

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| <i>Если вы заблудились, эта книга укажет путь</i> | 5 |
| Введение 1: «Всем, кто идет по сложному пути автора» | 14 |
| Введение 2: «Авторам, которые боятся писать» | 17 |
| 1 ГЛАВА. ПОНИМАНИЕ ВЕБТУНОВ | 20 |
| 1. Понимание вебтунов | 22 |
| 1) <i>В чем смысл вебтунов?</i> | 22 |
| 2) <i>Комикс vs. вебтун: в чем разница?</i> | 24 |
| 3) <i>Комикс и вебтун — разный способ подачи</i> | 25 |
| 4) <i>Комиксы для интернет-площадок</i> | 29 |
| 5) <i>Почему вебтуны выпускали бесплатно</i> | 31 |
| 6) <i>Как отличить комикс от вебтуна?</i> | 34 |
| <i>ТИП: Вебтун с другим содержанием</i> | 35 |
| <i>Проблема автора: вебтун как оригинальное</i> <i>и как второстепенное произведение</i> | 36 |
| <i>Дополнительная информация:</i> <i>Вебтуны в виде дорам, фильмов и игр</i> | 38 |
| 2. Откуда берутся авторы и читатели вебтунов | 40 |
| 1) <i>Авторы, публиковавшие вебтуны на личных страницах</i> | 40 |
| 2) <i>Вебтуны первого поколения</i> | 41 |
| 3) <i>Авторы вебтунов из издательств</i> | 44 |
| 4) <i>Автор — это жанр</i> | 46 |
| 5) <i>Вебтуны как развлечение</i> | 47 |
| 6) <i>Активные читатели, которые кайфуют</i> <i>от включенности и общения</i> | 49 |
| <i>ТИП: является ли вебтун снек-культурой?</i> | 51 |
| <i>Проблема автора: Вебтун как устойчивая культура</i> | 52 |

| | |
|--|-----|
| 2 ГЛАВА. СМЫСЛ ИСТОРИЙ ВЕБТУНОВ | 56 |
| 1. Смысл содержания | 58 |
| 1) Что значит понятие <i>смысл истории?</i> | 58 |
| 2) Почему я сочиняю истории?..... | 59 |
| 3) Продолжаю беспокоиться о том, как стать писателем..... | 61 |
| <i>Ответы современных писателей: «Почему я рисую вебтуны?»</i> | 64 |
| 4) Причины создания комиксов меняются..... | 72 |
| <i>ТПР: Создайте собственный мир</i> | 74 |
| <i>Проблема автора: Почему я?</i> | 75 |
| 2. Что нужно для интересных историй | 76 |
| 1) Все любят истории..... | 76 |
| 2) Что такое «интерес»?..... | 77 |
| 3) Больше всего людей интересует их собственное «Я»..... | 78 |
| 4) История, в которую влюбляешься, хотя она ненастоящая | 79 |
| 5) Люди хотят расширить жизнь при помощи историй..... | 81 |
| 6) У великих историй есть общая тема | 82 |
| 7) Что общего у интересных историй? | 84 |
| 8) Как сделать главного героя действительно главным? | 86 |
| 9) История должна быть современной: | |
| <i>«У современных героев вебтунов есть желания?»</i> | 87 |
| <i>ТПР: Принципы создания историй</i> | 89 |
| <i>Проблема автора: Что такое история?</i> | 94 |
| Дополнительная информация: | |
| <i>История — след воли: посмотрим на «Башню бога»</i> | 95 |
| 3. Сюжет и события | 97 |
| 1) К условиям хорошей истории относятся: | |
| <i>краткое содержание, сюжет и события</i> | 97 |
| 2) Разница между историей и сюжетом..... | 101 |
| 3) Переосмысление сюжета..... | 103 |

