1895

1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze

Revue de l'association française de recherche sur
l'histoire du cinéma

80 | 2016

Varia

L'organisation de l'écriture scénaristique au sein de la Triangle

Screenwriting organisation at the Triangle Film Corporation

Mélissa Gignac

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/1895/5239>

DOI : 10.4000/1895.5239

ISSN : 1960-6176

Éditeur

Association française de recherche sur l'histoire du cinéma (AFRHC)

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2016

Pagination : 78-107

ISBN : 9782370290809

ISSN : 0769-0959

Référence électronique

Mélissa Gignac, « *L'organisation de l'écriture scénaristique au sein de la Triangle* », 1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze [En ligne], 80 | 2016, mis en ligne le 01 décembre 2019, consulté le 08 janvier 2022.

URL : <http://journals.openedition.org/1895/5239> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/1895.5239>

Logo de la Triangle.

L'organisation de l'écriture scénaristique au sein de la Triangle

par Mélissa Gignac

Au sein des studios américains, la professionnalisation de l'écriture scénaristique voit le jour relativement tôt et prend plusieurs formes : elle s'organise autour de métiers qui émergent dès la fin du XIX^e siècle (depuis celui de *Story Editor* dès 1897¹) et un espace spécifique lui est consacré, un *Scenario Department*, qui est à la fois un lieu physique de travail et une institution où sont préparés, conçus et contrôlés les documents scénaristiques en vue de la fabrication des films. La complexification des structures de production, induite par l'allongement du métrage, conduit à l'apparition de nouvelles fonctions au sein des studios américains. La presse corporative rend compte de ces modifications des structures de l'industrie cinématographique car elles permettent de valoriser le cinéma comme « septième art ». Le *Feature Film*² peut donc être envisagé aussi bien comme un spectacle de qualité supérieure associé au luxe que comme un standard de production qui démontre la réussite – et donc la bonne organisation – de l'industrie cinématographique.

À travers les archives de production de la Triangle Film Corporation, nous proposons ici de retracer la fabrique des films, dans le cadre de leur conception, qui précède et prépare scrupuleusement la phase de tournage – l'exécution proprement dite. Le but sera d'expliquer l'organisation interne des studios, mais aussi les enjeux sociaux, culturels, artistiques et industriels qui président à la sélection des « scénarios » pour leur passage en production.

Cette société de production et de distribution, créée en 1915, tire son nom des trois grands réalisateurs qui sont embauchés pour devenir les superviseurs³ d'une production clairement définie : David Wark Griffith devient superviseur au sein du label Fine-Arts, qui produit essentiellement des mélodrames ; Thomas Harper Ince supervise les films – westerns surtout – du label Kay-Bee ; et Mack Sennett endosse les mêmes fonctions relativement à la production de comédies au sein de la Keystone.

Les archives de cette société contiennent un grand nombre de documents révélateurs des pratiques scénaristiques qui s'imposent dans les années 1910 et démontrent l'apport des deux grands maîtres

1. La Biograph engage Roy L. MacCardell (1870-1940) en tant que *Story Editor* dès 1898. Edward Azlant, « The Theory, History and Practice of Screenwriting, 1897-1920 », PhD Dissertation, University of Wisconsin, Madison, 1980, pp. 60-82. À ce propos, voir aussi l'ouvrage de David Bordwell, Janet Staiger et Kristin Thompson, *The Classical Hollywood Cinema. Film, Style and Mode of Production to 1960*, New York, Columbia University Press, 1985, p. 118 : « Une séparation plus nette entre la conception et l'exécution fait émerger une autre fonction spécifique : l'écriture des grandes lignes du texte. (Depuis le début, les maisons de production s'approvisionnaient en histoires que les employés devaient recomposer avant de les filmer. La "première" personne créditée par la jeune industrie et embauchée par une firme pour produire des histoires, fut Roy L. MacCardell, qui travailla pour la Biograph dès 1897) ».

2. À ce propos voir l'article de Jean-Marc Leveratto, « Sociologie de la star et plaisir cinématographique. Enquête sur les films de Sarah Bernhardt », *Mise au point* (« Quoi de neuf sur les stars ? »), n° 6, 2014, [en ligne].

3. Cette fonction sera interrogée plus loin dans le texte.

américains – Ince mais aussi Griffith – dans la conception des films de long métrage (cinq bobines essentiellement).

Durant la seconde moitié des années 1910, les documents scénaristiques deviennent primordiaux au sein des studios, tant pour des raisons de stratégie juridique⁴ et économique, que pour des raisons d'organisation sociale du travail. Les politiques éditoriales ou d'acquisition de la matière première littéraire permettent de se positionner par rapport à la concurrence et de définir les stratégies de la firme. Le traitement de cette matière première en interne conduit progressivement à la création de nouveaux métiers (*reader*, *scenarist*, *scenario editor*, puis *picturizer*) ainsi que de nouveaux départements en interne (*scenario department*, *reading department*), suivant une logique de rationalisation de la production. Le travail s'organise de façon tant horizontale que verticale et une attention de plus en plus soutenue est accordée à la conception des films.

Politique d'acquisition d'une matière première littéraire

Stratégies multiples

Accords passés avec des magazines pour l'achat de *stories*

Très tôt, les maisons de production cinématographique américaines achètent massivement des *stories*, publiées antérieurement dans les magazines de large diffusion. Ce faisant, elles acquièrent un matériau de nature exclusivement littéraire, un potentiel narratif, et non des découpages précis et un savoir-faire scénaristique codifié. Les maisons de production constituent ainsi des bibliothèques, des réserves, dans lesquelles les différentes marques peuvent puiser à tout moment. Il en va ainsi de la compagnie Selig⁵,

4. Les maisons de production cinématographique s'acquittent des droits d'auteur à partir de 1911, suite au procès en justice mené par la maison d'édition littéraire Harpers à l'encontre de la société de production cinématographique Kalem, qui adapta *Ben Hur* en 1907. La décision de justice paraît en 1911 et « cette décision légale ordonne aux producteurs de films de reconnaître les droits des auteurs, au lieu de faire un usage libre de leurs livres et pièces de théâtre ». (Eileen Bowser, « 1911. Movies and the Stability of the Institution », dans Charlie Keil, Ben Singer, dir., *American Cinema of the 1910s: Theme and Variations*, New Brunswick, N. J., Rutgers University Press, 2009, p. 50). À partir de cette date, les maisons de production cinématographique enregistrent le fait qu'elles deviennent détentrices des droits d'auteur (le document « Assignments of Rights » en atteste et s'accompagne souvent de la source d'origine ou d'une retranscription dans un livret bleu au sein des archives de la Triangle, portant le nom de Ince, puis de son successeur H. O. Davis). Dans un second temps, elles enregistrent le nom des ayants droit du film adapté, en livrant une copie du film à la Library of Congress. Aux États-Unis, le *copyright* est un droit exclusivement économique : une fois que la société de production s'est acquittée de ce droit, elle peut faire ce qu'elle veut de ce premier « scénario », contrairement à ce qui se passe en France, où l'auteur conserve des droits spécifiques sur son œuvre, que le cessionnaire est tenu de respecter. (voir Bernard Edelman, *la Propriété littéraire et artistique*, Paris, PUF, 1993, pp. 26-27).

5. « La firme Selig fit ainsi l'acquisition d'une bibliothèque considérable de romans et de pièces à de très bons prix, et la plupart de ces droits deviendront extrêmement précieux au milieu des années 1910 » (Azlant, *op. cit.* p. 82).

comme de la Mutual⁶, qui acquièrent un grand nombre de *stories*. La Mutual distribue les films de Reliance-Majestic (qui deviendra Fine-Arts), ainsi que ceux de Keystone, Bison, Domino, Broncho et Kay-Bee.

Un « rapport spécial » (*Special Report*), qui couvre les activités de la Mutual du 1^{er} novembre 1913 au 10 janvier 1914⁷, précise que les maisons de production gardent en réserve plus de trois cents *stories*, afin d'avoir une grande quantité d'histoires sous la main. Ces ressources constituent les actifs des maisons de production, c'est-à-dire des éléments de leur patrimoine, de même que les films tournés, et les *stock-shots* que l'on conserve. À ce titre, ces documents représentent aussi bien les actifs corporels non reproductibles (en tant qu'histoire unique) que les actifs incorporels non financiers, dans la mesure où ils s'accompagnent toujours de droits d'auteur. En tant qu'actifs, ils peuvent être convertis en films. Ils constituent aussi la richesse de l'entreprise et permettent de satisfaire cette fièvre de récits propre à cette période. Le début des années 1910 et la narrativisation du cinéma conduisent à une crise du sujet : le public devient plus exigeant vis-à-vis de ce qui lui est raconté, et les maisons de production se tournent naturellement vers ces récits populaires connus et appréciés par le plus grand nombre.

Acheter les *stories* publiées dans les magazines populaires présente de nombreux avantages. Leur recherche frénétique s'explique tout d'abord par le besoin de fournir les différents labels en quantité toujours supérieure à la demande – afin qu'ils puissent faire un choix – mais aussi par la valeur ajoutée que revêtent ces histoires publiées dans les magazines très populaires qui connaissent un âge d'or à cette époque. Leur pouvoir et leur diffusion sont considérables : ils coûtent peu cher et sont à la portée de toutes les bourses ou presque ; ils sont respectables au niveau intellectuel et circulent en masse sur tout le territoire. Leur formule est intéressante puisqu'elle propose de la fiction, des articles de voyage, de l'histoire contemporaine ou encore un état des lieux des dernières découvertes scientifiques, ce qui permet de gagner un lectorat de classe moyenne au niveau national⁸ – qui représente une cible considérable, visée elle aussi par les maisons de production cinématographique. La diffusion de ces magazines atteint en 1907 un demi-million d'exemplaires⁹. Ces récits, déjà célèbres et publiés en masse, attireront un public nombreux dans les salles de cinéma, espère-t-on. La presse précise souvent

6. C'est Harry E. Aitken, le producteur du fonds Triangle, qui fait le lien entre les activités de production et de distribution d'une part, et entre la Mutual et la Triangle d'autre part. Il fonde Majestic en 1911 et rachète Reliance. Il fonde ensuite, en 1912, la Mutual Film Company, comme société de distribution, après avoir quitté la Motion Pictures Distributing and Sales Company. La Triangle sera une première tentative de création d'une société de production et de distribution, rassemblant plusieurs marques et labels. Le fonds d'archives Triangle contient donc une certaine quantité de documents antérieurs et postérieurs à la création de la Triangle, qui nous renseignent sur les pratiques des années 1910.

7. Ce rapport concerne exclusivement Reliance et Majestic (Cinémathèque française, Fonds Triangle Film Corporation 1861-B101. Désormais : TR suivi de la cote).

8. David Traxel, *Crusader Nation. The United States in Peace and the Great War, 1898-1920*, New York, A. A. Knopf, 2006. pp. 12-14.

9. *Ibid.*

SPECIAL REPORT OF SCENARIO DEPARTMENT

MUTUAL FILM CORP'Y.

January 10, 1914.

According to statements attached, the Scenario Department, at the close of business, January 10, 1914, shows the following total transactions since its inauguration, November 1, 1913:

88 Manuscripts sold to Reliance	\$2,115.00
13 " " " Majestic	715.00
8 " sold for Special Features	1,500.00
74 Scripts and copyrights on hand,	
	value-----
131	11,535.00
Total	10,905.00
88 Scripts and copyrights purchased, costing-----	4,535.00
Balance	7,159.10
Less Salaries and Expenses-----	
Net Balance	

The difference between the total scripts sold and on hand-131, and the number purchased-88, represents the number written by the office force, in addition to which many purchased scripts or copyrighted stories have been rewritten or put into scenario form by the office force, thus adding to their selling value.

The chief value of this department, however, lies in the better quality of stories available to a large output bureau that can attract the better class of writers and can command the pick of the copyrighted published fiction.

In estimating the value of stories, we figure a good plot by an unknown author at \$25.00 per reel; if worked out in fair scenario form \$50.00 per reel. A plot by an author of reputation, \$50.00 per reel. The same in scenario form, \$75.00 to \$100.00 per reel. The Edison Company pays Hammett Merwin \$100.00 per reel and paid The Manager of the Mutual Scenario Department the same amount for several stories, offering to pay \$150.00 per reel if he would continue writing for that company. Stories by authors of extra great reputation are, of course, worth more money, and the time is not far distant when the market price of all good motion picture plots will go much higher than at present.

Pursuing the policy inaugurated by Mr. Griffith of acquiring the motion picture rights in the best available published fiction, we made contracts or informal agreements to buy stories from back numbers of the following magazines: Munsey's, Cavalier, All Story, Railroad Men's, Smart Set, Lippincott's, Everybody's, Pearson's, Red Book, Blue Book, Green Book, Adventure, Appleton's, Atlantic Monthly.

Of these agreements we have still to buy approximately within the next three, six and twelve months the following:

18 more stories from Munsey's publications at	\$50.00	\$900.00
15 " " " Smart Set	50.00	800.00
10 " " " Lippincott's	50.00	500.00
10 " " " Adventure	50.00	500.00

10 more stories from Appleton's	at \$50.00	\$500.00
40 stories from Red, Blue and Green Books	50.00	2,000.00
80 " " George Fattelle	40.00	1,000.00
130 (Total stories)		\$3,500.00

We also have offered to us exclusive control of all Street and Smith magazines, back numbers and current issues, eight publications in all, aggregating over 500 magazine numbers and approximately 5,000 copyrighted stories from which we may select any we may desire by agreeing to buy 100 such stories at \$50.00 each within one year and paying down \$1,000 on account.

This would increase the total stories we would be under informal agreement to buy to 230. To this we should add stories on hand, probable purchases from other magazines, original writers and stories supplied by our regular office staff up to January 1, 1915, 371, a grand total of 800 stories. Of these the demands of the Majestic and Reliance Companies—5 per week, and special R. and M. features, one per week, will consume 300, leaving 500 to be disposed of to affiliated companies or held on hand—not an extravagant number at all. The Biograph Company alone has about that number constantly on hand and the other big companies, Vitagraph, Edison, Lubin, etc., are equally well supplied. They are thereby able always to have a story ready for almost any contingency.

It would seem, at any rate, essential that we carry a good supply of stories on hand if we would be of assistance to the other companies affiliated with the Mutual.

The manner of disposing of stories to affiliated companies will be as follows: We have synopses of all stories prepared and these synopses in batches of 30 to 40 we will submit to the various companies, from which they may select any they desire and we will transfer to them our assignments of copyright or purchase at a reasonable advance in price over the cost.

As the material which we will thus submit will be mostly copyrighted fiction by authors of reputation and from noted magazines, the proposition should prove attractive to them. Since this policy is under way we would govern our future purchases by the demand that develops.

The plot, which is the first requisite to a picture, has a definite commercial value. When it is copyrighted, as are these stories we are buying, it has a value that can be protected. The mere fact that a story has been published in a reputable magazine, or is by an author of reputation, gives it a dignity that no other story, however good, can approach in advertising value. The supply of published stories, suitable for motion picture plots, is absolutely limited. There are only a certain number of them in existence. When these are exhausted by production in pictures or controlled by any one producing company, the entire producing field of the country must depend on the new plots invented by current writers. Plots are exactly like merchandise. If we control all the visible supply, we hold a position of vast advantage over our competitors because they must rehash old stuff or buy inferior material. If in purchasing or agreeing to purchase enough stories to control the fiction supply, we become loaded up with more stories than we can use or dispose of during the year, the excess is not dead material but, as already shown, has an increasing commercial value.

It is understood, of course, that in selecting stories from the fiction we are examining, we are buying only those stories that are suitable for motion pictures. In the vast number of short stories which have been published, only a small percentage is motion picture material, and where authors have been of minor reputation we are selecting only strong motion picture plots, but in cases of authors of great reputation we have selected stories which we might be able to develop into motion picture stories for the sake of the advertising the author's name would give us. We have figured that when we have gone through a set of magazines and picked out the available

material, the stories left will be of no value, practically, to any other motion picture company.

We have also established friendly relations with a large number of authors regarding original scenarios by them and picture rights in their own stories which they may have retained. Among the authors are the following: Richard Harding Davis, George Ade, George Patton, Paul Armstrong, Thomas Dixon, Homer Croy, Margaret Deland, E. Phillips Oppenheim, Earl Carr Higgins, Daniel Carson Goodman, Walter Archer Frost, Mary Rider Macbald, E. N. Dewart, Arnold Bennett, Carolyn Wells, Will Livingston Comfort, Paul West, Roy McCardell, Frederick Ferdinand Moore, Frank London, G. W. Odgen, Robert E. Davis, Thomas Nelson Page, Wallace Irwin, John Luther Long, Gertrude Atherton, Emerson Hough, Mary Wilkins Freeman, Edna Ferber, Burton K. Stevenson, Roy Norton, Edward N. Townsend, Cleveland Moffatt, Joseph C. Lincoln, Cyrus Townsend Brady, George F. Cabel, E. W. Hornung.

le nom de l'auteur d'origine, largement connu du public à la sortie des films en salles¹⁰. Les éditions des magazines *Cosmopolitan*, *Everybody's* ou encore *Collier's* – cités explicitement dans le rapport de la Mutual comme fournisseurs directs de la matière première littéraire – atteignent rapidement des diffusions records. Le rapport de la Mutual stipule également les accords passés avec six autres magazines – *Munsey's publications*, *Smart Set*, *Lippincott's*, *Adventure*, *Appleton's*, *Red, Blue and Green Books*. La firme s'est aussi offert le contrôle exclusif de *Street and Smith magazine*, ce qui équivaut à un panel de cinq mille *stories* réservées de droit, parmi lesquelles les maisons de production peuvent puiser un grand nombre de « scénarios »¹¹.

L'achat massif de ce matériau littéraire permet également de soustraire à la concurrence un potentiel narratif important. De nombreuses références aux maisons de production concurrentes dévoilent le souci de la Mutual de calquer sa politique stratégique sur celle de ses concurrents directs. Il apparaît, au fil du rapport, que Reliance et Majestic sont parfaitement renseignées sur les pratiques de la Biograph, de Vitagraph, et de Lubin notamment. Le positionnement sur le marché est stratégique et les firmes savent que les *stories* sont en nombre limité :

La réserve de nouvelles publiées, appropriées aux intrigues des films, est absolument limitée. [...] Les intrigues sont exactement comme de la marchandise. Si nous contrôlons toute la réserve visible, nous tenons une position qui présente de multiples avantages sur nos concurrents puisqu'ils doivent réchauffer de vieilles histoires ou acheter un matériau inférieur¹².

Cette politique d'achat au sein de la Reliance et de Majestic a été initiée par Griffith. Si l'apport du maître à l'évolution des formes filmiques est largement connu de nos jours, son apport en matière industrielle est un peu plus négligé. Il est pourtant notable :

En poursuivant la politique inaugurée par M. Griffith, qui consiste à acquérir les droits d'adaptation parmi les meilleures fictions publiées disponibles, nous établissons des contrats ou passons des accords informels pour acheter les nouvelles des nombreux magazines suivants : *Munsey's*, *Cavalier*, *All Story*, *Railroad Men's*, etc¹³.

Ce premier mode d'approvisionnement en *stories* est privilégié par les studios en raison du public que l'on espère drainer au cinéma par leur intermédiaire. Comme l'indique le rapport de la Mutual : « Les nouvelles d'auteur de très grande réputation valent, bien sûr, plus d'argent »¹⁴. Le rédacteur du

10. À titre d'exemple, le *Moving Picture World* annonce en novembre 1915 la sortie du film *Double Trouble* en précisant : « *Double Trouble*. A five-reel Fine-Arts adapted from the Novel by Herbert Quick » (*Moving Picture World*, 6 novembre 1915, vol. 26, n° 7).

11. Par « scénario » nous entendons ici une version exclusivement littéraire du film, éventuellement découpé en différentes parties – qui peuvent correspondre au nombre de bobines – mais ne contenant aucune indication technique relative à la fabrication des films proprement dite.

12. TR 1861–B101.

13. TR 1861–B101.

14. « Stories by authors of extra great reputation are, of course, worth more money ».

rapport indique aussi : « Le simple fait qu'une nouvelle ait été publiée dans un magazine réputé, ou soit d'un auteur réputé, lui donne une dignité qu'aucune autre nouvelle, aussi bonne soit-elle, ne peut approcher en valeur publicitaire ».¹⁵ Dans ce cas de figure, il est évident que l'acquisition des droits d'auteur compte plus que l'histoire elle-même, puisqu'on achète en plus du récit, un nom *et* un potentiel publicitaire et commercial.

L'achat à la source

La politique d'acquisition du matériel littéraire se diversifie. Tantôt les studios passent des accords avec les magazines, tantôt ils s'adressent directement aux auteurs célèbres ou à leur agent, le cas échéant. Le fonds Triangle contient un certain nombre de lettres échangées entre le bureau des scénarios et les auteurs ou leur agent. George Patullo est un auteur de *stories* publiées dans divers magazines célèbres de la fin du XIX^e et du début du XX^e siècles¹⁶. Il entretient une correspondance suivie avec les studios cinématographiques – ou son agent Paul R. Reynolds – et se fait acheter ses récits à un prix avantageux. Le rapport de la Mutual mentionne vingt-cinq *stories* achetées à George Patullo au prix de 40 \$ l'unité. Ses lettres – ou celles de son agent – apportent la preuve de la publication de ses récits (titre de la *story*, nom du magazine et date de publication. Nous apprenons par exemple que *The Strong Hand* est parue dans *Popular* en août 1911)¹⁷. Un courrier, en date du 26 décembre 1913, propose aux studios de lui acheter dix histoires dans les prochains trente jours, et laisse un délai de six mois, afin que les studios puissent acheter, s'ils le souhaitent, quinze *stories* supplémentaires¹⁸.

Le rapport de la Mutual fait également mention de ces « relations amicales » (*friendly relations*) entretenues avec de nombreux auteurs, dans l'espoir d'acquérir les droits de leurs écrits : Richard Harding Davis¹⁹, George Ade²⁰, Cyrus Townsend Brady²¹, etc. Les stratégies d'achat ne sont pas absentes des négociations. Les studios se réservent parfois le droit d'adopter une attitude quelque peu déplaisante à l'encontre des auteurs, en vue de faire baisser le prix d'achat. Un auteur se plaint ainsi dans une lettre de ce que lui aurait écrit le responsable du département de lecture (*reading department*), M. Hurn : « Parfois... un auteur découvrira que là où il pensait avoir construit toute la structure en une histoire forte et intéressante, il en a, en réalité, construit seulement une médiocre »²². Le « sadisme » est

15. « The mere fact that a story has been published in a reputable magazine, or is by an author of reputation, gives it a dignity that no other story, however good, can approach in advertising value ».

16. Nous retrouvons parfois ces magazines dans les archives de la Triangle : ex. *The Popular Magazine*, 20 juin 1917, TR 1182-B55.

17. TR 1861-B101.

18. *Ibid.*

19. Richard Harding Davis (1864-1916) est à la fois romancier, nouvelliste, journaliste et correspondant de guerre. Il bénéficie d'une notoriété certaine et a publié de nombreux ouvrages dont notamment *Captain Macklin : His Memoirs* (1902) adapté par Majestic en 1915 sous le même titre (TR 362-B18), avec Lillian Gish pour interprète.

20. Georges Ade (1866-1944) est écrivain, journaliste et dramaturge, admirateur de Mark Twain. Il produit lui aussi une grande quantité de récits publiés dans les journaux au tournant des XIX^e et XX^e siècles.

21. Cyrus Townsend Brady, autre nouvelliste américain de la période, auteur de *A Child of God* paru dans *Munsey's Magazine* en mai 1907 et adapté par la Triangle en 1915, avec Sam de Grasse.

22. TR 210-B11. Copie de la lettre de l'auteur Henry Albert Phillips à M. Hurn, du Département de lecture).

partagé de façon relativement équitable entre auteurs et maisons de production cinématographiques, donnant lieu à de savoureux échanges, les premiers menaçant habilement d'aller voir la concurrence, feignant d'avoir plusieurs accords sur le feu pour s'arroger le droit de choisir le plus offrant ; les seconds prétendant exiger ce qu'il y a de mieux pour opérer leur sélection, et choisissant la stratégie la moins coûteuse pour eux.

L'achat de « scénarios » *freelance*

Enfin, il existe aux États-Unis un troisième type de politique d'acquisition du matériel littéraire qui passe cette fois par le concours de tout un chacun à l'écriture scénaristique. N'importe qui peut envoyer librement un « scénario » à une maison de production en espérant que son histoire soit retenue. La Triangle acquiert ainsi une quantité de « scénarios » écrits par des auteurs extérieurs à la firme. Suite à un incendie qui ravagea les studios à Inceville en janvier 1916, un article paraît dans le *Moving Picture World*, mentionnant les pertes relatives au département des scénarios, notamment parmi les pièces (en grand nombre) envoyées de l'extérieur :

Parmi les scénarios détruits, trente-cinq avaient été acceptés par la maison de production. Outre ces pertes, un certain nombre de scénarios qui avaient été lus et rejetés ont brûlé, de même que 300 manuscrits qui avaient été lus et dont la firme ne possède désormais aucune trace des auteurs²³.

Il est cependant difficile de parler de sous-traitance car les envois de « scénarios » de la part des auteurs sont libres et ne relèvent pas d'une commande émanant de la maison de production cinématographique, même si certains d'entre eux donnent lieu à des achats. En revanche, nous pouvons parler d'une forme de sous-traitance dans le cadre des concours de scénarios orchestrés par les maisons de production.

L'acquisition par l'intermédiaire de concours

Ces concours donnent ampleur et visibilité à l'envoi de « scénarios » d'auteurs *freelance*. La Triangle en lance un en 1916 et la pratique n'est pas nouvelle puisque la société de production cinématographique italienne, la Cinès, lance un premier concours de scénarios en 1913. L'annonce de celui-ci paraît dans les journaux corporatifs européens et américains et fait couler beaucoup d'encre. Le but étant « d'encourager les auteurs, poètes et artistes, à trouver, si possible, une formule nouvelle pour le cinématographe, d'élever cet art nouveau au-dessus des grossiers faits-divers et anecdotes de crime et de police où il semble trop se complaire. »²⁴ Les prix à gagner « sont assez importants », comme le fait remarquer l'auteur de l'article : « le premier est de 25 000 francs, le second de 5 000 francs, le

23. « Fire Sweeps Inceville. Administration Building Burns, Destroying Several Hundred Scenarios and Big Stock of Film. Producer Ince and Many Employes Seriously Burned », *Moving Picture World*, 22 janvier 1916, p. 578.

24. « Où en est le concours des scénarios organisé par la Cinès? », *Ciné-Journal*, 11 juillet 1914, n° 307, pp. 25-32. « Chronique italienne », *le Courrier cinématographique*, 25 octobre 1913, p. 52. Le journal passe l'annonce suivante : « La société italienne Cinès, de Rome, désireuse d'élever le niveau moral de la production cinématographique laissée jusqu'ici à l'arbitre de l'industrie et des amateurs, préoccupée de l'action vraiment instructive que le cinématographe exerce sur le peuple, a décidé d'ouvrir un concours international de drames cinématographiques doté de prix considérables ».

troisième de 2 500 francs, le quatrième de 1 000 francs, le cinquième de 500 francs, et il y aura, en outre, quelques prix de 300 francs »²⁵.

Ce concours donne lieu à différents articles qui prodiguent des conseils ou dispensent des leçons relatifs à l'écriture pour le cinéma²⁶. La maison de production se déclare propriétaire de tous les « scénarios » qui lui seront envoyés. Si la récompense promise est de taille pour le gagnant – le film sera réalisé, ce qui lui donnera une visibilité certaine, et il sera rémunéré – les bénéfices pour la maison de production ne font aucun doute. Thomas H. Ince propose, lui aussi, un concours de ce type en 1916. La publicité paraît dans différentes revues, notamment dans *Photoplay Magazine*, qui co-sponsorise le concours. Seront offerts au gagnant 1 000 dollars pour une histoire correspondant à un film de cinq bobines. Ce type de pratique est assez courant dans les années 1910. Edison lance aussi un concours en 1914, rémunéré 35 dollars par bobine ou 75 dollars pour un film de deux bobines²⁷. Après le départ de Ince de la Triangle, c'est au tour de H.O. Davis, son successeur, de lancer un nouveau concours de « scénarios » en novembre 1917²⁸. Nous pouvons voir là une autre politique d'acquisition du matériel littéraire à bas prix – il aurait été intéressant de connaître le nombre de « scénarios » acquis, relativement au prix de rémunération du lauréat, pour évaluer le bénéfice obtenu par la maison de production en termes d'acquisition de matière première littéraire. Marc Vernet propose pour sa part une interprétation complémentaire de ce dernier concours lancé par la Triangle en 1917 :

Ce recours au concours grand public peut être interprété d'au moins deux manières. La première est la recherche d'originalité (le *scenario department* ne livrant que trop souvent du convenu). La seconde, plus vraisemblable (compte tenu de la date, novembre 1917), est la disparition ou le rétrécissement, pour des raisons financières, dudit département et la nécessité de faire appel au public pour trouver des histoires nouvelles hors concurrence des autres studios. Certes, 1 000 dollars est dix fois plus que ce qui est payé à l'époque pour un scénario, mais c'est sans doute moins que le salaire annuel d'un scénariste du *scenario department*²⁹.

La raison d'être de ce concours s'analyse aussi par la nécessité, pour la Triangle comme pour la Cinès, de chercher des sujets neufs, conçus spécifiquement pour le cinéma. À la fin des années 1910, le réservoir d'histoires que constituent les magazines populaires commence à se tarir. Par ailleurs ces récits

25. *Ibid.*

26. Cette tendance se renforce avec le concours mais existait déjà avant comme en témoigne, aux États-Unis, la publication en 1912 de « The Photoplaywright » de Epes Winthrop Sargent dans *The Moving Picture World*. Voir aussi l'ouvrage d'Harold Weston, *The Art of Photoplay Writing* (Londres, McBride, Nast & Co. Ltd., 1916). Azlant note à ce propos : « Un nombre incroyable de manuels, de livres, d'articles sur l'art ou la technique de l'écriture scénaristique apparut. Plus de quatre-vingt-dix livres en anglais sur le scénario muet, beaucoup écrits par des scénaristes accomplis ou des *studio editors*, furent publiés entre 1910 et 1920 » (*op. cit.*, p. 134).

27. *Ibid.*, p. 131.

28. « H. O. Davis to Announce Scenario Contest Winners », *Photoplay*, novembre 1917, vol. XII, n° 6, p. 95.

29. Marc Vernet, « Étude sur le corpus de documents "littéraires" dans le fonds John E. Allen-Triangle (Cinéma-thèque française) », *Cinéarchives*, 6 août 2010, [en ligne] <http://cinemarchives.hypotheses.org/1272>

ne permettent certainement pas aux maisons de production de se différencier les unes des autres sur le marché dans l'esprit des spectateurs puisqu'elles partagent toutes la même source d'approvisionnement. D'où cette volonté de diversifier la provenance des récits. Le nom de l'auteur, s'il était célèbre, suffisait pour accroître la valeur commerciale des films. Mais on peut imaginer qu'à la fin de la décennie, le public se lasse de ces récits « convenus » – pour reprendre la formule de Vernet.

Le scénario devient un enjeu culturel et social

Dans la préface du livre d'Harron Weston, intitulé *The Art of Photoplay Writing*, paru pour la première fois en 1916, G. A. Atkinson précise l'importance acquise désormais par le scénario dans la chaîne de fabrication du film, mais aussi relativement à l'industrie toute entière :

Il est évident pour moi, comme pour tous ceux qui pensent à l'avenir de l'industrie [cinématographique], que la question de l'approvisionnement en bons scénarios devient une question de plus en plus inquiétante, et que cet approvisionnement, aujourd'hui même, est loin d'excéder la demande. Le bon scénario, la bonne histoire, l'intrigue originale et fraîchement travaillée, constitue la nécessité première de toutes les nécessités de l'industrie du film. Sans elle, toutes les compétences techniques du studio, tous les efforts du producteur et des artistes sont vains³⁰.

La question du scénario est une question essentielle. L'idée de base des films dépasse en importance les compétences techniques de sa réalisation. Autrement dit, le choix du sujet en amont, avant même son traitement en interne, devient une tâche primordiale. Un article paru dans *Photoplay*, et qui fait intervenir les *scenarios editors* de plusieurs firmes, insiste également sur ce point central :

Après tout, c'est l'idée qui compte. Si l'histoire contient une idée et une intrigue très originales, mais qu'elle n'est pas encore parfaitement écrite, cette histoire pourrait être achetée. Cependant, si un manuscrit parfait du point de vue technique est soumis, mais ne contient rien de nouveau, ce manuscrit est rapidement rejeté³¹.

Car une évolution majeure est survenue avec l'apparition du long métrage : on a pris conscience, grâce aux succès mondiaux retentissants des superproductions des années 1910 – *Birth of a Nation* en tête – et grâce à certains textes importants³² qui contribuent à la naissance de la critique cinématographique, que le cinéma est devenu un fait social. Les *Triangle Plays* – bulletins hebdomadaires distribués (avec les films) par la Triangle aux exploitants – reflètent bien cette évolution de la

30. Harold Weston, préface, *op. cit.*

31. « Scenario "School" Advertising Barred by *Photoplay Magazine* », *Photoplay*, avril 1915, pp. 114-115.

32. À ce propos voir notamment Jack London, « