الفصل الحادي عشر

تستحق أن تربح

نظرة عامة

في هذا الفصل سوف تعود إلى آليات العملية. سوف تعرف أين وكيف ترسل نسخ النص الدرامي الذي تكتبه. وسوف تعرف ما يحدث عند مقابلتك للعميل. سوف نذكرك بأهمية توجهك. وسوف تعلم أن بيع النص يمكن أن يتطلب المزيد من الطاقة الابتكارية كما حدث أثناء الكتابة تمامًا. كما ستتعلم كيف تتعامل مع "الرفض" القاطع بأفضل طريقة وكيف تتقبل التغذية الراجعة وكيف تنطلق من تلك النقطة.

أين ترسل النص الدرامي – حسب بطاقة الدعوة – وكيف ؟

إذا تحدثنا هنا عن استخدام نصك الدرامي كمثال صرف لعملك، إذاً فإن إجابة السؤال "أين ترسله؟" في غاية البساطة. لابد أن تعرف مسبقًا أي نوع من البرامج ستكتب له. ولتعرف بالضبط أين سترسل النص، أنظر إلى التترات الأخيرة للبرنامج، أو الق نظرة على بعض المراجع مثل المرجع السنوي للمؤلفين والفنانين. كما أن لمؤسسة BBC موقعًا على الإنترنت.

إذا خشيت من ضياع نسخة النص عند إرسالها بالبريد، يمكن أن تتصل بالتليفون

مباشرة. قل فقط لأي فرد يرد عليك إن لديك نصًا دراميًا تريد إرساله (أذكر اسم البرنامج) ثم اطلب الاسم والعنوان الصحيحين. كن دائمًا متفائلاً وصبورًا. وإذا تحدثت مع شخص قد يقول لك : "آسف، إننا نقبل النصوص التي ترسل لنا من خلال وكيلنا المعتمد"، في تلك الحالة لا تقل : "حسنًا، على رسلكم." ثم تغلق خط التليفون، بل قل مثلاً : "نعم كنت أعتقد أنه يمكنني الاتصال بكم مباشرة خاصة وأنني مؤلف جديد. إن لدي نصًا سيعجبكم وأود أن تمنحوني شيئًا من الاستثناء".

ثم ارسل النص بأية وسيلة رغم كل ما أبلغوك به، أي أنهم لا يقرأون إلا النصوص التي ترسل لهم عن طريق وكلائهم. ثم اكتب رسالة موجزها وأرفقها مع النص كما يلي مثلاً :

السيد الفاضل (اسم المرسل غليه)

مرسل لكم نسخة مرفقة من النص الدرامي التليفزيوني (تذكر اسم النص) كمثال على العمل الذي أنجزته مؤخرًا. آمل أن ينال إعجابكم، وأن تقبلوني مؤلفًا جديدًا لمسلسلاتكم.

مع وافر تحياتي

التوقيع

أين ترسل النص الدرامي – حسب تخطيطك – وكيف ؟

ربما تتعقد الأمور مع النص الذي تصبو إلى إرساله. أول شئ يجب أن تفهمه هو أن البنية الأساسية للإنتاج التليفزيوني معقدة جدًا. فليس هناك ما يسمى "قسم الدراما التليفزيونية" أو "قسم النصوص الكوميدية التليفزيونية""و حيث يمكن أن ترسل له

النص الدرامي مباشرة.

إن صناعة السينما تتألف من العديد من الشركات التي تتمتع بامتيازات البرمجة مثل مؤسسة BBC وشركة غرناطة Granada والقناة الرابعة والخامسة وغيرها، وهي مؤسسات وشركات منتجة للعديد من القنوات التجارية. وتلك الشركات تتنافس مع بعضها، كما أنها بمداخل عديدة للشاشة التليفزيونية. ،إذا ما أعجبها نص من النصوص تشتريه فورًا لأنها تعلم أن ذلك النص لابد أن يذاع.

مع ذلك، فمن الخطأ أن ترسل نسخة إلى مؤسسة BBC ونسخة أخرى إلى شركة منتجة لها، ولكن كن على استعداد لأن تتخذ أساليب مختلفة. إن ميزة التعامل مع الشركات الكبرى مباشرة هي أنك يمكن أن تحصل على الرد بسرعة، كما أنها دائمًا ما تعمل على تشجيع المؤلفين الجدد. أما ميزة التعامل مع الشركات الصغرى فهي أنها أحيانًا ما تكون على استعداد لعمل بعض التغييرات على النص المرسل لها حسب تعامل الشركات الكبرى مع نوعيات البرامج. أما الرسالة التي سترسلها (كما ذكرت من قبل) يمكن أن يكون هكذا :

السيد الفاضل (اسم المرسل غليه)

أرجو أن تطلعوا على النص الدرامي التليفزيوني (اسم النص) – نص لثلاثين دقيقة – المرفق لمسلسل كوميدي تليفزيوني يعرض لديكم (أو مسلسل درامي أو غيره).