| | |
|---|-----|
| 4) Всегда хочется новых сюжетов | 104 |
| 5) Как отличить сюжет от общих событий | 105 |
| 6) Методика изучения писательского мастерства | 107 |
| ТИР: используйте клише | 111 |
| Проблема автора: изменение клише | 116 |
| 4. Тема | 117 |
| 1) Тема определяет финал | 117 |
| 2) Тема — авторская позиция | 119 |
| 3) Один и тот же материал можно передать по-разному | 120 |
| 4) Продолжайте снова и снова задавать вопрос: «Какая у меня тема?» | 121 |
| 5) Ментор для темы: что такое временная тема | 124 |
| 6) Вопросы, которые важны для меня, важны для всех | 125 |
| ТИР: Если тема слишком сильная, она превращается в пропаганду | 128 |
| Проблема автора: Каждому есть что рассказать | 130 |
| 5. Персонажи | 131 |
| 1) Связь между пониманием людей и созданием персонажей | 131 |
| 2) Два ингредиента, которые заставят читателя сопереживать главному герою | 132 |
| 3) Не путать: солидарность, основанную на опыте, и удовольствие, получаемое через сопереживание персонажу или ситуации, которыми восхищается читатель | 134 |
| 4) Есть различия между привлекательными персонажами | 135 |
| 5) Понимание людей происходит через наблюдение | 141 |
| 6) Понять страхи и желания персонажа | 142 |
| 7) Давайте узнаем, как создать типичного персонажа | 144 |
| 8) Давайте присмотримся к людям вокруг | 146 |
| 9) Давайте узнаем о типологии личности и о том, как прописать характер | 148 |
| ТИР: Понять желания персонажей | 154 |

| | |
|--|-----|
| <i>Проблема автора: Времена меняются, манера изображения персонажей — тоже</i> | 155 |
| <i>Проблема автора: абсолютно злые персонажи — можно ли почувствовать их обаяние без сопереживания</i> | 156 |

ГЛАВА 3. СБОР МАТЕРИАЛОВ, СТРУКТУРА, ТРИТМЕНТ, ПОСТАНОВКА..... 160

| | |
|--|-----|
| 1. Сбор материала | 162 |
| 1) <i>С чего начинается сбор материала?</i> | 162 |
| 2) <i>Что такое сбор материала и зачем он нужен?</i> | 164 |
| 3) <i>Начать собирать материал заранее — полезно для работы</i> | 165 |
| 4) <i>Давайте подходить к предварительному сбору материала легко, а к основному — серьезно</i> | 166 |
| 5) <i>Сколько материала нужно собрать</i> | 169 |
| 6) <i>Как проводить интервью с экспертами</i> | 170 |
| <i>ТПР: Материалы по «Доктору Фросту»</i> | 175 |
| <i>Проблема автора: практика сбора материала</i> | 178 |
| 2. Структура | 179 |
| 1) <i>Как продумать историю</i> | 179 |
| 2) <i>Разница между читателем и автором</i> | 180 |
| <i>Практика: рассмотрим историю «Кунг-фу панды»</i> | 181 |
| 3) <i>Основная структура истории, событий</i> | 185 |
| 4) <i>Поставим книгу «событие» на полку «конструкция»</i> | 186 |
| 5) <i>Давайте проанализируем структуру фильма из трех глав</i> | 187 |
| 6) <i>Давайте посмотрим на структуру из трех частей и 12 этапов пути героя</i> | 189 |
| 7) <i>Что такое «сюжетная точка»</i> | 192 |
| <i>ТПР: 12 этапов пути героя</i> | 193 |
| <i>Проблема автора: сюжетная арка</i> | 195 |
| <i>Практика: 12 этапов пути героя в первой части «Гарри Поттера»</i> | 197 |

| | |
|---|-----|
| 3. Тритмент | 200 |
| 1) Тритмент — план завершения истории..... | 200 |
| 2) Давайте придумаем историю: рассказ о X, начинающем авторе вебтунов | 202 |
| <i>Проблема автора: создание тритмента в структуре из трех глав</i> | 230 |
| 4. Постановка | 231 |
| 1) Постановка — конкретная история, которую можно уловить | 231 |
| 2) Чем и как вы можете управлять..... | 233 |
| 3) В начале постановки всегда переживания | 234 |
| 4) Основной элемент постановки вебтунов — кадр..... | 234 |
| 5) Давайте контролировать процесс постановки с помощью размера, угла и расстояния..... | 239 |
| 6) Разница между бумажными комиксами и вебтунами..... | 243 |
| 7) Почему научиться постановке так сложно | 243 |
| 8) Спич-бабблы, которые притягивают взгляд..... | 244 |
| 9) Как приглашать читателей в сцену разговора..... | 246 |
| 10) «Контраст» в экшн-сценах: действие и реакция..... | 250 |
| <i>ТИР: работа с эскизом предполагает доработку</i> | 251 |
| <i>Проблема автора: как создать структурированное изображение</i> | 253 |

ГЛАВА 4. ПОДГОТОВКА К ПУБЛИКАЦИИ

| | |
|---|-----|
| 1. Создаем план | 256 |
| 1) Автору тоже нужен план | 256 |
| 2) Что нужно для создания плана..... | 258 |
| 3) План — это | 260 |
| 4) План также имеет формат | 263 |
| <i>ТИР: Образец плана</i> | 275 |
| <i>Проблема автора: Упорядочить идеи в план</i> | 277 |

| | |
|---|-----|
| 2. Методы и принципы дебюта | 278 |
| 1) Повестка платформы со временем меняется..... | 278 |
| 2) Вы должны знать издателя..... | 279 |
| 3) Что нужно подготовить при работе с агентством..... | 281 |
| 4) Существуют разные способы дебюта автора..... | 282 |
| 5) Как зарабатывать автору вебтунов..... | 289 |
| 6) Что нужно знать при встрече с ответственным лицом..... | 293 |
| ТТР: Любопытные заметки о публикации..... | 297 |
| Проблема автора: ответственность и влияние..... | 300 |
| | |
| Эпилог: Нужно ли действительно беспокоиться о стольких аспектах, чтобы стать автором вебтунов?..... | 302 |
| | |
| Особое приложение 1: Рабочий процесс автора вебтуна «Доктор Фрост» Ли Чонбома..... | 304 |
| | |
| Особое приложение 2: История, которую могут рассказать только вебтуны..... | 314 |



ПОНИМАНИЕ ВЕБТУНОВ

«Что такое вебтун?», «Вебтун и комикс — одно и то же?», «Почему вебтуны вертикальные?» Если вы поклонник вебтунов или начинающий автор, возможно, у вас возникали похожие вопросы. Вероятно, вы относились к ним небрежно, поскольку считали, что изучение творческих техник важнее. С появлением вебтунов культура и индустрия комиксов мгновенно изменились. В современном мире, где общество, культура, наука и технологии ежедневно меняются, крупные изменения могут происходить сколько угодно раз. Автор вебтунов должен уметь гибко реагировать на трансформации. Если вы понимаете, что такое вебтун, то у вас будет меньше преград на пути становления автора. Чтобы помочь вам понять вебтун, мы рассмотрим их общую концепцию и различные характеристики. Как только вы поймете, какое место в мире занимает вебтун, работа автора станет для вас более понятной.

1. ПОНИМАНИЕ ВЕБТУНОВ

1) В ЧЕМ СМЫСЛ ВЕБТУНОВ?

Большинство начинающих авторов сосредотачиваются на технике, а не на создании хорошей истории. Как научиться хорошо рисовать? Как использовать цифровые инструменты? И только после, столкнувшись со сложностями создания истории, они в спешке бросаются штудировать учебные пособия на эту тему. Мои переживания о том, что и почему я хочу показать через комиксы, а также общий смысл их создания отошли на второй план.

Вы можете стать автором вебтунов, не зная, что это такое, откуда они возникли и почему стали популярны в Корее. Однако, если вы все же разберетесь в этом и приобретете соответствующие знания, то избавитесь от многих забот и бремени, которое ляжет на ваши плечи, как только вы станете автором вебтунов.

Понимание вебтуна — не только вопрос терминологии. Скотт Макклауд, автор книги «Понимание комикса», определяет «комикс» через словарное значение, а также понятия, основанные на исследованиях различных ученых, истории изображений и средств массовой информации. Все это помогает правильно понять значение комиксов. «Понимание комикса» — настольная книга для тех, кто хочет побольше узнать об этом жанре. Чтобы дать определение комиксам, автор пользуется различными теориями, связанными с историей, культурой и обществом.

Понимание вебтунов

Это непростая книга, но ее стоит прочесть, если вы хотите глубже разобраться в теме.

Комикс — это сопоставленные в определенном порядке графические и прочие изображения, призванные передать информацию и/или вызвать у зрителя эстетический отклик.

Скотт Макклауд

До Скотта Макклауда известный американский комиксист Уилл Айснер также дал определение комиксам в журнале «Комикс и последовательное искусство». Оно короче, но более комплексное, чем определение Макклауда.

Комикс — это последовательное искусство (sequential art).

