произведениям писателей;
- b) маршрутами и экспедициями писателей;
- c) местами досуга, работы, путешествий;
- d) памятниками и музеями, посвященные писателю; природными компонентами (например, реками) [33].

Одна из таких карт мемориальных литературных мест – «Живописная карта американской литературы» (“*A Pictorial Chart of American Literature*”) 1932 года (см. Приложение № А). Основа этой литературной карты – географическая карта, на которой изображена территория Соединенных Штатов Америки, а также Канады и Мексики. Карту обрамляет рамка, на которой сверху изображены портреты девятнадцати американских женщин писателей, а снизу – девятнадцати американских писателей мужчин. Левые и правые поля украшают иллюстрации к произведениям.

По словам исследовательницы, карты мемориальных литературных мест отличаются от остальных низкой образностью, но зато имеют высокую долю объективности нанесенной на нее информации [33].

Еще один тип карт – *ассоциативные карты литературных мест*. Если сопоставлять ее с классификацией, сделанной нами в этой главе, то эти карты соотносимы с литературными картами произведений.

М. Морозова, рассматривая примеры карт, упоминает имена их создателей, тем самым делая акцент на авторском подходе к созданию литературной карты. Например, к наиболее ярким картам ассоциативных литературных мест исследовательница относит созданные Эдвардом Хенри. Согласно выявленным исследовательницей данным, начиная с 50-х годов XX века Э. Хенри создал девять литературных карт для ежегодного календаря, который печатал издательский дом «Кливленд» [33].

В 1956 году Э. Хенри создал литературную карту «Путешествие на корабле “Пекод” из книги “Моби Дик”» (*“The Voyage of the Pequod from the Book Moby Dick”*, см. Приложение № Б). Литературные места, обозначенные на карте, связаны с одним литературным произведением – романом Г. Мелвилла «Моби Дик». На этой карте отражен маршрут, проходящий через Атлантический, Индийский и Тихий океаны. Маршрут строится одновременно с развитием сюжета, а ключевая сцена произведения вынесена на отдельную карту. На полях карты изображены тринадцать главных героев, а также иллюстрации с несколькими важными сценами [57].

Еще одна карта ассоциативных литературных мест, которую составил Эдвард Хенри в 1959 году – «Приключения Гекльберри Финна» (*“The Adventures of Huckleberry Finn”*). Литературные места на этой карте отражают упомянутые места действий в романе Марка Твена «Приключение Гекльберри Финна». Места действий – города на реках Миссури и Миссисипи, каждый город, о котором идет речь в произведении, отражен на карте. На карте изображены сцены из книги, а также приводятся описания, изображенных сцен или цитаты из этого романа [57].

Приведем в качестве примера еще одну карту Э. Хенри, созданную для романа Оуэна Уистера «Виргинец» (*“The Virginian”*, см. Приложение В). Карта

создана в 1960 году. В левом нижнем углу – иллюстрация, отсылающая к началу романа. С этой иллюстрации начинается маршрут. На этой карте отмечены основные литературные места романа. Стоит отметить, что на этой карте важную роль играют иллюстрации, отсылающие к обозначенным на карте местам действия [33].

Кроме Э. Хенри, литературные карты составлял и другой художник – Карл ван Дорен. В 1934 году он создал карту «Карта Соединенных Штатов Синклера Льюиса, как она предстает в его романах». (*“A Map of Sinclair Lewis’ United States as it appears in his novels”*). Цифрами на карте отмечены основные литературные места из произведений американского автора Синклера Льюиса. В легенде карты места не разделены по произведениям, в том числе из-за наличия полилитературных мест, например, Нью-Йорка. Составитель карты отмечает в комментариях, что выделил семнадцать основных литературных мест, которые счел наиболее важными, так как нанесение большего количества литературных мест на карту означало бы покрыть пунсонами почти всю территорию Среднего Запада и Северо-Востока страны. Сама карта украшена иллюстрациями к отмеченным на карте произведениям [33].

Комплексные литературные карты М. Морозова определяет как карты, не имеющие заложенного в содержании четкого определения литературных мест. Карты представляют собой смешение ассоциативных и мемориальных мест, а в ряде случаев и географических образов [33].

Например, комплексной литературной картой мира является карта, составленная в 1986 году Молли Магуир и Джей Стохалс – «Приключенческая карта мира Эрнеста Хемингуэя» (*“The Ernest Hemingway Adventure Map of the World”*). Карта проецирует места, связанные с жизнью и творчеством Э. Хемингуэя. Литературные места нанесены на карту цифрами и разделены в легенде на мемориальные и ассоциативные. Ассоциативные места карты в легенде распределены по названиям произведений. В карту включены шесть

подробных карт наиболее важных мест – Испания, Мичиган, Италия, Куба, Париж и Африка [33].

Одна из примечательных литературных карт – «Карта Америки для любителей книг: карта некоторых ориентиров литературной географии» (*“Booklovers Map of America: A Chart of Certain Landmarks of Literary Geography”*, см. Приложение Г) является одной из первых известных литературных карт США. Карта составлена Полом М. Пейном в 1926 году. Пол Н. Пейн – составитель карт Великих путешествий 1928 года, серии карт истории освоения США и карты истории Нью-Йорка. На карте 1926 года на поверхности океанов отражены названия романов и стихотворений, связанные с ним, но вместо обозначения названия произведения даны лишь некие отсылки к произведению. На полях карты автором представлены увеличенные территории Нью-Йорка, Филадельфии, Чикаго, Сан-Франциско, Бостона [57].

К комплексным картам М. Морозова относит и «Карту любителя книг», (*“The Booklover’s Map”*), созданную в 1949 году иллюстратором Эми Джонс. Карту обрамляет серия портретов выдающихся писателей – Фенимора Купера, Вашингтона Ирвинга, Ральфа Уолда Эмерсона, Натаниеля Хоторна, Эдгара А. По, Генри Лонгфелло, Генри Торо, Германа Мелвила, Уолта Уитмена и Марка Твена. На карту нанесены не только названия произведений изображенных авторов, но и вписаны произведения других авторов. На эту карту также нанесены маршруты литературных путешествий, совершенные на кораблях. В Мексиканском заливе изображен корабль с подписью «Жан Лафит». Это изображение указывает на события, происходившие в начале XIX века, когда в Мексиканском заливе французский пират Жан Лафит грабил английские и испанские корабли. Эта история вдохновила нескольких американских писателей на создание романов, посвященных Жану Лафиту. Таким образом, составитель карты отмечает не только места, связанные с героями произведений, но и с их прототипами, как в карте издательства *“Scholastic”*. Карта содержит увеличенные карты Бостона, Нью-Йорка и Чикаго. По

мнению М. Морозовой, в этой карте наблюдается выход литературного пространства за рамки территории США. Внизу карты указана информация о семи писателях, местом действия произведений которых являются зарубежные страны [33].

Карту литературных образов исследовательница определяет как карту, на которую нанесены не конкретные литературные места, а ключевые литературные образы территории. Под «образом» в данном случае понимается произведение или герой, который ассоциируется с территорией. В основе карты образов – карта реально существующей территории, на которую наносятся связанные с ней литературные образы.

Образная карта писателей же отличается от карты литературных образов тем, что на нее наносятся не произведения писателей, а информация о писателях, связанных с регионом [33].

Исследовательница уточняет, что каждый тип карт может быть представлен на разных уровнях: мировом, на уровне страны, региональном и локальном [33].

Мы рассмотрели типологию литературных карт, представленную в исследовании М. Морозовой, а также изучили американские литературные карты XX века. Убедились, что многие литературные карты создавались по инициативе издательств, и были воплощены картографами и дизайнерами XX века.

История бумажных литературных карт не закончилась. На сегодняшний день по-прежнему создаются бумажные литературные карты. Чаще с такой инициативой выступают издательства, но карты могут создаваться отдельными художниками и исследователями. Существуют также компании, которые специализируются на создании литературных карт, например, “*The literary map company*” – британская компания по созданию литературных карт [66]. В их коллекции есть карты, созданные по произведениям Чарльза Диккенса.

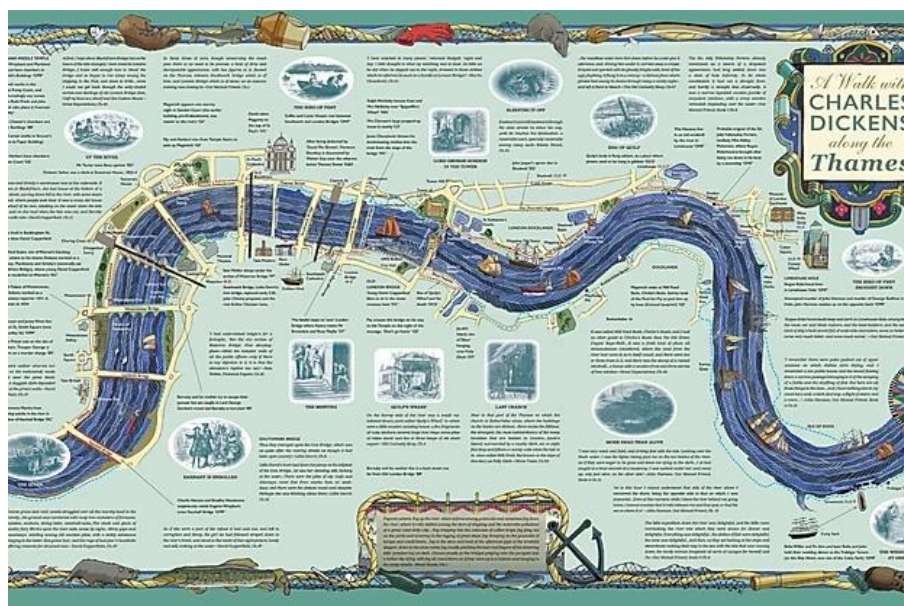


Рисунок 7 – Литературная карта «Прогулка с Чарльзом Диккенсом по Темзе», («A Walk with Charles Dickens along the Thames»), созданная британской компанией “The literary map company”

В описании карты отмечается, что с ее помощью можно пройти «по следам» Ч. Диккенса. Карта содержит выдержки и иллюстрации из романов этого писателя. Карта показывает места в Лондоне и маршруты героев. Карта также содержит информацию о роли реки Темза в творчестве Ч. Диккенса. Таким образом, эту карту можно отнести к комплексной карте, так как она содержит информацию о нескольких литературных произведениях одного автора, а также элементы биографии самого писателя.

Еще одна карта, созданная компанией “The literary map company”, – «Прогулка с Чарльзом Диккенсом по повести “Рождественская песнь”» («A Walk with Charles Dickens through A Christmas Carol»). Эта карта создана по роману «Рождественская песнь» Чарльза Диккенса. По мнению создателей карты, это одно из любимых произведений читателей Чарльза Диккенса. Карта станет спутником в прогулке по улицам Лондона.

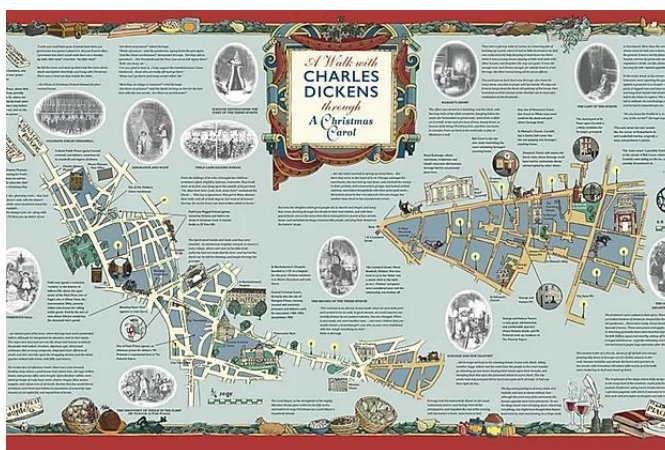


Рисунок 8 – Литературная карта «Прогулка с повестью “Рождественская песнь”», (“A Walk with Charles Dickens through A Christmas Carol”), созданная британской компанией “The literary map company”

Примеры современных литературных карт можно найти в статье «Приготовьтесь к приключениям: 17 литературных карт для исследования» (“Prepare for adventure: 17 literary maps to explore”) [60]. В статье рассматривается 17 литературных карт. Отметим наиболее примечательную.

Одна из выбранных нами литературных карт называется «Карта Великого американского романа» (“The Great American Novel map”, выпущенная издательством “Hog Island Press”, см. Приложение Д). Карта имеет размер 25 x 19. Она посвящена американской литературе и позиционируется как материал для ознакомления с выдающимися американскими художественными произведениями. В центре карты изображена территория Соединенных Штатов. Остальное пространство занимают небольшие рисунки, каждый из которых символизирует литературное произведение. Каждый рисунок расположен в хронологическом порядке и отмечен номером, который дублируется на карте в зависимости от описанного места действия в романе. Например, можно увидеть на карте географические ссылки на такие книги, как «В дороге» Джека Керуака и «Над пропастью во ржи» Джерома Д. Сэлинджера.

Современных бумажных литературных карт создается довольно много. Но перейдем к рассмотрению электронных карт, так как для создания

диссертационного проекта пригодится опыт составления электронных интерактивных литературных карт.

М. М. Морозова отмечает, что в XXI веке с развитием информационных технологий картография литературы претерпела существенные изменения. На данный момент происходит постепенный переход от бумажной карты к цифровой, ее трансформация из художественной в исследовательскую, а также значительное увеличение информационного поля карты [33].

Действительно, до XXI века карты были бумажными и являлись либо конструктивной частью книги, либо иллюстрацией. Теперь же компьютерные технологии позволяют конструировать цифровые карты, которые могут существовать в онлайн-пространстве. Такая карта неосвязаема (что вполне символично, так как художественный мир является вымыслом конкретного автора и изображает пространство, которого нет в реальности) и дистанцирована от книги. Таким образом, цифровая литературная карта становится отдельным издательским продуктом, но при этом является сопряженным с основным традиционным издательским продуктом – книгой, представляющей собой текстовый источник, служащий основой для создания карты, визуализирующей пространство этого произведения.

Рассмотрим аналоги электронных литературных карт.

Самый яркий пример – проект «Интерактивная топография Ада Данте». Это интерактивная карта по художественному пространству «Божественной комедии» [61]. Проект осуществлен в 2016 году дизайн-студией “*Alpaca Lab*” [56]. На сайте “*Alpaca Lab*” уточняется, что интерактивная карта представляет собой экспериментальный проект по разработке альтернативного способа понимания сложного текста. Текст «Божественной комедии» имеет сложную топографическую структуру, поэтому визуализация художественного пространства этого произведения очень важна для читателей. Как мы уже писали в первой главе, интерес к картографии Ада начался с XV века и продолжается по сей день. Этот проект лишь подтверждает, что интерес к

картографированию Ада, представленного Данте в «Божественной комедии», не угасает.

Проект «Интерактивная топография Ада Данте» – это масштабный проект, над разработкой которого трудились не только дизайнеры, но и литературоведы. Проект базируется на специально созданном сайте. При открытии сайта пользователь видит меню, где поясняется навигация. После ознакомления с интерфейсом читатель может увидеть картографию Ада. Эта цифровая карта позволяет пользователям получить доступ к описаниям главных героев, стихам поэмы, описаниям грехов и расположениям грешников в аду.

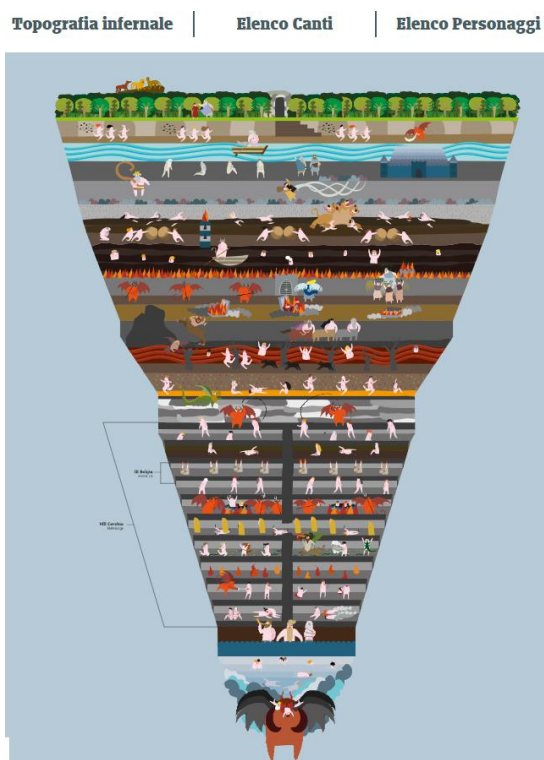


Рисунок 9 – Иллюстрация с сайта проекта «Интерактивная топография Ада Данте», созданная дизайн-студией “Alrasa Lab”

Проект позиционируется как исследовательский. Целевая аудитория – школьники средних и старших классов. Создатели проекта выделили следующие задачи: способствовать популяризации литературы среди учащихся 11–14 лет; способствовать развитию альтернативного способа доступа к литературному произведению; внедрять визуальную коммуникацию

в процесс обучения; способствовать чтению «Божественной комедии» за пределами Италии (по этой причине была создана английская версия сайта) [63].

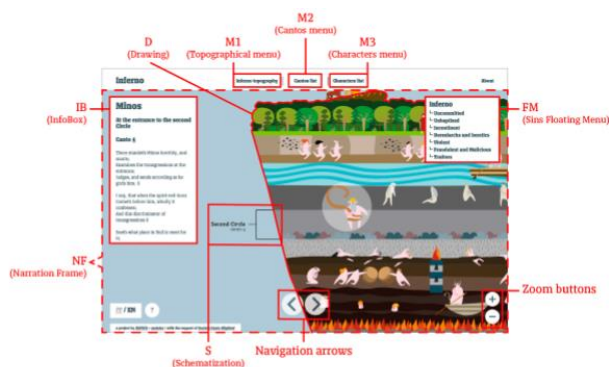


Рисунок – 10. Иллюстрация структуры Ада из «Божественной комедии», созданной на специальном сайте дизайн-студией “Alpaca Lab”

Проект является не только исследовательским, изучающим одно литературное произведение, но и проектом образовательным. Благодаря цифровой карте, изображающей топографию Ада, школьники могут улучшить понимание произведения через уже созданные визуальные образы. Проведенные исследования в фокус-группах, состоящих из школьников и преподавателей, позволили сделать вывод, что школьник лучше усваивает знание и процесс обучения становится более эффективным благодаря взаимодействию школьника с цифровой картой [63].

Необходимо отметить еще один проект, но уже отечественный. Муниципальное объединение библиотек города Екатеринбурга создало карту по роману «Петровы в grippe и вокруг него» уральского писателя Алексея Сальникова. Проект называется «Петровы в Екатеринбурге вокруг него». Проект создан в рамках рубрики сайта «Литературная география» [35]. За основу карты создатели проекта взяли реальную карту Екатеринбурга, базирующуюся на платформе *Google Maps*. На этой карте фиолетовым флажком отмечены локусы из романа (всего 8 локусов) и к каждому в комментариях приведена цитата из романа. На карте можно увидеть и

маршруты, по которым следовали герои. К каждому маршруту также приведена цитата.

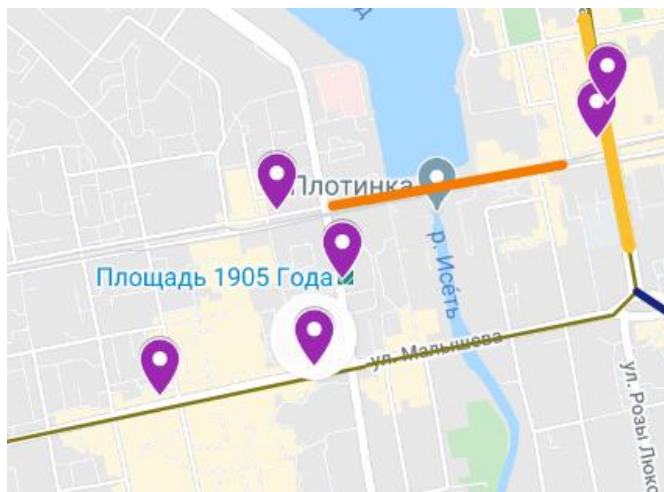


Рисунок 11 – Фрагмент литературной карты на Google Maps созданной по роману А. Сальникова «Петровы в гриппе и вокруг него»

Рассмотрев выбранные нами литературные карты, мы пришли к следующим выводам:

— слабая изученность литературных карт сподвигла нас описать несколько бумажных литературных карт, созданных в XX и XXI веках, и цифровых литературных карт. Благодаря ознакомлению с уже существующими картами, удалось составить типологию литературных карт, а также охарактеризовать уже существующую типологию;

— несмотря на появление цифровых литературных карт, бумажные литературные карты не ушли с рынка, а продолжают создаваться издательствами;

— убедились в том, что литературные карты создавались и создаются издательствами, а значит, литературные карты можно считать издательским продуктом. Помимо издательств, появились и компании, которые занимаются изготовлением только литературных карт;

— литературные карты имеют ряд функций, о которых мы напишем в следующем параграфе.

2.2 Функции литературных карт

Изучив выбранные нами литературные карты, мы пришли к выводу, что у литературных карт широкий спектр функций.

Перечислим выявленные нами функции литературных карт:

- педагогическая: карта как инструмент обучения;
- интерпретационная: карта как инструмент для особого прочтения литературного произведения;
- брендинговая: карта как инструмент продвижения территории;
- декоративная (относится к бумажной карте, если она выполнена в формате постера): карта как элемент декора;
- туристическая функция: карта как путеводитель;
- маркетинговая: карта как инструмент продвижения художественного издания.

Раскроем подробнее каждую функцию.

Начнем с *педагогической функции*, так как в процессе изучения существующих карт эта функция доминировала в описании многих проектов литературных карт. Так, например, в описании выставки «Литература США» рассматриваются экспонаты – бумажные литературные карты XX века, и указывается на то, что многие литературные карты были созданы для применения в процессе обучения школьников. Организаторы выставки пишут и о цифровых картах, приводят примеры карт, созданных на *Google Maps*. По мнению кураторов выставки, литературные онлайн-карты представляют собой инновационные образовательные ресурсы [62].

В описанном нами проекте «Интерактивная топография Ада Данте» целью разработчиков было познакомить с текстом «Божественной комедии» школьников 11–14 лет и с помощью карты облегчить восприятие художественного текста, так как обычно это произведение изучают старшие школьники и студенты (16–19 лет). По словам разработчиков, проведенные исследования показали, что с помощью литературной карты изучение текста

«Божественной комедии» становится более увлекательным для школьников и они лучше запоминают изученный материал [63].

Литературная карта также может быть *помощником* читателя в интерпретации литературного произведения, то есть выполнять *интерпретационную* функцию. По мнению Филипповой, один из видов литературной интерпретации – это визуальная интерпретация. Под визуальной интерпретацией она понимает «истолкование литературных текстов с помощью изобразительных средств» [47]. На наш взгляд, литературная карта может быть таким инструментом визуальной интерпретации художественного текста.

Литературная карта может стать инструментом для постижения контекстов творчества автора, так как в ее структуру могут входить комментарии литературоведов, интерпретирующих конкретное произведение или художественный стиль автора в целом.

Литературные карты связывают информацию об авторах, литературных произведениях и географических местоположениях. Поэтому литературная карта может формировать имидж территории, если территория обладает достаточно высоким уровнем «литературного ландшафта». Под литературным ландшафтом В. Н. Калущков понимает сложный природно-культурный территориальный комплекс, обладающий устойчивым литературным образом [13].

На примере культурно-географического исследования литературных карт Америки XX и XXI века, упомянутого в предыдущем параграфе, стало очевидным, что американские издательства и дизайнеры гордятся литературными текстами своей территории и активно создают литературные карты, которые, в свою очередь, представляют Соединенные Штаты Америки как страну с большим количеством региональных сверхтекстов.

По мнению М. Морозовой, американский опыт литературного картографирования – это прежде всего источник информации о литературе,

культуре, а также информация о восприятии американцев своей собственной страны. Поэтому литературные карты становятся зеркалом, транслирующим традиции, образы страны, в которой она создавалась [33].

В 1950-х годах в Соединенных Штатах произошел взрыв литературного картографирования в связи с ростом благосостояния и патриотизма, произошедшим после окончания Второй мировой войны. Литературные карты того времени часто изображали отображали гордость американцев за свою национальную литературу [62].

Таким образом, литературные карты создают имидж территории и выполняют *брендинговую* функцию.

Литературная карта может иметь декоративную функцию. Современные бумажные литературные карты могут выпускаться в формате постера и быть подарком для читателя, который интересуется творчеством того или иного писателя. Формат постера предполагает, что карту можно разместить как декоративный элемент интерьера.

Литературная карта может иметь точные указания на локусы – места действия романа. Это связано с тем, что главное свойство самой карты – объективно отражать местоположение объекта в пространстве. Тем самым, карта должна удовлетворять потребность читателя (по выражению В. В. Абашева и А. В. Фирсовой, «увидеть своими глазами те места, где жили персонажи и разворачивались события, описанные в увлекшем его произведении») [2].

Поэтому литературная карта должна обладать теми же свойствами, что и путеводитель, то есть не просто показывать местонахождение того или иного места, но и *рассказывать* об этом месте, выстраивать удобный нарратив, показывать, чем уникальны события романа и почему выбранное пространство играет важное значение для истории, созданной автором.

О том, что читатель должен использовать художественное произведение инструментально, как путеводитель, пишут В. В. Абашев и А. В. Фирсова.

Исследователи считают, что сам литературный текст конструирует идеальное символическое пространство, и когда читатель попадает в место-прототип, то художественное произведение для него становится инструментом [2].

Литературная карта – это не только издательский продукт, дополняющий художественное произведение, но и наглядный материал для литературных экскурсий.

Туристическую функцию уместно рассматривать в контексте темы о литературном туризме. Что же представляет собой литературный туризм? Е. Г. Мартянова, Е. Н. Чеснова относят литературный туризм к виду культурного туризма, интерес к которому стал проявляться преимущественно в XXI веке. Исследователи относят этот вид туризма к перспективному и актуальному [30]. Исследователи отмечают, что литературный туризм возник еще в V веке до н. э. Связано это было с тем, что люди отправлялись в путешествия для того, чтобы увидеть чудеса, описанные Геродотом в его труде «История». Организованную форму, но еще не имеющую значимости элитного, профессионального туризма, литературный туризм приобрел лишь к XVII века, когда молодые образованные люди совершали поездки по Европе и посещали ряд литературных достопримечательностей. К распространению литературного туризма в странах Европы и США способствовали жизнь и творчество таких писателей и мыслителей, как Уильям Шекспир, Артур Конан Дойл, Чарльз Диккенс, Вальтер Скотт, Виктор Гюго, Александр Дюма [30].

Говоря о базисе литературного туризма, Т. Е. Фошина отмечает «принцип ознакомления с памятными местами, связанными с жизнью и творчеством писателей, путешествия вслед за героями по местам развития событий, описанных в литературных произведениях, посещение литературных музеев, мемориалов и других объектов, представляющих интерес для почитателей писательского таланта» [50].

Каким образом литературная карта может стать путеводителем для читателя по литературным местам? После прочтения литературного текста

читателя могут заинтересовать локусы, в которых разворачивалось действие романа: будь то дом, улица и другие пространственные единицы. Стоит оговорить, что эти места все равно не будут соответствовать реальным, а будут лишь «местом-прототипом» (по В. В. Абашеву, А. В. Фирсовой), и литературный текст сконструирует идеальное символическое пространство. Это позволит читателю пользоваться художественным произведением инструментально, как своего рода *путеводителем* [2].

Литературные карты обладают *маркетинговой* функцией. Эта наиболее важная функция для издательств, которые выпускают литературные карты. Литературная карта хоть и может существовать отдельно от издания, но все же она представляет собой дополнение к художественному произведению. Литературная карта помимо визуализации художественного пространства, может еще и презентовать, и дополнять художественное издание.

В связи с частыми экономическими кризисами в книжной отрасли, включая последствия тяжелой эпидемиологической обстановки, когда издательства не могли полноценно функционировать, а книжные магазины были вынуждены приостановить работу, руководителям издательств стоит задуматься о новых методах продвижения.

Рассмотрим подробнее роль маркетинга в издательской сфере и маркетинговую функцию литературных карт в следующем параграфе.

2.3 Продвижение издания с помощью литературной карты

Маркетинговая деятельность играет немаловажную роль в современном обществе, в котором доминирует рыночная экономика. Термину маркетинг ученые дают следующие определения. Ф. Котлер определяет маркетинг как вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена [18]. Другой известный исследователь в области маркетинга Ж. Ж. Ламбен определяет эту науку как социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний людей и

организаций путем обеспечения свободного конкурентного обмена товарами и услугами, представляющими ценность для покупателя [20]. Это два классических определения маркетинга от двух «отцов» этой науки. Более близким определением к издательской деятельности можно отнести определение Е. П. Голубкова. По мнению отечественного ученого, «маркетинг – это социально-управленческий процесс, посредством которого индивидуумы и группы людей путем создания продуктов и их обмена получают то, в чем они нуждаются» [9].

Маркетинг в издательской сфере имеет свою специфику.

Н. Д. Эриашвили справедливо заметил, что проблемы перехода к рыночным отношениям в российском обществе также отразились на книгоиздании и книгораспространении. Исследователь уверен, что финансово-экономический кризис, выражающийся в постоянном росте цен и снижении жизненного уровня населения, отразился на платежеспособном спросе и тем самым поставил преграды в удовлетворении духовных потребностей людей и в возможности получения образования. Ученый заключает, что в связи с вышеуказанными проблемами, возрастает роль маркетинга и менеджмента в книгоиздательской деятельности [55].

Среди основных проблем современного отечественного маркетинга Н. Д. Эриашвили называет конкуренцию [55].

Все указанные проблемы в экономике страны влияют на издательскую деятельность и лишь подтверждают тезис о том, что в условиях рыночной экономики книгоиздательский бизнес не может обходиться без маркетинговой деятельности.

В задачи нашей магистерской диссертации не входит подробное рассмотрение маркетинговой деятельности в издательской сфере. Мы лишь коротко обозначим, какие аспекты маркетинговой деятельности имеют наибольшее значение в сфере книгоиздания. Во-первых, это маркетинговые исследования книжного рынка. Очень важно оценить состояние рынка,

в рамках которого издатель предполагает реализовывать свою продукцию. Не менее важно выявить *спрос* потребителей и уже имеющиеся *предложения* на этом рынке. Необходимо также оценить *конкурентов* и выявить конкурентные преимущества собственной продукции. Все эти три аспекта – спрос, предложение и конкуренцию Н. Д. Эриашвили называет конъюнктурой книжного рынка [55]. Не стоит обходить стороной вопрос ценообразования и платежеспособности основной целевой аудитории издательства, чтобы определить адекватную цену конкретного издания. Все эти исследования можно отнести к первой (и наиболее важной в актуальной издательской деятельности) стадии редакционно-издательского процесса. Изначально этот процесс строился на трех стадиях: подготовительный, редакционный и производственный теперь к этому процессу можно добавить и стадию маркетинговую, с которой и целесообразно начинать редакционно-издательский процесс.

Во-вторых, в книжном бизнесе важным маркетинговым аспектом становится дистрибуция. Несмотря на то, что идея и воплощение книги является главным и основным процессом, без правильной дистрибуции издательство не сможет реализовать изготовленный продукт и получить прибыль. Если маркетинговые исследования открывают редакционно-издательский процесс, то дистрибуция – это длительный постпроцесс логичного распределения изготовленной книжной продукции.

Особый акцент мы хотим сделать на еще одном маркетинговом аспекте – процессе продвижения книжной продукции. Вообще, в маркетинговой деятельности есть такое понятие, как «продвижение продукции на рынок». По мнению Н. Д. Эриашвили, это важный вид деятельности любого предприятия, в том числе издательских фирм. Н. Д. Эриашвили утверждает, что главная цель этой деятельности – увеличение объема продаж [55].

Одним из востребованных видов маркетинговой деятельности в издательском деле, в том числе влияющей на конкурентоспособность и умение приспосабливаться к быстро меняющимся ситуациям на издательском рынке, является научно-технический маркетинг. Этот вид маркетинга еще называют инновационным. Согласно определению из учебного пособия по маркетинговой деятельности под редакцией С. В. Карповой, «инновации – это разработка новых и модификация существующих товаров и услуг, представляющих более высокое качество на приемлемых для клиента условиях [29]. Инновации имеют ряд преимуществ:

- обеспечивают устойчивое и длительное конкурентное преимущество;
- повышают интерес покупателя к товару или услуге;
- обеспечивают более высокий имидж производителя, так как при создании товара или услуги производитель основывается на последних достижениях в науке и технике [29].

А. В. Сысолятин в статье «Стратегии маркетинга инноваций» определяет инновационные товары как продукты, которые впервые производятся предприятием без должного на то опыта производства и маркетинговых решений на целевом рынке [41].

В эпоху цифровых технологий, создание инновационных издательских продуктов, посредством соединения традиционного книгоиздания и мультимедийных технологий, представляется нам одним из верных векторов направления развития издательского бизнеса.

Исследователи современных издательских технологий А. А. Рыбалко и С. Н. Соловьева говорят о том, что современные технологии значительно изменили среду издательского бизнеса. Исследователи утверждают, что во второй половине XX века книгоиздание вступило в новый этап инновационных изменений, связанных с внедрением новых электронных технологий (к предыдущим инновационным этапам в издательском деле они

относят изобретение Гуттенбергом печатного станка, в качестве следующего этапа инновационного развития книгоиздания называют промышленную революцию в Европе, так как благодаря этому произошло внедрение механических двигателей в основные процессы производства книг). По мнению авторов статьи «Инновационный подход в современном книгоиздании», цифровые технологии затронули интересы всех участников книжного рынка: с одной стороны, читателей и читательские практики, а с другой – как авторов, их писательские техники и способы авторского позиционирования, так и издателей и издательские стратегии [37].

Л. А. Зайцева высказывает схожую мысль: в современных условиях роль инновационных технологий в издательском деле возрастает многократно. Л. А. Зайцева оценивает инновации как определяющий фактор развития издательско-полиграфической отрасли. Исследовательница уверена: без поиска нового в книжном деле невозможно адекватно реагировать на вызовы времени. Задача издателей состоит в том, чтобы искать и находить нестандартные способы организации читателей, формирования интереса к книге, а также инновационные формы самой книги [12].

Л. А. Зайцева предлагает рассматривать инновационные технологии в издательском деле в следующих аспектах:

- новые технологии выпуска книги и процесса печати;
- инновационные формы книги (мультимедийные издания, гейм-буки, арт-буки и пр.);
- инновационные формы редакторской, допечатной подготовки изданий;
- инновационные маркетинговые методы формирования спроса на литературу, книгораспространения, организации продаж (литературные кафе, интернет-магазины и пр.) [12].

Е. К. Вовк и Л. В. Савченко уверены, что достижения технического прогресса на сегодняшний день и кардинальное обновление технологического

процесса книгоиздания является возможностью и условием для реагирования на быстрые изменения в сферах культуры чтения и потребления книги [6].

Утверждая, что в эпоху цифровых технологий становится намного сложнее издавать печатные романы, вызывающие интерес у читателя, А. А. Рыбалко и С. Н. Соловьева приводят в качестве примера несколько успешных инновационных издательских проектов, способных произвести впечатление на потенциальных читателей и сделать так, чтобы выход книги сопровождался читательским ажиотажем. В числе их удачный пример инновационной маркетинговой компании американского издательства “*The Random House Group*”, который сопровождал выпуск книги Эрин Моргенштерн «Ночной цирк». Механизм инновационного маркетинга состоял в следующем. За две недели до выпуска книги в 2012 году в продажу в интернете появилась версия онлайн мира «Ночного цирка», где все желающие могли ознакомиться с героями любовно-фантастического романа, их привычками, интересами и т. д. Итог кампании – страничку посетили около 15 000 пользователей интернета, а изданная книга попала в топ–10 лучших книг [37].

Е. К. Вовк и Л. В. Савченко в статье «Инновационный характер развития издательского дела на современном этапе» заключают: большинство современных исследователей считают, что инновации выступают фундаментальным ядром развития издательского дела, а инновационность считается одним из важнейших его характеристик на данном этапе развития отрасли [6].

На наш взгляд, вышеописанные инновационные издательские технологии, используемые в традиционном книгоиздании, помогают вызвать интерес у современных читателей. При разработке инновационного издательского продукта (электронные интерактивные литературные карты) мы будем придерживаться подобной стратегии и соединять традиционное книгоиздание с элементами цифровых технологий.

Е. К. Вовк и Л. В. Савченко считают, что новым издательским экспериментом являются *книги с дополнительными потребительскими свойствами*. К таким книгам они относят книги, оснащённые каким-либо вариантом привлечения покупателя. В качестве примера, они приводят книги, оснащенные аксессуарами или отличающиеся расширением функционала (книги со звуковым модулем, с игрушками и т. д.) [6].

Таким инновационным издательским продуктом с дополнительными потребительскими свойствами может стать литературная карта. Подробнее о литературной карте как издательском продукте уже было написано во 2 главе диссертации. В этой главе мы рассмотрим литературные карты как маркетинговый продукт.

Существует три стратегии маркетинга инноваций. Об этом пишет А. В. Сысолятин в статье «Стратегии маркетинга инноваций» [41].

Первая стратегия – создание модифицированного товара или модификации. По мнению В. В. Кулибановой, модификация – это процесс усовершенствования производителем характеристик уже существующего продукта с целью продления его жизненного цикла [19]. Модификация товара нацелена на изменение внешних и внутренних характеристик изделия с целью привлечь новых покупателей. *Вторая стратегия* – это вариация. Под вариацией А. В. Сысолятин понимает прием модификации товара, при котором осуществляются предложение рынку нового варианта продукта взамен существовавшего ранее. В отличие от модификации, в стратегии вариации происходит исключение старого варианта из оборота [41].

И *третья стратегия*, на которой мы намеренно делаем акцент, – стратегия дифференциации. Дифференциация – это прием модификации товара, при котором рынку предлагается новый вариант продукта одновременно со старым. Таким образом, стратегия дифференциации товара в маркетинге сводится к тому, чтобы разработать новые характеристики

продукта, которые будут значительно отличать его от товаров конкурентов, и быть более привлекательными и выгодным для потребителя.

Таким образом, электронная интерактивная карта с точки зрения маркетинга – это продукт с внешней дифференциацией. Во-первых, нашим товаром остается традиционная печатная книга, но к этой книге присоединяется литературная карта. Во-вторых, литературная карта является улучшенным вариантом карты бумажной.

ГЛАВА 3. РЕДАКТОРСКАЯ ПОДГОТОВКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА ЭЛЕКТРОННЫХ ИНТЕРАКТИВНЫХ ЛИТЕРАТУРНЫХ КАРТ

Работа редактора над подготовкой издания – важный процесс, от которого зависит, каким будет конечный издательский продукт. Если по работе над текстовым материалом существует множество методических рекомендаций (см., например А. Э. Мильчин, Л. К. Чельцова «Справочник издателя и автора») [31], которые помогут редактору правильно организовать редакционно-издательский процесс, то материалов по подготовке литературных карт нам не встретилось. Литературные карты в XX веке создавали иллюстраторы по собственной инициативе или по инициативе издательства. При подготовке электронных интерактивных карт не обойтись без команды специалистов из издательской сферы с ведущей ролью редактора, так как создание такой литературной карты – это отдельный издательский проект в рамках *маркетинговой стратегии*, который направлен на привлечение внимания к изданию. Создание электронной интерактивной литературной карты требует не просто визуализации художественного пространства произведения (иначе это было бы лишь обычной иллюстрацией), но и интерпретации, более подробного погружения в *литературоведческий* аспект, что относится к области деятельности редактора. Редактору необходимо понимать художественное пространство произведения, находить литературные места в тексте произведения.

Решение проблемы отсутствия алгоритма по созданию электронных интерактивных литературных карт видится нам следующим образом. Мы подробно опишем этот процесс, опираясь на опыт, который мы приобрели, создавая литературную карту. Реализация проекта «Электронная интерактивная литературная карта по роману Е. Сосновского “Апокриф Аглаи”» помогла нам составить алгоритм для редактора. Предполагается, что с помощью описанного нами алгоритма можно создать карту по

художественному произведению, которое может быть картировано. Подробнее вопрос о возможности картирования того или иного произведения мы рассмотрим в самом алгоритме.

3.1 Алгоритм создания электронной интерактивной литературной карты

Создание литературной карты – это творческая издательская деятельность. Любой творческий проект – эта уникальная технология по созданию инновационного продукта, поэтому проектная деятельность должна отражать конкретные этапы реализации.

Перейдем к описанию алгоритма работы редактора по созданию литературных карт.

I. Подготовительный этап

Подготовительный этап предполагает четкую установку рамок проекта. Прежде чем приступить к реализации проекта, нужно знать как, в какие сроки, с помощью каких ресурсов, при помощи каких специалистов можно достичь поставленной цели.

В этот этап можно включить:

- постановку конкретных задач (в какой последовательности будет реализован проект?)
- установку на конкретный результат (что будет являться конечным результатом проекта?)
- установка сроков реализации проекта (любой проект должен иметь сроки начала и окончания проекта)
- формирование команды специалистов (кто будет задействован в реализации проекта? Какими навыками должны обладать специалисты?)
- подсчет бюджета проекта (сколько средств нужно затратить на реализацию проекта?)

- выявление рисков, которые могут помешать реализации проекта (нужно заранее понимать, как можно решить возможные проблемы).

II. Творческий этап

1. Выбор художественного произведения.

По всем ли художественным произведениям можно создать литературную карту? На наш взгляд, не все произведения могут быть картированы, но подробное рассмотрение этого теоретического вопроса не было задачей нашей диссертации. Однако позволим себе лишь немного осветить этот аспект, так как на подготовительном этапе у редактора вопрос о возможности картирования произведения возникнет в первую очередь.

Для подтверждения нашей точки зрения о том, что не все произведения смогут быть объектом картирования, обратимся к экспертному мнению литературоведов В. В. Абашева и А. В. Фирсовой, которые косвенно осветили этот вопрос. По мнению исследователей, произведение должно обладать некой «картирующей функцией». Потенциально текст для читателя может стать возможностью широкого спектра социальных практик: «от краеведческой работы, многообразных форм музеефикации следов литературной памяти до культуры путешествий по литературным местам» [2]. В связи с этими рассуждениями можно сделать вывод: выбор произведения для картирования субъективен. Если при прочтении художественного произведения у читателя возникает интерес к пространству, описанному автором, желание и идеи, как можно визуализировать его, увидеть самому (если речь идет о пространстве, которое соотносимо с реальным), то выбрать то или иное произведение для создания по нему литературной карты возможно. Этот аспект можно назвать *читательским*.

Однако можно выделить и *авторский* аспект. Безусловно, чтобы создать карту по произведению, нужно понимать *замысел* автора. Если автор подробно описывает пространство, чтобы читатель мог визуализировать его и

свободно ориентироваться в нем, то, следовательно, мы можем опираться на словесные описания автора и воссоздать это пространство визуально. Если автор мыслит как картограф, то для редактора, создающего карту, представляется возможным картировать пространство произведения. Исследователь Талли вполне уместно сравнивает автора и картографа, говоря о том, что само письмо может быть одной из форм картографической деятельности, потому что, как и картограф, писатель должен исследовать территорию и решать, какие характеристики ему нужны, чтобы достичь желаемого [66].

Есть авторы, которые сами исследуют предполагаемые места действий произведения, составляют карты пространств. Например, У. Эко, описывая этапы создания художественного, отмечает, что ради «Маятника Фуко» он бродил по Консерватории искусств и ремесел, где разворачиваются некоторые сцены из романа. Для описания прогулки Казобона от Консерватории до площади Вогезов и оттуда к Эйфелевой башне, Эко ходил ночами по тому же маршруту, наговаривая на диктофон все, что видит, боясь забыть или перепутать название улиц или переулков [53, с. 389]. Один из методов Эко, который он использует для проектирования своего собственного художественного мира, – создание карт реальных мест [53, с. 404].

Редактор должен уловить эти попытки автора подробно изобразить художественный мир и уметь вычленив из текста локусы и маршруты героев.

Читательский и авторский аспекты очень важно учитывать при выборе художественного произведения. Таким образом, если авторский и читательский аспекты совпадают, то произведение может быть картировано.

2. Определить модель художественного пространства произведения.

После выбора художественного произведения, по мотивам которого будет создана карта, нужно охарактеризовать художественное пространство произведения. Тему художественного пространства более подробно мы рассмотрели в Главе 1, параграфе 1. 1, так как это важный теоретический

аспект, без которого невозможно полноценное картирование литературного произведения. Напомним, что художественное пространство в литературном произведении – «*модель мира* данного автора, выраженная на языке его пространственных представлений» [27, с. 252–253]. Важно определить модель заданного автором пространства. Перечислить все возможные модели пространства не представляется нам возможным. Вспомним лишь основные: реальное (географическое), вымышленное, онейрическое, фантастическое, природное и т. п.

3. Сбор пространственной информации (определение литературных мест произведения).

Следующий этап работы над проектом – вычленение из текста мест действия героев, сопоставление их с реальными, поиск информации об этих местах.

4. Соотнесение выявленных мест из текста литературного произведения с географической картой (так как мы создаем карту по художественному пространству, которое соотносится с реальным, то ограничимся лишь).
5. Определение сюжетообразующих маршрутов героев и нанесение их на карту.
6. Составление комментариев к карте.

В качестве комментариев можно привести цитаты из выбранного художественного произведения или литературоведческий анализ. Нужно учитывать, что комментарии – это прежде всего текст. Поэтому при работе с текстом и при оформлении комментариев нужно учитывать все правила русского языка, а также правила верстки.

III. Этап разработки карты

1. Создать концепцию карты.

Концепция должна отражать замысел автора. Для этого нужно провести литературоведческий анализ и выявить особенности выбранного художественного произведения.

2. Разработать язык карты, то есть индивидуальную знаковую систему.

К элементам знаковой системы карты можно отнести:

- картографическое изображение, т. е. содержание карты;
- легенду карты – система использованных условных обозначений и текстовых пояснений на карте [5, с. 6].

Редактор-картограф должен сам создавать условные знаки и их способы изображения, а также объяснить эту систему условных обозначений для читателей карты.

3. Разработка движения на карте (проектирование анимации).

Важным и главным отличием электронной интерактивной литературной карты от бумажной литературной будет наличие движения на карте. Интерактивная карта не может быть статичной. Редактору нужно разработать способы отражения динамики на карте. Перечислим ниже возможные способы отображения движения.

Способы отражения динамики на карте

- выделить объекты на карте, которым свойственно движение. Этими объектами могут быть, например, природные объекты. В случае с городской средой таким объектом может быть река;
- изобразить движение героев. Движение – одна из категорий в литературоведении, которой уделяют внимание при анализе литературного произведения. По утверждению польского литературоведа Е. Фарино, «в мире литературного произведения возможно разнообразное движение» [45, с. 352]. И очень важно проанализировать это движение. Категория движения довольно сложно поддается анализу. Литературная карта может стать инструментом,

позволяющим установить движение героев за счет моделирования пространства, объектов и проложения маршрутов.

4. Разработка интерактивности на карте.

Под интерактивностью мы понимаем взаимодействие читателя карты с литературной картой и отдельными ее элементами. Это взаимодействие можно осуществить с помощью кнопок. Функции у этих кнопок могут быть различны:

- увеличение или уменьшение карты;
- смена цветовой гаммы;
- активация движения;
- активация комментариев.

IV. Технологический этап

1. Выбор программы для создания карты.

Далее следует выбрать технологию создания карты. Вариантов может быть несколько: создать отдельный сайт и на базе этого сайта создать карту, но этот вариант требует больших финансовых вложений. Если задача редактора состоит в том, чтобы сделать карту при содействии трудовых ресурсов издательства с наименьшими затратами, то такой вариант будет слишком затратным.

Еще один вариант, доступный для издательств, который выбрали авторы проекта «Петровы в Екатеринбурге и вокруг него», это расположение меток – мест действия романа на картах сервиса Google Maps [35]. Но такая карта хоть и может называться интерактивной, но все же не будет содержать творческое осмысление авторского замысла.

Оптимальный вариант создания литературной карты, который можно сделать силами трудовых ресурсов издательства, – это карта в формате интерактивного PDF. В этом формате может изменяться внешний вид документа, его функциональность. Таким образом, статический документ становится интерактивным (по такому пути и развивались web-страницы).

Фактически PDF–документ является самостоятельной программой, не зависящей от платформы, на которой она выполняется.

Создать его можно при помощи программы Adobe InDesign. Это ведущее в издательской отрасли приложение для макетирования и верстки многостраничных изданий. С помощью этой программы можно создавать не только бумажные и электронные книги, цифровые журналы, постеры, но и интерактивные PDF–файлы.

Интерактивное PDF может содержать следующие элементы:

- ссылки на внешние интернет-ресурсы;
- гиперссылки на внутренние страницы документа;
- анимированные картинки;
- аудиотреки;
- Видеоролики;
- различные элементы интерфейса (кнопки, списки, выпадающие списки).

В этом формате можно сделать современный сайт со всеми его функциями.

Однако более расширенный функционал и максимальную интерактивность позволяет создать другая программа компании Adobe – Adobe Experience Design. Эта программа предназначена для создания дизайна интерфейсов и дизайна сайтов.

2. Создание документа в программе Adobe Experience Design:

- выбор подходящего формата издания для проекта;
- выбор и обоснование выбора шрифтов;
- выбор цветов.

3. Подготовка иллюстративного материала:

- перерисовка карты (если действия происходят в реальном городе);

- выбор фото и видеоматериалов, согласование авторских прав правообладателями (если предполагается публикация оригинальных фотографий);
 - создание условных знаков и объектов.
4. Перенос на карту условных знаков, комментариев и маршрутов.
 5. Создание кнопок.
 6. Задавание параметров динамики.

V. Этап тестирования

1. Запуск карты:

- проверка анимации;
- проверка текста;
- проверка работы кнопок.

VI. Этап редактирования и корректирования карты

- устранение выявленных на этапе тестирования ошибок;
- повторный запуск карты.

Именно в такой последовательности нам видится работа над созданием интерактивной литературной карты. В технологическом этапе мы привели несколько технологий создания карт (как самые простые в исполнении, так и более сложные) для того, чтобы редактор мог выбрать оптимальный вариант относительно имеющихся ресурсов (трудовых и финансовых). Также мы обратили внимание на то, что редактор должен контролировать работу дизайнера с текстом (особенно проверять правила верстки). Важно исключить возможность возникновения проблем с авторским правом (согласовать использование фотоматериала).

Далее мы опишем, как проходила работа над созданием интерактивной литературной карты.

3.2 Описание проекта «Электронная интерактивная литературная карта по роману “Апокриф Аглаи”»

В предыдущем параграфе мы описали алгоритм создания электронных интерактивных карт. В этом параграфе будет подробно описано, как создавалась электронная интерактивная литературная карта по роману Е. Сосновского «Апокриф Аглаи». Однако сначала мы кратко охарактеризуем этот роман и обоснуем свой выбор.

В качестве литературного произведения для интерактивной карты был выбран роман «Апокриф Аглаи» (“Apokryf Aglai”) польского писателя Ежи Сосновского – «одного из самых ярких авторов современной Польши, лауреата престижных литературных премий» [39], как написано в аннотации к русскому изданию. Роман был опубликован на родине писателя в 2001 году. В России роман был издан в 2005 году издательством «Азбука–классика» и больше не переиздавался.

Одна из *причин* создать литературную карту по «Апокрифу Аглаи» – обратить внимание потенциальных читателей на этот роман с помощью информационных технологий, а также визуализировать художественное пространство для читателей, прочитавших роман. Вторая причина – обратить внимание на это произведение издательств, занимающихся выпуском художественной литературы. Нам видится, что этот роман имеет высокую художественную ценность и имеет важное значение для актуального литературного процесса. Однако ограниченность напечатанного тиража в России (всего пять тысяч экземпляров) не позволяет даже говорить о коммерческом продвижении «Апокрифа Аглаи», так как тираж давно закончился и в магазинах нельзя приобрести этот роман. На наш взгляд, роман «Апокриф Аглаи» достоин быть переизданным. И, возможно, литературная карта станет импульсом для этого.

По нашим убеждениям, литературную карту можно презентовать не только читателям, но и издательствам. Таким образом, мы выделили три

категории *читателей карты*: 1) представителей издательств, 2) аудиторию, прочитавшую роман и 3) аудиторию, интересующуюся современными зарубежными романами, но еще не знакомую с «Апокрифом Аглаи».

На наш взгляд, литературная карта может быть полезна не только после прочтения романа, но и до того, как читатель откроет текст романа. Увидев литературную карту, читатель может принять положительное решение о прочтении романа.

Эту мысль подтверждают результаты проведенного нами опроса. Гипотезой исследования стало следующее предположение: литературная карта может мотивировать потенциального читателя к прочтению книги и, соответственно, к ее приобретению.

В рамках исследования было опрошено 70 человек. Перед исследованием респондентам было объяснено, что такое литературная карта, а также показаны примеры литературных карт. Вопрос для респондентов был сформулирован следующим образом: «Если бы вы увидели литературную карту по не известному вам произведению, то с какой вероятностью вы бы решили прочитать книгу? Выберите вариант ответа от 1 до 5, где 5 – наибольшая вероятность прочтения книги, а 0 – литературная карта не мотивировала бы Вас к чтению книги».

Результаты исследования показали, что 17 человек выбрали вариант ответа «5», показав тем самым высокую степень заинтересованности в прочтении произведения после ознакомления с литературной картой. Еще большее количество респондентов (25 человек) выбрали ответ «4». Из 70 опрошенных 14 человек выразили среднюю степень заинтересованности, нажав на вариант «3». Всего 6 респондентов ответили «0», показав тем самым отсутствие мотивации к чтению после знакомства с литературной картой, и лишь 2 человека выбрали ответ «1», и 6 человек вариант ответа «2».

Это позволяет сделать вывод, что литературные карты повышают мотивацию читателя обратиться к художественному произведению.

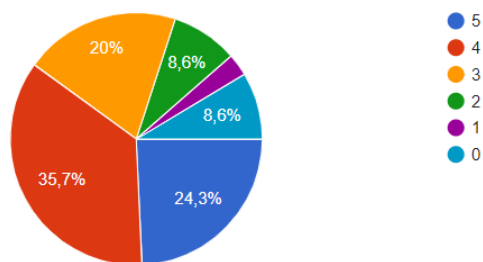


Рисунок 12 – Диаграмма, отражающая результаты исследования

Высокая художественная ценность романа, как нам видится, заключается прежде всего в особом построении автором художественного мира и структуры романа.

Е. Ю. Козьмина, исследуя композицию романа, пишет о том, что она строится по модели «роман в романе». В «Апокрифе Аглаи» эта модель особенная и заключается в инверсии: с текста, который обычно называется вставным, начинается произведение, а композиционную роль вставного текста играет обрамляющее произведение [16]. Такая структура романа создает множественность миров. Эти миры переплетаются между собой благодаря особой нарративной структуре романа. Нарративная структура романа образует целую систему нарраторов, о чем говорится в статье Е. Ю. Козьминой «Система нарраторов в гротескном нарративе романа «Апокриф Аглаи») [17].

Обратимся к характеристике основных субъектов речи романа, составленной Е. Ю. Козьминой. «В первом разделе («Визит без приглашения») основным рассказчиком можно назвать одного из персонажей, Войтека, – субъекта речи, передающего читателю историю, во-первых, встречи и общения Войтека и Адама, двоюродных братьев; а во-вторых, любовно-криминальную, и одновременно мистическую, историю Адама. Обе эти истории выдуманы персонажем из другого раздела – Анджеем Вальчаком; “автором” романа «Визит без приглашения», занимающим позицию вненаходимости по отношению к героям своего романа» [17].

Также множественность реальностей предопределяет сюжет. По словам исследовательницы, «сюжет “Апокрифа Аглаи” представляет собой попытки

героев осознать ту реальность, в которой они находятся [16]. Е. Ю. Козьмина пишет о том, что в романе изображены два онтологических пласта: первая реальность – это мир, где главными героями являются Анджей Вальчак и Кшиштоф, рассказывающий Анджею историю о том, как он стал жертвой психологического эксперимента. В другой – художественной – реальности романа, написанного Анджеем Вальчаком и включенной в композицию по принципу «роман в романе», эти персонажи становятся прототипами, соответственно, Войтека и его кузена Адама Клещевского [16].

В романе дается указание на третий пласт – действительность биографического автора и читателя [16]. Наличие элементов авторской биографии усиливает значимость карты. Таким образом, читатель может исследовать элементы житнетворчества Е. Сосновского.

Перейдем к описанию художественного пространства в «Апокрифе Аглаи». Художественное пространство этого романа соотносится с реальным, а именно с пространством реально существующего города Варшава. Варшаву можно считать городом полилитературным. Многие авторы местом действия своих произведений выбирали этот город и очень подробно создавали образ этой территории (например, польский писатель А. Либер в романе «Мадам» также обращался к пространству этого города). На наш взгляд, корпус художественных текстов о Варшаве может образовать «варшавский текст» (по аналогии с московским, петербургским, сибирским, пермским и провинциальным).

Так как пространство соотносится с реальным, то за основу литературной карты мы взяли географическую карту Варшавы. Была перерисована центральная часть Варшавы с условным соблюдением схемы улиц. Соблюдена «географичность» изображения города, территория Варшавы на карте осталась узнаваема. Варшава имеет исторически сложившиеся районы. Мы выделили два района, о которых идет речь в романе, – район Воля обозначен синим цветом (синий цвет символизирует

тайну, а сама история рассказанная Кшиштофом–Адамом, довольно загадочна и необычна), район Прага обозначен красным цветом, так как этот район имеет криминальную репутацию, а дом, в котором происходил разговор героев (Ирэны и Анджея), вызывает опасение у Анджея и его друга. Зеленым цветом выделена территория между районом Воля и районом Прага, где проходят основные события.

Как мы уже обозначили выше, в романе два мира, но их пространство совпадает: один город и даже некоторые литературные места фигурируют в двух мирах: например, лицей как ключевое место событий. На карте мы решили отразить это «двоемирие» с помощью смены цветовой гаммы: при открытии карты читатель видит образ карты, приближенной к бумажной, условно относящейся к прошлому веку, слегка состаренной и пожелтевшей (см. Приложение Е). Кнопка, расположенная в левом нижнем углу, позволяет переключиться на другую реальность. Это показано при помощи контрастной цветовой гаммы. Нам нужно было подчеркнуть ирреальность, фантастичность этого мира, изобразить мир технологически развитый, в котором ведутся разработки по созданию кукол-киборгов, чтобы он кардинально отличался от первого, обыденного мира. Для этого мы выбрали черный фон (см. Приложение Ж). Артерии улиц показаны бирюзовым цветом. Цвета районов мы оставили в такой же цветовой гамме, районы полностью закрашены в отличие от первого «бумажного» варианта карты, где районы выделены цветными штрихами.

Карта имеет формат 980x600 пикселей. Визуально этот формат ассоциируется с книгой. Именно для визуального сходства с книгой был выбран такой формат и вертикальное расположение карты. Карта заключена в рамку, внизу располагается подпись – название города Варшава, написанное на польском (Warszawa) гротескным шрифтом. Слева от надписи располагается кнопка, которая меняет «реальности», справа – кнопка, с помощью которой можно приблизить или отдалить карту.

На карте обозначены одиннадцать литературных мест, каждое место отмечено иконкой. В квадратных иконках – условное изображение этих мест. К девяти из них приведены цитаты из романа.

Комментарии к карте указаны в таблице и цитируются по изданию 2005 года (издательство «Азбука–классика») [39].

Таблица 1 – Комментарии к интерактивной карте по роману «Апокриф Аглаи»

ЛОКУСЫ	КОММЕНТАРИЙ
Ул. Барская (дом Адама)	«Адам жил на улице Барской в огромном соцреалистическом доме, замыкающем внутри себя квадратный двор; смахивал он на крепость» [39].
Угол ул. Гжибовская и Желязна (дом Лиля)	«В доме, где жила Лиля, все окна были темные, и это обескуражило Адама» [39].
Район Прага	«Я разложил план города и задумался. Разумеется, мне очень хотелось поехать. Но в Варшаве вот уже несколько лет как стало небезопасно» [39].
Дом в районе Праги	«У этого дома были два двора, и он представлял собой странное соединение двух миров. С фасада он был отремонтирован, пахнул свежей штукатуркой, но флигель являл собой кирпичные руины, хранившие на себе, как мне показалось, следы пуль времен сражения за Варшаву» [39].
Лицей	«Довоенное школьное здание с астрономической обсерваторией на крыше в Варшаве действительно существует» [39].
Библиотека	«Я допоздна засиживался в библиотеках и однажды вечером застал жену ни с того ни с сего пакующей вещи в две огромные туристские сумки и гигантский, оставшийся в наследство от тестя, чемодан» [39].
Музыкальная академия	«Адаму было тогда двадцать пять лет, он только что закончил Музыкальную академию по классу фортепьяно» [39].
Ул. Смольная	«Именно в квартире профессора Ц. во время консультации Адам в марте 1984 года и познакомился с тем журналистом» [39].

На карте нам важно было отразить динамику, так как интерактивная карта не может быть статичной. Это было показано благодаря «оживлению» реки и построению маршрутов. Было выбрано несколько ключевых сюжетообразующих маршрутов. Например, маршрут Адама в Музыкальную Академию и на занятия к профессору домой. В романе можно следующее: Адам не помнил, когда выходил за пределы трех улиц, на которых находился родительский дом, дом профессора и Академия. Проведя линию между тремя этими местами, мы заметили, что маршрут Адама был визуально похож на треугольник. На наш взгляд, это отражало внутреннее состояние героя: Адам чувствовал себя замкнуто и закрепощено, находясь в таком ограниченном пространстве. Только когда он отправился за город на праздник по случаю дня рождения его знакомого, он почувствовал себя свободным.

Другие выбранные нами маршруты: путь Лили от дома до работы, передвижение кукол-киборгов, блуждания Адама по Варшаве в поисках Лили.

Для создания карты мы использовали программу Adobe Experience Design. Эта программа позволила воплотить задуманную нами концепцию литературной карты.

Литературная карта была выполнена в точно установленные сроки с 09.05.2020 по 20.05.20. Команда по созданию карты включала два человека: редактора и дизайнера. Редактором было точно сформулировано техническое задание для дизайнера, которое содержало в себе описание романа, ссылку на текст произведения для того, чтобы дизайнер прочитал роман, а также в техническом задании была карта Варшавы и референсы – вспомогательные изображения, аналоги эскизов будущей карты. Редактором также была подготовлена выборка цитат, характеризующих литературные места и пространство романа, отобраны литературные места и составлены маршруты героев. Особую сложность для редактора представило соотнесение литературных мест с картой Варшавы, так как некоторые места действий не

были точно обозначены автором в тексте произведения. Однако все выбранные редактором места были верно сопоставлены.

Работа редактора в партнерстве с дизайнером строилась на взаимопонимании. Дизайнер в точно в установленные сроки выполнял задачи и следовал инструкции, несмотря на непреодолимые обстоятельства в связи эпидемией и невозможностью личного общения. Единственная сложность, возникшая в работе с дизайнером, – это отсутствие знаний правил верстки, что удалось устранить редактору, так редактор обладал навыками верстки текста.

В результате командной работы, точно поставленных цели и задач, соблюдая сроки и следуя алгоритму, удалось достичь предполагаемого результата – создать электронную интерактивную карту по роману «Апокриф Аглаи» польского писателя Ежи Сосновского.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Попытки изобразить художественное пространство представляют собой не только иллюстративный, но и исследовательский подход, поэтому вопросами изображения художественного пространства произведения активно занимаются литературоведы. Их исследования оформились в отдельное течение в литературоведении – литературную географию, предметом которой стало изучение взаимодействия художественного и литературного пространств. По этой причине наш исследовательский путь начался с ознакомления с трудами литературоведов по литературной географии, художественному пространству и литературному месту. В результате рассмотрения литературных карт в литературоведческом аспекте было выявлено, что карты имеют потенциал изучения в издательском аспекте.

Вследствие слабой изученности литературных карт и их применения в издательской сфере, мы устранили некоторые отсутствующие характеристики литературной карты как издательского продукта. Во-первых, сформулировали собственное определение (так как ГОСТ 7.60–2003 не идентифицирует литературную карту как издание), а именно: *литературная карта произведения* – это картографическое изображение модели художественного пространства, созданного автором в художественном произведении, творчески переработанное редактором исходя из замысла произведения.

Во-вторых, выявили, что у литературных карт широкая типология: карты могут быть связаны не только с художественным пространством произведения, но и показывать литературные места, относящиеся к жизни и творчеству одного писателя или писателей одной ограниченной территории (страны, региона, город).

В результате исследования также было выявлено, что интерес к визуализации художественного пространства произведения стал проявляться с XV века, и яркий пример этого явления – изображения Ада созданного Данте

в «Божественной комедии». Другими периодами «всплеска» интереса к созданию литературных карт можно считать XIX век, а также XX век. С появлением цифровых технологий, литературные карты претерпели изменения.

Во-первых, карты остались не только бумажными, но и стали цифровыми, вышли в интернет-пространство, отделились от книги, прекратили быть только иллюстрацией текста. Литературные карты стали доступнее читателю: они больше не ограничены тиражом, а могут быть просмотрены любым читателем в интернете.

Во-вторых, приобрели важное свойство: стали интерактивными, то есть модифицировались в такую карту, которая способна вызвать непосредственное взаимодействие с пользователем, а значит и продлить общение читателя и карты. К тому же, благодаря этому свойству расширился и читательский адрес художественного произведения, так как интерактивные карты могут заинтересовать потенциального читателя художественного произведения. Эту гипотезу подтверждает проведенный опрос.

Согласно результатам проведенного нами опроса, респонденты, узнавшие о том, что такое литературная карта, показали высокую степень мотивации к прочтению художественного произведения. Результаты исследования показали, что 17 человек выбрали вариант ответа «5», продемонстрировав тем самым высокую степень заинтересованности в прочтении произведения после ознакомления с литературной картой. Еще большее количество респондентов (25 человек) выбрали ответ «4». Из 70 опрошенных 14 человек выразили среднюю степень заинтересованности, нажав в голосовании на вариант «3». Всего 6 респондентов ответили «0», показав тем самым отсутствие мотивации к чтению после знакомства с литературной картой, и лишь 2 человека выбрали ответ «1», и 6 человек вариант ответа «2».

В-третьих, карты расширили свой функционал. Бумажная карта ограничивалась лишь иллюстративной и исследовательской функциями, электронная карта приобрела функции ранее не свойственные ей. Среди выявленных функций, мы отметили следующие:

- педагогическая: карта как инструмент обучения;
- интерпретационная: карта как инструмент для особого прочтения литературного произведения;
- брендинговая: карта как инструмент продвижения территории;
- декоративная (относится к бумажной карте, если она выполнена в формате постера): карта как элемент декора;
- туристическая функция: карта как путеводитель;
- маркетинговая: карта как инструмент продвижения художественного издания.

Особое внимание мы уделили маркетинговой функции карты, так как роль маркетинга и менеджмента в книгоиздательской деятельности возрастает, что обусловлено рыночной экономикой. Мы пришли к выводу, что карты могут быть инструментом продвижения, потому что в эпоху цифровых технологий, создание инновационных издательских продуктов, посредством соединения традиционного книгоиздания и мультимедийных технологий, представляется нам одним из верных векторов направления развития издательского бизнеса.

В рамках диссертационной работы была поставлена следующая цель: создать электронную интерактивную карту по роману Е. Сосновского «Апокриф Аглаи». Изученные теоретические материалы упомянутые выше, и в том числе, анализ бумажных и электронных литературных карт, помогли достичь цель исследования.

Была сформулирована концепция литературной карты, отражающая замысел автора. Выбрана компьютерная программа, которая позволила осуществить весь предполагаемый функционал. Из художественного текста

выбраны литературные места, сопоставлены с реальными местами на карте, создана географическая основа карты по лекалам карты Варшавы, нарисованы иконки литмест, составлено несколько главных маршрутов героев, выбраны комментарии-цитаты из текста, характеризующие литместа. Обоснован выбор цветов, формата и шрифта.

В результате после реализации проекта были сформулирован алгоритм для редактора по подготовке литературных карт, так как ранее подобных алгоритмов нами не было найдено. Это и внесло в диссертацию уникальность и закрепило практическую значимость работы.

Дальнейшей перспективой исследования, как нам кажется, может стать картирование художественного пространства, не соотносимого с реальным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Абашев, В. В. Пермь как текст. Пермь в русской культуре и литературе XX века / В. В. Абашев. – Пермь : Издательство Пермского университета, 2000. – 404 с. – ISBN 5-8241-0234-1.
- 2 Абашев, В. В. План местности: литература как путеводитель пространства / В. В. Абашев, А. В. Фирсова // Текст и карта: Урал в травелогах конца XVIII– начала XX в. : сб. статей ; сост. Е. Г. Власова, В. В. Абашев ; Перм. гос. нац. исслед. ун-т ; Лаб. политики культурного наследия Перм. гос. нац. исслед. ун-та. – Пермь : Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2016. – С. 7–22. – URL: <http://www.dompasternaka.ru/maps/sbornik.pdf> (дата обращения: 23.11.2019).
- 3 Ализар, А. Найдена карта Средиземья с пометками Толкина / А. Ализар // Хабр : [сайт]. – URL: <https://habr.com/ru/news/t/385801/> (дата обращения: 20.01.2020).
- 4 Анциферов, Н. П. Петербург Достоевского / Н. П. Анциферов // Лит Мир. Электронная библиотека : [сайт]. – URL: <https://www.litmir.me/br/?b=104507&p=1> (дата обращения: 10.05.2020).
- 5 Берлянт, А. М. Картография : учебник / А. М. Берлянт. – Москва : Аспект Пресс, 2002. – 336 с. – ISBN 5-7567-0142-7.
- 6 Вовк, Е. К. Инновационный характер развития издательского дела на современном этапе / Е. К. Вовк, Л. В. Савченко // Экономические исследования и разработки : [сайт]. – URL: <http://edrf.ru/article/03-09-2018> (дата обращения 17.11.2019).
- 7 Воронцова, К. В. Мифопоэтика Кракова в романе Макса Фрая «Ключи из желтого металла» / К. В. Воронцова // Лабиринт: журнал социально-гуманитарных исследований. – 2017. – № 2. – С. 18–26.
- 8 Галкина, В. «Переваренный городом. Интеллигентный герой как порождение века – и его отрицание». Интервью с Андреем

- Аствацатуровым / В. Галкина // Литературная газета : [сайт]. – 2019. – 10 июля. – URL : <https://lgz.ru/article/-28-6697-10-07-2019/perevarennyu-gorodom/> (дата обращения: 10.07.2019).
- 9 Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика» / Е. П. Голубков. – Москва : Финпресс, 2005. – 339 с. – ISBN 5-08001-0003-9.
- 10 ГОСТ 7.60–2003. Издания. Основные виды. Термины и определения: дата введ. 2004-07-01. – Москва : ИПК Издательство стандартов, 2004. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200034382> (дата обращения: 01.12.2019).
- 11 Дубровин, И. О. Географические карты в познании действительности / И. О. Дубровин, И. В. Полуэктова // Вестник российских университетов. Математика. – 2002. – № 1. – С. 173–174.
- 12 Зайцева, Л. А. Инновационные процессы в издательском деле как предмет научного дискурса / Л. А. Зайцева // Научный вестник Крыма. – № 3 (21). – 2019. – С. 1–7.
- 13 Калуцков, В. Н. Концептуальные основы литературной географии / В. Н. Калуцков // Уральский исторический вестник. – 2016. – № 2 (51). – С. 118–125.
- 14 Каширина, С. В. Роль художественного пространства в постижении литературного текста / С. В. Каширина // Вестник ОГУ. – 2006. – № 9. – С. 180–185.
- 15 Кирьянова, Л. Г. Теории глобализации в контексте постклассической парадигмы / Л. Г. Кирьянова, О. А. Мазурина // Известия Томского политехнического университета. – 2007. – № 7. – С. 115–120.
- 16 Козьмина, Е. Ю. Композиция романа Е. Сосновского «Апокриф Аглаи»: моделирование читательской позиции / Е. Козьмина // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – 2018. – № 2 (35), ч. 2. – С. 284–292.

- 17 Козьмина, Е. Ю. Система нарраторов в гротескном нарративе романа «Апокриф Аглаи» / Е. Козьмина // Поэтика и прагматика нарративных практик : коллективная монография / отв. ред. В. И. Тюпа; редкол. Е. Ю. Козьмина, О. В. Федунина. – Екатеринбург : ИНТМЕДИА, 2019. – С. 141–153.
- 18 Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. – Москва : Вильямс, 2007. – 656 с. – ISBN 978-5-8459-0376-1.
- 19 Кулибанова, В. В. Прикладной маркетинг / В. В. Кулибанова. – Санкт-Петербург : Нева, 2003. – 272 с. – ISBN 5-7654-2372-8.
- 20 Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж. Ж. Ламбен ; пер. с фр. – Санкт-Петербург : Наука, 1996. – 589 с. – ISBN 5-02-024833-9.
- 21 Лапочкина, В. В. Ключевые аспекты становления и перспективы развития тематического литературного туризма: отечественный и зарубежный опыт / В. В. Лапочкина // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2015. – № 2. – С. 66–75.
- 22 Лаппо, Г. М. География по Гоголю / Г. М. Лаппо // 1 сентября : [сайт]. – URL: https://geo.1sept.ru/view_article.php?ID=200900904 (дата обращения: 24.04.2020).
- 23 Лаппо, Г. М. Литературная геоурбанистика / Г. М. Лаппо // Экономическая и социальная география на пороге XXI века. – Смоленск : Смоленский гуманитарный университет, 1997. – С. 97–109.
- 24 Лихачев, Д. С. Заметки к интеллектуальной топографии Петербурга первой четверти XX века / Д. С. Лихачев // Семиотика города и городской культуры. Петербург. Труды по знаковым системам XVIII века : Записки Тартуского государственного университета : сб. статей / под. ред. Ю. М. Лотмана. – Тарту : Тартуский государственный университет, 1984. – С. 72–77.

- 25 Лотман, Ю. М. От редакции / Ю. М. Лотман // Семиотика города и городской культуры. Петербург. Труды по знаковым системам XVIII века : Записки Тартуского государственного университета : сб. статей / под. ред. Ю. М. Лотмана. – Тарту : Тартуский государственный университет, 1984. – С. 3.
- 26 Лотман, Ю. М. Символика Петербурга и проблемы семиотики города / Ю. М. Лотман // Семиотика города и городской культуры. Петербург. Труды по знаковым системам XVIII века : Записки Тартуского государственного университета : сб. статей / под. ред. Ю. М. Лотмана. – Тарту : Тартуский государственный университет, 1984. – С. 30–45.
- 27 Лотман, Ю. М. Художественное пространство в прозе Гоголя / Ю. М. Лотман // В школе поэтического слова: Пушкин. Лермонтов. Гоголь. – Москва : Просвещение, 1988. – 352 с. – ISBN 5-09-00054403.
- 28 Макогон Т. И. «Пространственный поворот» и возможность новационных подходов в социально-философском дискурсе / Т. И. Макогон // Известия ТПУ. – 2012. – № 6. – С. 167–172.
- 29 Маркетинг. Теория и практика : учебное пособие / под ред. С. В. Карповой. – Москва : ЮРАЙТ, 2015. – 408 с. – ISBN 978-5-9916-2661-3.
- 30 Мартыянова, Е. Г. Особенности исследования и развития литературного туризма как разновидности культурного туризма в России и Тульской области / Е. Г. Мартыянова, Е. Н. Чеснова // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. – 2017. – № 1 (21). – С. 69–79.
- 31 Мильчин, М. А. Справочник издателя и автора / А. М. Мильчин, Л. К. Чельцова. – 2-е изд-е, испр. и доп. // Москва : ОЛМА-Пресс, 2003. – 800 с. – ISBN 5-224-04565-7.
- 32 Минц, З. Г. Поэтика Александра Блока / З. Г. Минц. – Санкт–Петербург : Искусство–СПБ, 1999. – 727 с. – ISBN 5-210-01505-X.
- 33 Морозова, М. М. Литературные карты Америки XX века: опыт культурно-географического исследования / М. М. Морозова //

- Социокультурное регионоведение : [сайт]. – URL : <https://clck.ru/NQm76> (дата обращения 20.09.2019).
- 34 Надыров, И. О. Описание концепции интерактивной карты / И. О. Надыров // Вестник СГУГиТ. – 2011. – № 1 (14). – С. 62–68.
- 35 Петровы в Екатеринбурге и вокруг него // Муниципальное объединение библиотек : [сайт]. – URL: <https://clck.ru/NssKx> (дата обращения: 21.01.2020).
- 36 Поэтическая карта России // Лабиринт : [сайт]. – URL: <https://www.labyrinth.ru/poets/> (дата обращения: 10.03.2020).
- 37 Рыбалко, А. А. Инновационный подход в современном книгоиздании / А. А. Рыбалко, С. Н. Соловьева // Территория науки. – 2016. – № 6. – С. 89–95.
- 38 Саруханян, Е. Достоевский в Петербурге / Е. Саруханян. – Ленинград : Лениздат, 1970. – 270 с.
- 39 Сосновский, Е. Апокриф Аглаи / Е. Сосновский ; пер. с пол. Л. Цывьяна. – Санкт–Петербург : Азбука–классика, 2004. – 352 с. – ISBN 5-352-00739-1.
- 40 Стефанский, Е. Е. «Побежденное смехом страшное...» в романах М. Булгакова «Мастер и Маргарита» и Е. Сосновского «Апокриф Аглаи» / Е. Е. Стефанский // Вестник СамГУ. – 2007. – № 5–2. – С. 187–203.
- 41 Сысолятин, А. В. Стратегии маркетинга инноваций / А. В. Сысолятин // Проблемы Науки. – 2015. – № 4 (34). – URL: <https://clck.ru/NssMC> (дата обращения: 01.02.2020).
- 42 Сысолятин, А. В. Модели маркетинга услуг / А. В. Сысолятин // Проблемы Науки. – 2014. – № 11 (29). – С. 39–41.
- 43 Топография Ада: карты загробного мира Данте от эпохи Возрождения до наших дней. – Cameralabs : [сайт]. – URL: <https://clck.ru/NrwDP> (дата обращения: 15.05.2020).

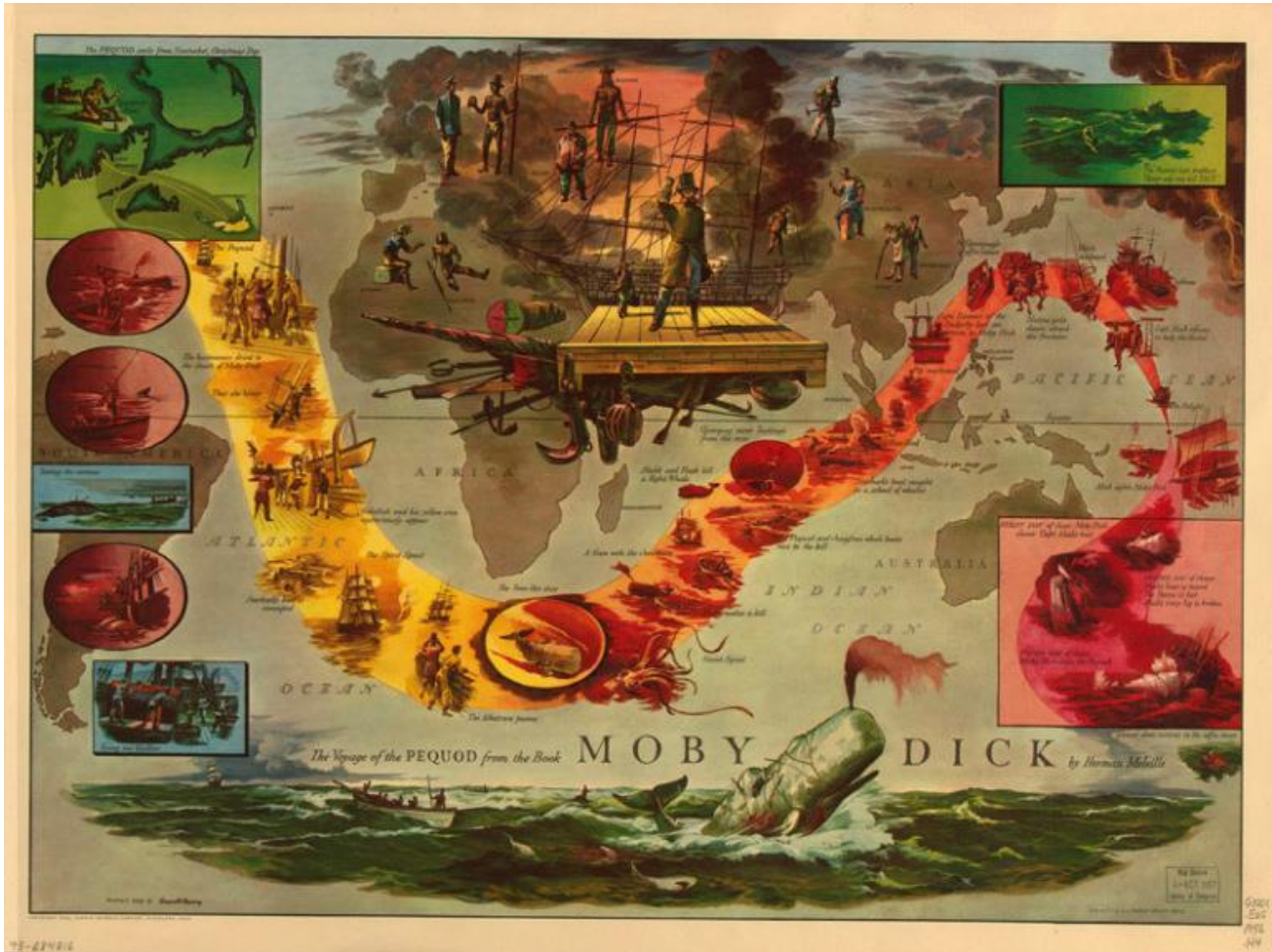
- 44 Топоров, В. Н. Петербург и петербургский текст русской литературы / В. Н. Топоров // Семиотика города и городской культуры. Петербург. Труды по знаковым системам XVIII века : Записки Тартуского государственного университета : сб. статей / под. ред. Ю. М. Лотмана. – Тарту : Тартуский государственный университет, 1984. – С. 4–29.
- 45 Фарино, Е. Введение в литературоведение / Е. Фарино. – Санкт–Петербург : Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2004. – 639 с. – ISBN 5-8064-0524-9.
- 46 Фархутдинова, Д. Р. Значение и использование географических карт / Д. Р. Фархутдинова // Символ науки. – 2016. – № 12/3. – С. 280–281.
- 47 Филиппова, Е. О. Способы интерпретации литературного произведения / Е. О. Филиппова // Вестник МГУП. – 2015. – № 2. – С. 153–157.
- 48 Фирсова, А. В. Литературное картирование Перми в путеводителях / А. В. Фирсова // Текст и карта: Урал в травелогах конца XVIII– начала XX в. : сб. статей / сост. Е. Г. Власова, В. В. Абашев ; Перм. гос. нац. исслед. ун-т ; Лаб. политики культурного наследия Перм. гос. нац. исслед. ун-та. – Пермь : Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2016. – С. 115–127. – URL: <http://www.dompasternaka.ru/maps/sbornik.pdf> (дата обращения 13.11.2019).
- 49 Фирсова, А. В. Литературное картирование пространства / А. В. Фирсова // Текст и карта: Урал в травелогах конца XVIII– начала XX в. : сб. статей / сост. Е. Г. Власова, В. В. Абашев ; Перм. гос. нац. исслед. ун-т ; Лаб. политики культурного наследия Перм. гос. нац. исслед. ун-та. – Пермь : Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2016. – С. 23–35. – URL: <http://www.dompasternaka.ru/maps/sbornik.pdf> (дата обращения 12.11.2019).
- 50 Фошина, Т. Е. Современное состояние и перспективы развития литературного туризма в России / Т. Е. Фошина // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. – № 1 (21). – 2017. – С. 680– 684.

- 51 Шенк, Ф. Б. Ментальные карты: конструирование географического пространства в Европе / Шенк Ф. Б // Полит. наука. – 2001. – № 4. – С. 4–17.
- 52 Щукин, В. Г. Мифопоэтика города и века (четыре песни о Москве) / В. Г. Щукин // Лабиринт : журнал социально-гуманитарных исследований. –2013. – № 6. – С. 8–38.
- 53 Эко, У. О литературе : эссе / У. Эко ; пер. с ит. С. Сидневой. – Москва : АСТ : CORPUS, 2016. – 416 с. – ISBN 978-5-17-086204-7.
- 54 Эко, У. Шесть прогулок в литературных местах / У. Эко ; пер. с англ. А. Глебовской. – Санкт–Петербург : SIMPOSIUM, 2019. – 285 с. – ISBN 978-5-89091-536-8.
- 55 Эриашвили, Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг : учеб. пособие. – 5-е изд., перераб. и доп. / Н. Д. Эриашвили. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 351 с. – ISBN ISBN 978-5-238-01619.
- 56 Alpaca Lab : [site]. – URL: <https://www.alpacaprojects.com/laboratory/> (дата обращения: 01.05.2020).
- 57 Barron, R. Edward Everett Henry: artist, camoufleur and cartographer / R. Barron // Barron maps blog : [site]. – URL: <https://clck.ru/Ndg2e> (дата обращения: 25.05.2020).
- 58 Collot, M. Usages littéraires de la carte / M. Collot // OpenEdition Books : [site]. – URL: <https://books.openedition.org/pusl/4484#authors> (дата обращения: 19.01.2020).
- 59 Harley, J. B. Maps, Knowledge and Power / J. B. Harley // STUDYLIB : [site]. – URL: <https://studylib.net/doc/8757882/harley-j-1988> (дата обращения 08.05.2020).
- 60 Kowalczyk, P. Prepare for adventure: 17 literary maps to explore / P. Kowalczyk // Ebook friendly : [site]. – URL: <https://clck.ru/NfbqQ> (дата обращения: 25.05.2020).

- 61 L’Inferno di Dante, illustrato e interattivo : [site] – URL: <https://www.alpacaprojects.com/inferno/> (дата обращения: 01.05.2020).
- 62 Literature of the United States. A Literary Map of the United States, 1940 // University of Michigan Library : [site] – URL: <https://clck.ru/NhPMr> (дата обращения: 01.05.2020).
- 63 Perondi, L. The Project “Interactive Topography of Dante’s Inferno” Transfer of Knowledge and Design of Didactic Tools / L. Perondi // MDPI Open Access Journals : [site]. – URL: <https://www.mdpi.com/2504-3900/1/9/875> (дата обращения: 11.05.2020).
- 64 Piatti, B. Mapping Literature: Towards a Geography of Fiction / B. Piatti // Research Gate : [site]. – URL: <https://clck.ru/Ns3WR> (дата обращения: 13.11.2019).
- 65 Piatti, B. Mapping literature: the prototype of “A literary atlas of Europe” / B. Piatti // Semantic Scholar : [site]. – URL: <https://clck.ru/Ns3FN> (дата обращения: 23.11.2019).
- 66 Tally, R. Spatiality / R. Tally. – N.-Y. : Routledge, 2013. – 180 p. – ISBN 9780415664394.
- 67 The literary map company : [site]. – URL: <https://www.literarymapcompany.com/> (дата обращения: 25.05.2020).

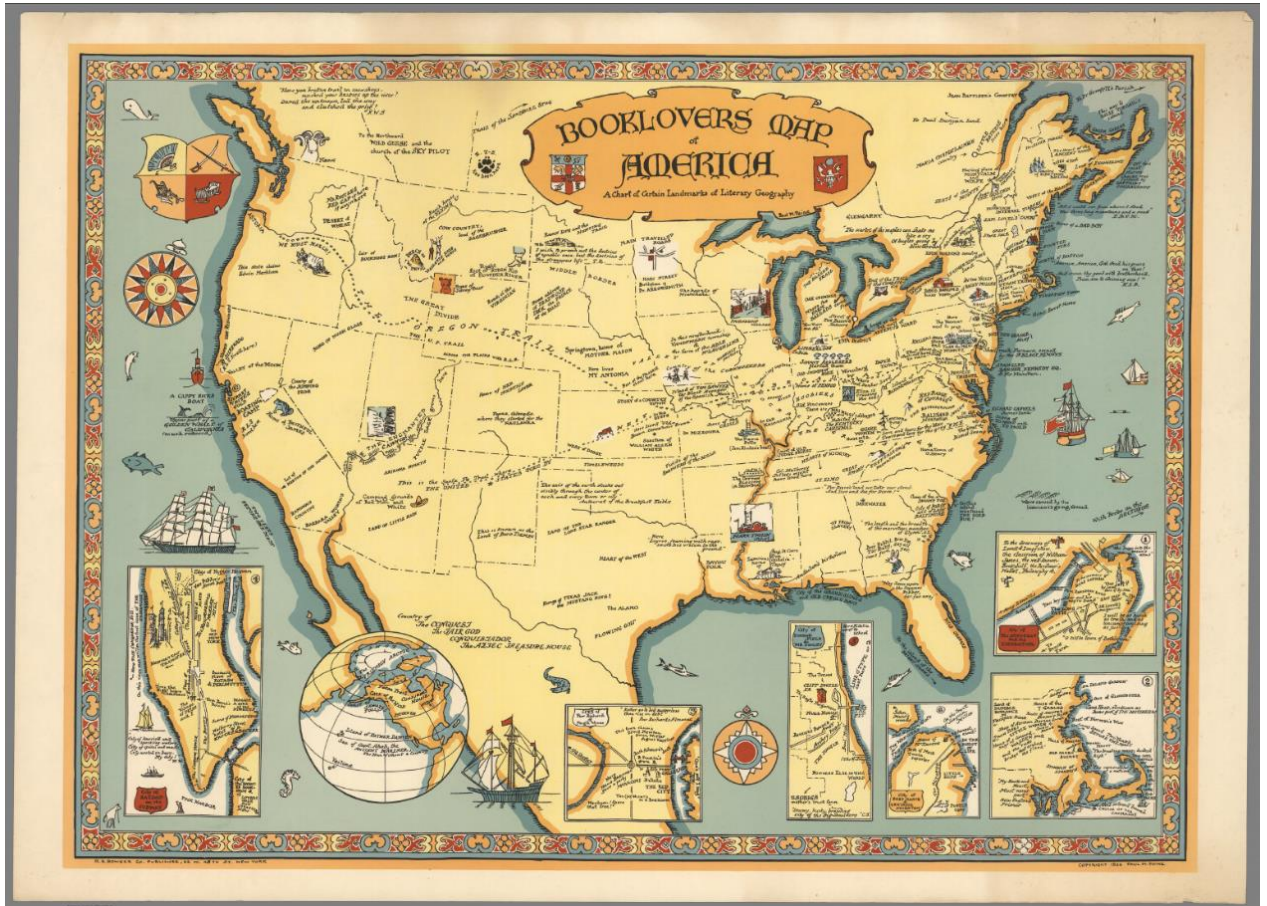
ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Литературная карта «Путешествие на корабле «Пекод» из книги Моби Дик» (“The Voyage of the Pequod from the Book Moby Dick”)



ПРИЛОЖЕНИЕ Г

«Карта Америки для любителей книг: карта некоторых ориентиров литературной географии» (“Booklovers Map of America: A Chart of Certain Landmarks of Literary Geography”)



ПРИЛОЖЕНИЕ Д

«Карта Великого американского романа»

(“The Great American Novel map”), выпущенная издательством

“Hog Island Press”

The Great American Novel
Places from the pages of America's finest literary works

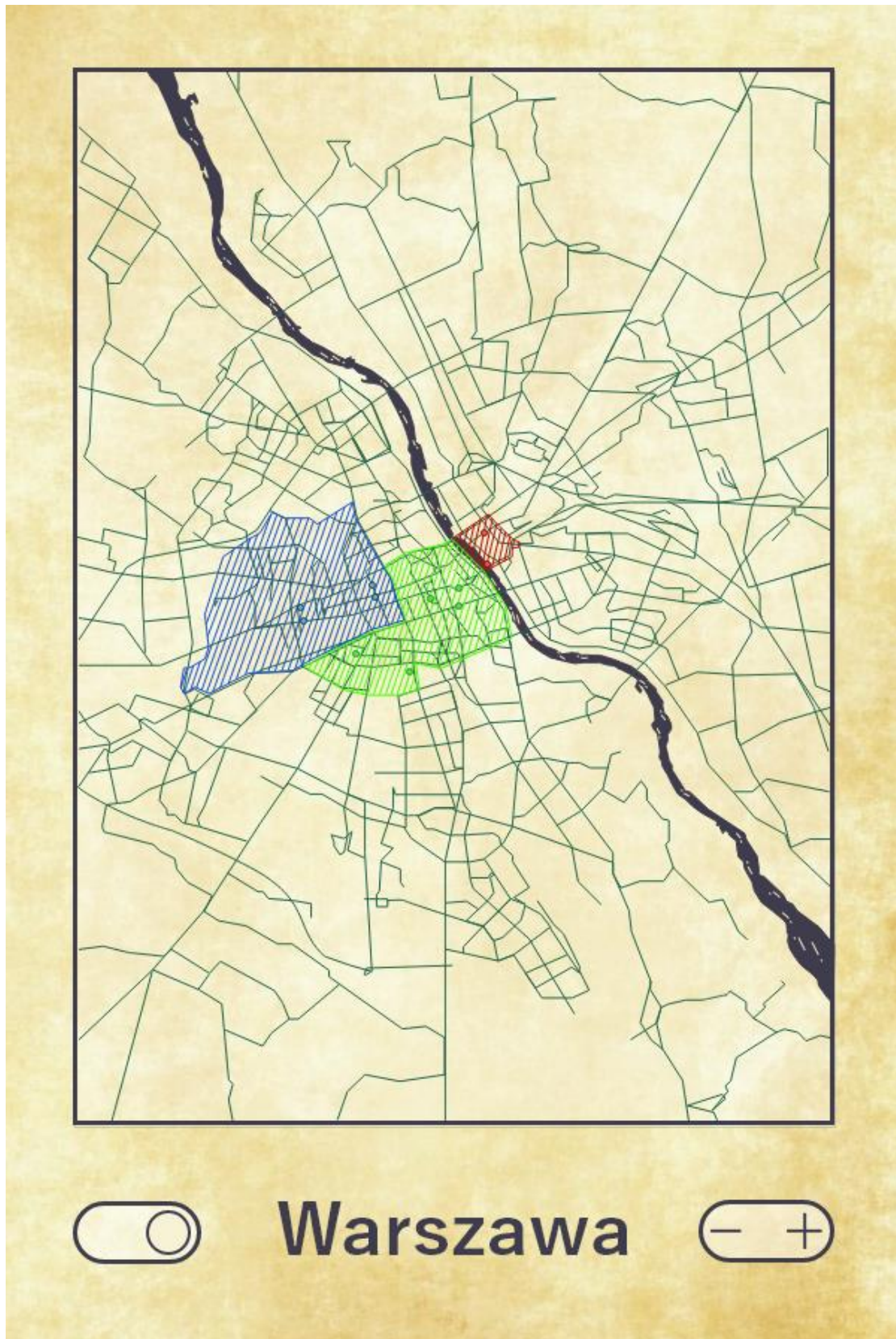
Icon	Title	Author	Year	Location
1	Moby Dick	Herman Melville	1851	Nantucket, MA
2	Adventures of Huckleberry Finn	Mark Twain	1885	Hambel, MO
3	The Awakening	Kate Chopin	1899	New Orleans, LA
4	The Octopus: A Story of California	Frank Norris	1901	San Joaquin Valley, CA
5	The Virginian	Owen Wister	1902	Sunk Creek, WY
6	The Jungle	Upton Sinclair	1906	Chicago, IL
7	My Antonia	Willa Cather	1918	Webster County, NE
8	Main Street	Sinclair Lewis	1920	Sauk Centre, MN
9	The Age of Innocence	Edith Wharton	1920	New York, NY
10	The Great Gatsby	F. Scott Fitzgerald	1925	Long Island, NY
11	The Sound and the Fury	William Faulkner	1929	Jefferson, MS
12	The Maltese Falcon	Dashiell Hammett	1929	San Francisco, CA
13	To Have and Have Not	Ernest Hemingway	1937	Key West, FL
14	Their Eyes Were Watching God	Zora Neale Hurston	1937	Central & Southern FL
15	The Day of the Locust	Nathaniel West	1939	Hollywood, CA
16	The Big Sleep	Raymond Chandler	1939	Los Angeles, CA
17	The Grapes of Wrath	John Steinbeck	1939	Salinas, CA
18	Native Son	Richard Wright	1940	Chicago, IL
19	All the King's Men	Robert Penn Warren	1946	Mason County, LA*
20	The Catcher in the Rye	J.D. Salinger	1951	New York, NY
21	Wise Blood	Flannery O'Connor	1952	Tullahoma, TN*
22	Invisible Man	Ralph Ellison	1952	Greenwood, SC
23	The Adventures of Augie March	Saul Bellow	1953	Chicago, IL
24	On the Road	Jack Kerouac	1957	San Francisco, CA
25	Rabbit, Run	John Updike	1960	Brewer, PA*
26	To Kill a Mockingbird	Harper Lee	1960	Maycomb, AL*
27	The Moviegoer	Walker Percy	1961	New Orleans, LA
28	One Flew Over the Cuckoo's Nest	Ken Kesey	1962	Salem, OR
29	The Bell Jar	Sylvia Plath	1963	New York, NY
30	Do Androids Dream of Electric Sheep?	Philip K. Dick	1968	San Francisco, CA
31	Fear and Loathing in Las Vegas	Hunter S. Thompson	1971	Las Vegas, NV
32	Breakfast of Champions	Kurt Vonnegut	1973	Midland City, IN*
33	The Killer Angels	Michael Shaara	1979	Gettysburg, PA
34	Song of Solomon	Tom Morrison	1977	Michigan
35	The Shining	Stephen King	1977	Estes, CO
36	Housekeeping	Marlyne Robinson	1980	Fingerbone, UT*
37	Confederacy of Dunces	John Kennedy Toole	1980	New Orleans, LA
38	The Color Purple	Alice Walker	1982	Hart County, GA
39	Ironweed	William Kennedy	1983	Albany, NY
40	Blood Meridian	Cormac McCarthy	1985	Texas
41	Middlesex	Jeffrey Eugenides	2002	Detroit, MI
42	The Namesake	Jhumpa Lahiri	2003	New York, NY

* Fictional town

© 2015 Hog Island Press. www.hogislandpress.com

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Элемент макета литературной карты по роману Е. Сосновского
«Апокриф Аглаи»



ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Элемент макета литературной карты по роману Е. Сосновского
«Апокриф Аглаи»