ستجدون النص مناسبًا لكم ومليئًا بالأحداث التي سوف تنال إعجابكم، وإني على استعداد إرساله عند الطلب.

مع وافر تحياتي التوقيع

أحيانًا ما تضطر إلى أن تكون مبدعًا عند محاولتك بيع النص الدرامي الذي قمت بتأليفه. لابد أن تكون متحمساً ولا تتوقع عن محاولاتك، كما لابد أن تقبل الهزيمة. وتذكر أنك ما زلت في بداية الطريق و لا تنسي أن تستخدم دليل التليفون أو المجلات أو المرجع للوصول إلى العناوين الصحيحة.

تذكر	• استخدم أساليب مختلفة مع الشركات التليفزيونية وعملائها على أن تكون تلك الأساليب بسيطة واحترافية. • استخدم البريد العادي. • تابع إرسال النص من خلال البريد الإلكتروني.

التعامل مع الوكلاء كمؤلف جديد

ثم أمر آخر وهو التعامل وكلاء الشركات. ولكن تلك الخطوة تعتبر الأقل فاعلية خاصة في تلك المرحلة لأن الوكلاء الناجحين ليسوا باحثين موهوبين. فهم عادة ما يمثلون المؤلفين الذين يعملون فعلاً كمحترفين في بعض المجالات، حيث ينحصر دورهم في التفاوض بشأن التعاقدات وغيرها وليس للمساعدة في عقد الصفقات. عمومًا من الأفضل أن تتصل بالتليفون أولاً. ولابد أن تكون أمينًا مع وكيل الأعمال.

إذا كمنت لا تثق في استخدام المكالمات التليفونية، فاكتب للوكلاء المعتمدين لتحكي لهم عن النص الذي قمت بتأليفه، ولكن لا ترسل النص الفعلي للوكيل إلا إذا طلب منك ذلك. وبما أن الوكلاء المعتمدين يرغبون في معرفة المزيد عن المؤلفين، أكثر

من معرفتهم عن النص الدرامي ذاته، فاكتب لهم عن طموحاتك. أكتب لهم أيضًا عن نجاحاتك التي أحرزتها وعما تود أن تفعله في المستقبل.

لا تنتظر الإجابة

أذكر أنني سمعت عن قصة تدور حول كاتب شهير وقف ذات مرة ليدلي بحديث في مؤتمر للكتاب والمؤلفين وقال : "جئت إلى هنا لإخباركم كيف تصبحون كتابًا ومؤلفين، اذهبوا إلى منازلكم واشرعوا في الكتابة." ثم جلس مرة أخرى. ربما تكون تلك القصة مختلقة ولكنها تحمل بين سطورها الحقيقية كاملة.

نعم هناك بعض الأساليب الفنية التي يمكن أن تتعلمها،و إلا لما كنت اتخذت قرارًا بتأليف هذا الكتاب، ولا كنت قد أقمت ورش عمل لتلامذتي. تخيل أحد المرشحين لوظيفة وقد كتب خطابًا واحدًا ثم ينتظر بصبر طويل أية إجابة قبل كتابة خطابات لبعض الجهات الأخرى. إن الأمر ليس بهذا الشكل. فلحظة أن تنتهي نم كتابة نصك الدرامي وإرساله إلى العديد من الناس إلى العديد من الناس كأمر ضروري بالنسبة إليك، لابد أن تنسى أنك انتهيت عند النص وأن تشرع في كتابة نص جديد.

ربما تقضي عدة أيام أو عدة أسابيع وأنت تستمع بإنجازك هذا... فهذا ما كنت تصبو إليه لعدة سنوات. إنك تستحق التقدير لذلك الإنجاز. ومع ذلك لا تنسى أبدًا أن يظل إبداعك وابتكارك على أهبة الاستعداد. ربما يستغرق الأمر أسابيع عديدة – إن لم يكن مشهورًا عديدة – لكي يصلك رد واحد. وفي خلال تلك الفطرة ربما تنخفض روحك المعنوية نوعًا ما إذا كنت تعلق على أول عمل لك أملاً كبيرًا.

في هذه الحالة، انظر ماذا يمكن أن تفعل. تقبل أنك ما زلت تتعلم، وإنك مبتدئ، تحاول أن تصنع لك بصمة في السوق. تذكر أنه لا يوجد أحد على ظهر البسيطة قد

حقق إنجازاً كبيراً عند أول محاولة له. إن الكتاب والمؤلفين الجدد تتاح لهم الفرص طوال الوقت، وعليك فقط أن تشاهد القليل من البرامج لذا ينفسك أنها جميعها لا تنتج عملاً عبقرية. لذا تقبل الحقيقة التي تقول إن أول عمل ترسله قد تكون أقل ملاءمة، ولكن لابد أن يكون لديك أمل في أن يولد عمل ولو شرارة واحدة.

تذكر	• يقوم المؤلفون بالتأليف... ولكنهم لا يجلسون وينظرون الرد حتى يصل إليهم. • أعد النص الدرامي التالي لإرساله قبل أن يتم تقييم النص الأول. • ركز على الكتابة أكثر، ركز أقل على الردود المحتملة. • داوم على تدفق إبداعك وابتكارك.

التعامل مع الرفض التام

افترض أن النص والثاني الذين أرسلتهما قد قوبلا بالرفض. كيف تتعامل مع مثل هذا الموقف؟

لابد أن تتعلم بقدر إمكانك من التغذية الراجعة وكرر المحاولة. أرسل أكثر نصوص بطاقة الدعوة حداثة للعروض التي تود أن تكتب لها أو أن تسعى إلى البحث عن مصادر جديدة (أثناء كتابة نصوص جديدة ومحاولة إرسالها أيضاً). في بداية هذا الكتاب أخبرك أن الشيء الوحيد الذي لا يمكن أن تستغني عنه كمؤلف هو المثابرة. ولم أكن أبالغ عندما قلت لك ذلك. إنني أعرف بعض الموهوبين الذين لا يمكنهم تحمل الرفض. كن شجاعاً. كن مثابراً. تذكر أن مخاطرتك بكل شيء إنما هي

مخاطرة بلا شيء[1] ، لأن مخاطرتك بلا شيء إنما هي إنجاز في حد ذاته. وافترض أنك قمت بإرسال عدة نصوص - كأمثلة على أعمالك – وتلقيت رداً بأنه لا توجد شركة تطلب تلك النصوص. ماذا ستفعل إذاً؟ اقرأ ما كتبته لك تلك الشركات أولاً. ربما تكون على حق. ربما لا تستخدم أنت الأسلوب المناسب لعروضها فتضيع وقتك ووقتها. لكن إذا اعتقدت أنها أخطأت وأنها تتعامل معك بقسوة – وذلك يمكن أن يحدث – فلا داعي أيضاً للاستسلام. إذا اعتقدت أنك لم يعد لديك أناس تتصل بهم، فلديك بعض الخدع التي تقوم بها. ارسل خطاباتك باسم مستعار واكتب عنوان أحد أصدقائك حتى تتأكد من الأمر ليس شخصياً، وأن الشركات ترفض التعامل معك لشخصك. اعلم أن تلك الخدعة لا تقوم على الأمانة، ولكن بعض الناس غالباً ما يستخدمون اسماً مستعاراً كما يستخدمون أكثر من عنوان واحد. كما أنك لم تتعمد أن تغش أي فرد باستخدام ذلك الأسلوب.

تذكر	• دائماً ما تعمل من خلال تأليف نص جديد. • ركز على الكتابة أكثر من انتظار النتائج (في أول الأمر). • لا تتعامل مع الرفض بكلمة " لا " كرد نهائي، لكن انظر إليه كجزء من عملية التفاوض. • لا تخشى الفشل جراء المخاطرة. • تذكر أن المخاطرة بكل شيء، إنما هي مخاطرة بلا شيء بالنسبة لك كمؤلف مبتدئ.

[1] يقصد المؤلف انك لو خاطرت بإرسال النص وتم رفضه، فلن تخسر أي شئ (المترجم).

	• اعتبر العملية كلها كمغامرة... إما أن تربح وإما أن تخسر.

المزيد حول قبول التغذية الراجعة

كما قلت لك من قبل. إن المنتجين وقراء النصوص أناس مشغولون دائماً. فليس لديهم الوقت الكافي لقراءة كل نص يرسل إليهم. فإذا ما ردوا عليك بتغذية راجعة، فلابد أن تتقبلها بامتنان وعرفان، حتى لو بدت تغذية سلبية. إن النص الذي ترسله قد يرفض لأسباب عديدة لا تمت إلى جودة النص.