Уилл Айснер

Рождение вебтунов тесно связано с изменениями в корейском обществе и культуре. Чтобы понять, какие изменения произошли, нужно изучить социальную культуру до создания вебтунов и комиксов, которые являются прародителями жанра. Благодаря этому мы сможем расширить наш взгляд на то, что окружает вебтуны, и на общество, в котором мы (авторы и читатели) живем. Кроме того, вы сможете более четко реагировать на различные изменения на вашем пути автора. Но главное, в результате у вас появится собственная точка зрения и видение.

По мере того, как меняются средства массовой информации, а также общество и культура, меняется и содержание вебтунов. Это происходит, потому что контент — побочный продукт изме-

нений в обществе. Скорость этих изменений в эпоху цифровых технологий, в которой мы живем, настолько велика, что ее невозможно сравнить с эпохой бумажных комиксов в прошлом. Однако бояться этого не нужно. Мир имеет тенденцию показывать больше тем, кто проявляет настойчивость.

Ожидается, что читателями этой книги будут действующие или начинающие авторы, или читатели, которые очень любят вебтуны, а также продюсеры и операторы, которые отвечают за выпуск и экранизацию произведений. Вы можете быть и искателем приключений, который исследует совершенно разные области культуры и искусства с помощью комиксов и вебтунов. Так или иначе, перед вами несколько дверей. Не лучше ли посмотреть за каждую дверь и открывать их постепенно, чем просто слепо распахнуть любую? «Вебтуны. Полное руководство по созданию, оформлению и продвижению вашей истории» — это путеводитель, в котором рассказывается, какую дверь стоит открыть и что скрывается за каждой.

2) КОМИКС VS. ВЕБТУН: В ЧЕМ РАЗНИЦА?

В свободное время люди потребляют разнообразный контент. Большая часть информации — из Интернета. Одни читают вебтуны или потребляют ролики на YouTube, другие играют в мобильные игры или смотрят сериалы. По мере распространения мобильных устройств и беспроводного Интернета стал активно распространяться веб-контент, который удобно просматривать, например, во время поездки или ожидания.

Вебтуны также представляют собой веб-контент, возникший на этой социально-культурной основе. Они молниеносно превратились из репрезентативного корейского веб-контента в явление, известное по всему миру. До конца 1990-х люди считали, что комиксы всегда будут на бумаге, однако всего за 20 лет произошли удивительные перемены. Комиксы не исчезли, а перебра-

лись в Интернет, где по-прежнему пользуются любовью публики. Сегодняшние читатели-подростки больше знакомы с вебтунами, чем с бумажными комиксами. Однако при этом есть мнение, что комиксы и вебтуны — пример культуры разных поколений.

Комиксы и вебтуны похожи, но при этом совершенно разные. Вебтун (*webtoon*) — сложное слово, состоящее из слов *web* — интернет и *cartoon* — мультфильм². Если отталкиваться от терминологии, нельзя сказать, что между комиксами и вебтунами есть четкая разница. Однако она существует. Наиболее очевидное отличие — платформа (*platform*) (*примечание 1*). Основным носителем комиксов была бумага. Оригинальный рисунок, созданный художником на бумаге, был распечатан, скопирован, а затем представлен читателям в формате книги.

Журналы и книги были основной платформой для распространения комиксов среди читателей. Такие журналы, как «Остров сокровищ», Wink и Sonyeon Champ, благодаря восторженной поддержке читателей положили начало золотому веку корейских комиксов в 80-х и 90-х. А вот большинство авторов вебтунов создают свои работы в цифровом формате и представляют на мониторах компьютеров или экранах смартфонов на онлайн-платформах, а не в книгах. В отличие от комиксов на аналоговых носителях (например, книгах), вебтуны существуют только в цифре, а не как физический объект. По сравнению с комиксами вебтуны имеют меньшую первоначальную ценность и смысл. Таким образом, у обоих есть явные различия в творческой среде и платформах, на которых они встречаются с читателями.

3) КОМИКС И ВЕБТУН – РАЗНЫЙ СПОСОБ ПОДАЧИ

Ключевая причина, по которой мы по-разному воспринимаем комиксы и вебтуны, кроется в быстрых изменениях социальной

² Или же комикс, так как корейское слово «манхва» означает как анимационный фильм (мультфильм), так и комикс на бумажном носителе. — *Прим. ред.*

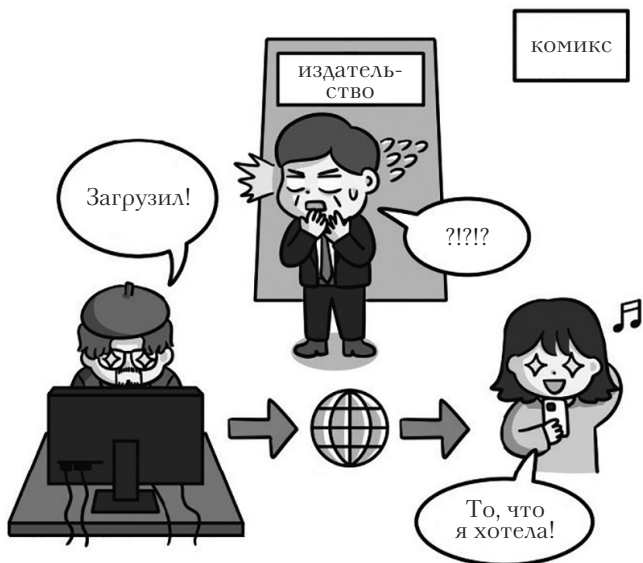
медиасреды и культуры в начале 2000-х, когда появились первые цифровые произведения. Число журналов, специализирующихся на комиксах, значительно увеличилось в 1980-е, а к 1990-м их ассортимент еще больше расширился и стал ориентироваться на читателей разных поколений. Это был золотой век комиксов, когда они печатались не только для учащихся средних и старших классов, но и для учеников начальной школы и взрослых.

Были и ограничения. Количество журналов увеличилось, но число художников было ограничено. Внутри этой системы у авторов не было другого выбора, кроме как создавать сразу несколько работ и публиковать в нескольких журналах. Например, говорят, что художник-комиксист Ким Сучжон, который был популярен в 80-х и 90-х благодаря комиксу «Маленький динозавр Дули» (*примечание 2*) в свое время сдавал в печать до 16 эпизодов в месяц.

Кроме того, в 1998 году в рамках политики открытости японской поп-культуры были официально импортированы японские комиксы. Из-за недостаточного количества авторов по сравнению с потребностями читателей журналы, которые ранее работали в ограниченной системе, использовали эту возможность, чтобы открыть японскую культуру и посвятить значительное количество страниц японским, а не корейским комиксам. По этой причине в 90-х корейская индустрия комиксов расширилась количественно, но ее большую часть заняли японские комиксы.

Бумажные комиксы публиковались редакционным отделом. Команда рассматривала произведения, которые планировались к изданию, и принимала решение, пропускать их дальше или нет. Писателям было сложно полностью контролировать свою работу, а читатели пассивно потребляли комиксы, отобранные редакцией. Коммуникация между авторами и читателями не осуществлялась без посредничества издательства. В то время большинство потребителей комиксов были учениками средних

Понимание вебтунов



и старших классов, поэтому в основном произведения представляли собой школьные драмы (*примечание 3*) с участием персонажей среднего или старшего школьного возраста. Конечно, и тогда читатели хотели видеть произведения самых разных жанров.

Новые возможности предоставило расширение Интернета под руководством правительства. Рынок переживал кризис, поскольку подростки, которые были основными читателями комикс-журналов, начали искать развлечения в Интернете, а не в комиксах. Издания, отставшие в конкурентной борьбе за внимание, не смогли успешно обосноваться в Интернете. Им на смену пришла культура онлайн-досок объявлений, созданная самими пользователями. Люди записывали свои истории на отдельных форумах, иногда снабжая картинками.

Пользователи сети 2000-х, которые провели за просмотром мультфильмов свою юность в 1980–1990-х, стали взрослыми и теперь использовали знакомые мультфильмы как средство общения в новой интернет-среде. Они прекрасно знали, что картинками можно эффективнее и легче передать историю. Выросшие на комиксах, они интуитивно понимали, как сделать так, чтобы это выглядело как мультфильм, и какими должны быть его элементы. И создатели (пользователи сети, создающие комиксы), и потребители (пользователи сети, читающие комиксы) остались довольны новым методом коммуникации.

Комические высказывания писателей-любителей, неожиданно получившие большой отклик, переросли в комикс с использованием коротких сюжетов из повседневной жизни. Так появились «эссе-комиксы» (*примечание 4*) и «дневники-комиксы» (*примечание 5*). Поскольку их авторы не были профессиональными писателями, в отличие от профессиональных художников, они не ограничивались существующими методами создания комиксов, и никто не мог заставить их рисовать определенным способом. Они сосредоточились на том, что хотели сказать, используя