

УДК 74
ББК 85.15
Г12

Габи, Мария Еленовна.

Г12 Как создать комикс : пошаговая инструкция / Габи. — Москва : Эксмо, 2024. — 160 с. : ил. — (Новая серия книг по рисованию от современных российских арт-блогеров).

ISBN 978-5-04-184821-7

Мечтаешь создавать собственные вселенные в формате комиксов, но не знаешь, с чего начать?

Если такие вещи, как выбор истории, сценарии, концепты персонажей, сториборды и выбор издателя, наводят панику — это руководство для тебя!

Автор книги Габи расскажет тебе обо всех тонкостях работы над комиксами и научит создавать собственные запоминающиеся истории.

УДК 74
ББК 85.15

ISBN 978-5-04-184821-7

© Габи М. Е. , текст, иллюстрации, 2024
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ. Об авторе	7
ГЛАВА 1. Подготовительная работа	8
Шаг 1. Цели	9
Шаг 2. Выбор истории	11
Шаг 3. Анализ целевой аудитории	12
Шаг 4. Анализ произведений конкурентов	16
Шаг 5. Печать или онлайн	17
Шаг 6. Материалы	19
Шаг 7. Площадки для размещения	20
ГЛАВА 2. Сценарий	26
Шаг 1. Литература для сценаристов	27
Шаг 2. Программы и инструменты для работы со сценарием	28

Шаг 3. Концепция и посыл истории	30
Шаг 4. Рабочее название	32
Шаг 5. Скелет сюжета	33
Шаг 6. Персонажи	35
Шаг 7. Подробный сценарий	45
Шаг 8. Фишками хорошего сценария	47
Шаг 9. Редактура сценария	52
Шаг 10. Фидбэк	54
ГЛАВА 3. Концепты персонажей и локаций	56
Шаг 1. Поиск референсов	57
Шаг 2. Концепты персонажей	60
Шаг 3. Концепты локаций	75
ГЛАВА 4. Раскадровка	78
Шаг 1. Общие правила	79
Шаг 2. Популярные стили раскадровки	88
Шаг 3. Размещение текста на страницах	94
Шаг 4. Немного о вёрстке	101

ГЛАВА 5. Материалы, облегчающие работу	106
Шаг 1. 3D	107
Шаг 2. Обработанные фото	113
Шаг 3. Болванки ракурсов персонажей	114
Шаг 4. Повторное использование материала	115
ГЛАВА 6. Отрисовка страниц	118
Шаг 1. Варианты отрисовки	119
Шаг 2. Этапы	119
Шаг 3. Системность и дедлайны	128
ГЛАВА 7. Обложки	129
Шаг 1. Общие правила	130
Шаг 2. Вёрстка обложки	133
ГЛАВА 8. Работа в команде	136
Шаг 1. Команда энтузиастов	137
Шаг 2. Команда на зарплате	138
Шаг 3. Ассистенты на зарплате	139

ГЛАВА 9. Печать комикса	140
Шаг 1. Работа с издательством	141
Шаг 2. Самиздат	143
ГЛАВА 10. Продвижение	149
Шаг 1. Интернет	150
Шаг 2. Интервью и подкасты	151
Шаг 3. Фестивали	152
Шаг 4. Встречи с читателями	153
ГЛАВА 11. Заработка	154
Шаг 1. Печать	155
Шаг 2. Фестивали, ярмарки и маркеты	155
Шаг 3. Монетизация на специализированных площадках	156
Шаг 4. Платные подписки	157
Послесловие и благодарности	158

ПРЕДИСЛОВИЕ

ОБ АВТОРЕ

Приветствую, дорогие читатели! Если вы держите эту книгу в руках, то, скорее всего, хотите создать собственный комикс, и я точно смогу вам помочь.

А кто, собственно, я? Я — Габи, автор и художница комикса «Привратники». Этим проектом я занимаюсь с 2019 года. На данный момент вышло уже больше 500 страниц, или целых 2 тома. Я не только рисую комиксы, но ищё очень люблю читать и рассказывать, как их делать. Весь путь, от поиска идеи до поиска издателя, я прошла самостоятельно, совершила много ошибок и набила неприличное количество шишек. Так что теперь мне хотелось бы поделиться своим опытом, чтобы вы могли избежать подобных проблем.

Сама я в процессе работы, разумеется, прочла много материалов. У многих из них есть большой недостаток — огромное количество лишней, а иногда и бесполезной информации. Мне приходилось пробираться через дебри бесконечных отступлений от темы и неструктурированность. А уж о том, чтобы найти грамотную пошаговую инструкцию по созданию комикса, и мечтать не приходилось.

Как говорится, хочешь сделать что-то хорошо — сделай это сам. Вот я и подумала: почему бы мне не написать подробное руководство? Да, определённо хорошая идея! Теперь оно перед вами, и, я надеюсь, поможет всем, у кого, как и у меня, есть мечта нарисовать комикс.

Приятного чтения и успешной работы над историей, мой дорогой читатель.

ГЛАВА 1

ПОДГОТОВИТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Чем бы вы ни собирались заняться, подготовка — важный этап. Конечно, можно его пропустить и начать сразу рисовать, но, пожалуйста, это вам аукнется. Хорошо выполненная подготовка поможет не только быстрее создать комикс, но и не наделать огромное количество ошибок.

Ко всему прочему, вы бы в любом случае занимались всем тем, что я опишу в этой главе. Только не в то время, а, например, когда половина работы уже проделана. Не лучший вариант развития событий, не так ли? Да и «подготовка» только звучит скучно, на самом деле каждый этап интересен по-своему.



ШАГ 1. ЦЕЛИ

Это покажется неочевидным, но первое, что вам нужно сделать — понять, зачем вы хотите создать собственный комикс. Вы стремитесь заработать, добиться популярности или рассказать историю, потому что не можете иначе?

Любая цель хороша, просто все они подразумевают разный подход к работе. Совершенно нормально хотеть, чтобы ваша история нашла своего читателя, но и комикс, нарисованный исключительно с целью заработка, может быть интересным и уникальным. Иногда один проект реализуется с несколькими целями, но для начала вам стоит выбрать одну.

- **Творчество.** Для многих комиксистов, особенно начинающих, самым главным является рассказать свою историю миру. Конечно, было бы здорово, если бы она понравилась многим, а если получится ещё и денег заработать, совсем прекрасно.

С этой целью у вас меньше всего ограничений, потому что вам можно не соблюдать вообще никакие правила, креативить и ни о чём не думать. Конечно, это не означает, что комикс получится хорошим, но он, скорее всего, будет нравиться вам.

Однако мало кто хочет творить в пустоту, а значит, неплохо было бы знать, как строить повествование таким образом, чтобы заинтересовать читателей. Да и в любом случае, чтобы нарушать правила, для начала их нужно знать.

- **Популярность.** Большой плюс современного мира — популярным может стать кто угодно. Материальное положение, образование, статус и место жительства стали малозначительными факторами в век интернета. Вы можете рисовать свою историю хоть сидя в деревне на три дома и быть весьма популярным комиксистом.

Однако у подобного явления есть обратная сторона — перенасыщенность рынка. Если вы один художник из сотни, то кто-нибудь да прочтёт ваш комикс. А если

ГЛАВА 1. ПОДГОТОВИТЕЛЬНАЯ РАБОТА

таких, как вы, тысячи, то может оказаться тесновато. И чтобы выбить своё место под солнцем, потребуется выдать не просто что-то читаемое, но и что-то необычное.

Так что если ваша цель — популярность, вам нужно понимать тренды, исследовать деятельность конкурентов, реагировать на фидбэк¹ читателей и активно продвигать себя. Всё это занимает огромное количество времени и сил, но иначе популярность или не придёт, или быстро сдуется.

- **Деньги.** Зарабатывать на комиксах нелегко, но всё же реально. Так что, если вы поставили перед собой такую цель, то нужно понимать, что трудиться придётся много.

Если мы говорим о получении денег, то нужно помнить, что популярность вам очень пригодится. Значит, для начала берём всё то, что я описала в предыдущем пункте, и добавляем то, что поможет получить прибыль.

Если мы говорим об издании вашего комикса, то нужно учитывать различные нюансы формат, объём, возрастной ценз, тематику и т. д.

Если о продажах в интернете — то нужно знать правила размещения материалов на разных площадках, способы вывода денег и общие варианты монетизации.

Подробнее о продвижении и монетизации творчества мы поговорим далее. Пока мне просто хотелось показать вам, что поставленная цель может полностью перевернуть ваш подход к созданию истории и что чем больше вы хотите получить, тем больше ограничений вас ждет.

¹ **Фидбэк** (англ. feedback) — обратная связь. Чаще всего под фидбэком подразумевают комментарии, отзывы и рецензии.

ШАГ 2. ВЫБОР ИСТОРИИ

Все мои знакомые комиксисты хранят в закромах не одну историю для воплощения, и вы наверняка не исключение. Как же выбрать из них ту, с которой начнётся ваша комикс-карьера? Ответ прост: она должна быть достаточно короткой и, желательно, вашей любимой.

С объёмом всё просто: чем меньше — тем быстрее вы подготовите материал. Огромное количество начатых комиксов навсегда остаются незаконченными, потому что их создатели не представляли, какое непаханое поле их ждёт.

Идеальное количество страниц для первого комикса — 50–100 (100–150 для печатного издания). Кажется, что это немного, но на них вы точно сумеете уместить интересную, а главное, законченную историю. Она сделает вас в ваших же собственных глазах полноправным художником-комиксистом. Да и трудиться над проектом, конец которого виден в обозримой перспективе, куда проще, чем над эпopeй, требующей пары-тройки жизней.

Хорошо, с объёмом разобрались, но брать самую любимую историю для первого раза? Кажется, слишком! На самом деле, нет.

Поверьте, интересных, захватывающих и уникальных рассказов вы придумаете ещё много, но надо с чего-то начать. Если взять для первого раза что-то не слишком вам интересное, то шансы дорисовать её устремлятся к нулю. Зачем работать над слабеньkim сюжетом, когда можно поразмышлять над самым лучшим в вашем списке?

*Вам нужен стимул, чтобы заниматься комиксом регулярно.
Самый очевидный повод день за день садиться за рисование — любовь к тому, что вы рисуете.*

Да, бывает так, что любимая история слишком длинная и явно не вписывается в 100 страниц, тогда можно попробовать сократить её. Если и это не выходит, то попробуйте взять ту, что занимает второе место в вашем топе. Главное, в процессе поисков не доехать до нижней позиции.

ШАГ 3. АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Ещё одна вещь, которую нужно определить до создания собственного комикса, — целевая аудитория¹. Потенциальные читатели, проще говоря.

Будет большим заблуждением считать, что ваш комикс станут читать все везде и сразу. Произведения, направленные на очень широкую аудиторию, существуют, но даже они имеют какую-то первоначальную ЦА, на которую ориентируются создатели. Так что и вам стоит проанализировать, кто ваши потенциальные читатели.

Два важнейших аспекта: **пол и возраст**. Они позволят выбрать пол и возраст персонажей, а также жанр.

К сожалению, мы всё ещё не живём в мире полного гендерного равенства, где истории о любви и фэнтези про попаданцев читают и мужчины, и женщины. Значит, стоит это учитывать.

Чаще всего пол главного героя (героев) совпадает с полом потенциального читателя. Если вы готовите комикс для всех, то им лучше сделать персонажа мужского пола. Как ни печально, женщины легко ассоциируют себя с мужчинами, а вот мужчины с трудом ассоциируют себя с героинями.

Если же у вас не одно главное действующее лицо, а команда, то остановитесь на гендерном разнообразии, чтобы каждый читатель смог найти своего «аватара» в произведении.

Стоит учитывать, что возраст главного героя (героев) должен быть приблизительно таким же, как у ЦА. Можно сделать основных персонажей чуть старше, особенно если мы говорим про детскую и подростковую группы, но не младше.

ИДЕАЛЬНОЕ
КОЛИЧЕСТВО
СТРАНИЦ ДЛЯ ПЕРВОГО
КОМИКСА – 50-100 (100-
150 ДЛЯ ПЕЧАТНОГО
ИЗДАНИЯ).

¹ **Целевая аудитория (ЦА)** — термин, изначально появившийся в маркетинге, он используется для обозначения группы людей, объединённых какими-либо общими характеристиками.

ШАГ 3. АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Кроме того, можно подумать, какой жанр вы хотите выбрать. Не секрет, что женщины средних лет охотнее читают любовные романы, чем мальчики-подростки. И таких примеров немало.

Кстати, маленький **совет**: по возможности, пишите историю про тот пол и возраст, который вам близок и понятен. Это не панацея, но двадцатилетней студентке будет куда проще создать подростковый комикс про девочек-волшебниц, чем грузный «взрослый» детектив про стареющих мужчин-следователей с кризисом среднего возраста.

Возвращаемся к теме.

Разумеется, пол и возраст не единственные параметры ЦА. Ими ещё могут быть интересы, место жительства, род занятий.

Для примера: если вы собираетесь вписывать в комикс свой национальный колорит, то ЦА — ваши соотечественники. Подумайте о подобных отличительных особенностях и оцените, может быть, стоит что-то изменить, чтобы точнее попасть в выбранную аудиторию?

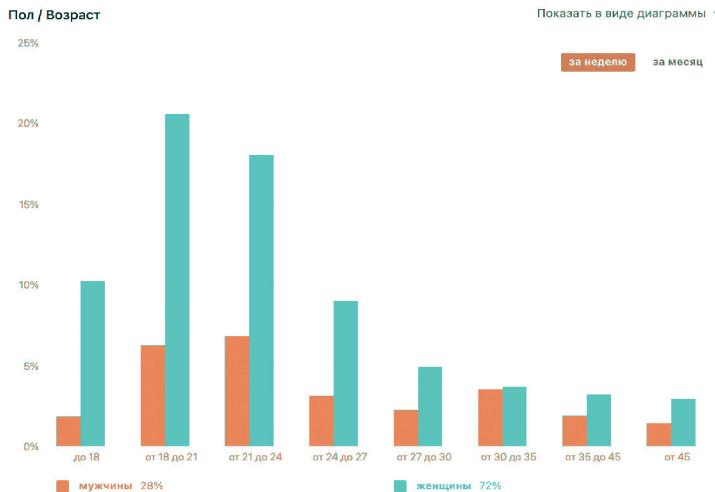
Вот ещё некоторые возможные параметры для анализа ЦА:

- Пол
- Возраст
- Национальность
- Страна
- Образование
- Семейное положение
- Уровень дохода
- Религиозные убеждения
- Жизненная позиция
- Ценности
- Интересы
- Образ жизни
- Кумиры

Следует помнить, что поиск и анализ вашей ЦА никогда не заканчивается. Это скорее процесс, нежели результат. Во время работы над комиксом и демонстрации фрагментов вашего проекта в социальных сетях наблюдайте за тем, кто именно интересуется им. Некоторые сайты и приложения предоставляют вам статистику просмотров и другие данные.

На стр. 14 я привела статистику собственной группы в ВК и хочу на примере показать, как можно проанализировать полученную информацию.

ГЛАВА 1. ПОДГОТОВИТЕЛЬНАЯ РАБОТА



География Сутки Неделя Месяц **Всё время** В виде графиков

страна	количество
Россия	85.27%
Беларусь	4.77%
Казахстан	3.18%
Украина	0.75%
Германия	0.70%
Другие	5.33%



город	количество
Москва	27.42%
Санкт-Петербург	17.13%
Новосибирск	4.37%
Екатеринбург	3.90%
Минск	3.81%
Другие	43.37%



Охват устройств

Сутки Неделя Месяц **Всё время**

устройства	количество
Просмотры с мобильных	94.05%
Просмотры с компьютеров	5.95%



Пример:
статистика
сообщества
ВКонтакте

- 1. Пол и возраст.** Как видите, меня преимущественно читают молодые женщины. Отлично, значит, главная героиня моего комикса — женщина. Основные возрастные группы от 18 до 21 года и от 21 до 24 лет. Опять же, точное попадание, так как Кей (так я назвала героиню) 22 года.
- 2. География.** Для моей истории она совершенно не важна, поскольку действие происходит в мире, хоть и похожем на наш, но почти не касается повседневности. Основные события сконцентрированы в фэнтезийных локациях.
- 3. Устройства.** Неочевидный, но очень важный для комиксистов пункт. Больше 94% моих подписчиков читают комикс с телефона, а значит, я должна ориентироваться на это при создании страниц: выбирать шрифт, который легко прочесть на телефоне без приближения, и не мельчить с деталями.

Иногда статистика может оказаться неожиданной, и вы узнаете, что вашим комиксом интересуется совершенно не та аудитория, на которую вы рассчитывали. В этом нет ничего страшного, наоборот, вы сможете корректировать работу, ориентируясь на новые данные.

В идеале, конечно, выбирать историю и анализировать ЦА стоит параллельно, потому что они неразрывно связаны. Жанр произведения зависит как от первоначальной идеи, так и от потенциальной аудитории. Возможно, вы подкорректируете жанр или героев, а может быть, постараетесь выделить ту ЦА, которой понравится изначальная концепция, и подберёте какие-то элементы уже под неё.

Ну и, разумеется, мне стоит уточнить, что всё это — советы для более эффективной «продажи себя», и нацелены они скорее на тех, кто хочет популярности или прибыли. Знание собственной ЦА поможет вам не только в создании произведения, но и в рекламе. Ни один даже самый крутой комикс не может существовать без рекламы, а реклама на слишком широкую аудиторию — пустая трата денег. Так что не поленитесь и составьте портрет своего читателя ещё до непосредственной работы над комиксом.

ШАГ 4. АНАЛИЗ ПРОИЗВЕДЕНИЙ КОНКУРЕНТОВ

Когда мы говорим об анализе комиксов конкурентов, то снова возвращаемся к бизнесу и маркетингу. Он нужен для понимания рынка, разработки стратегии и позиционирования продукта, корректировки цен и эффективных рекламных кампаний. Всё это необходимо для того, чтобы ваш продукт заметили и купили.

С комиксами всё примерно так же. Даже если вы не планируете зарабатывать на своём произведении, внимание читателей — та же плата. Время и силы человека ограничены, а значит, за них придётся побороться.

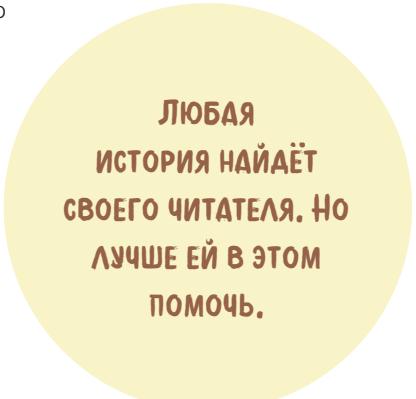
Да, все мы знаем, что лайки в интернете мало того что бесплатные, так ещё и безлимитные, но вот только пользователь не может потреблять информацию бесконечно. Найдя похожие комиксы, интересующие его, он просто выберет тот, что покажется интереснее. Им должен оказаться ваш. Так что пора читать комиксы конкурентов!

Открывайте все сайты, где люди выкладывают материалы, и ищите максимально похожие на ваши.

На специализированных порталах (Авторский комикс, Webtoon, Tapas) всё просто: заходите в раздел с нужным жанром и читаете десятку популярнейших. В соцсетях немного сложнее, придётся искать комиксы по одному и собственноручно отбирать по жанрам.

После того как вы насмотрелись отличных комиксов в вашем жанре, обратите внимание на комментарии. Фидбек от читателей очень важен, и он тоже поможет вам в анализе конкурентов.

Далее составьте для себя табличку с двумя колонками. В первую выпишите те решения, что показались вам удачными, а во вторую — недостатки прочитанных комиксов.



ЛЮБДЯ
ИСТОРИЯ НАЙДЁТ
СВОЕГО ЧИТАТЕЛЯ. Но
ЛУЧШЕ ЕЙ В ЭТОМ
ПОМОЧЬ.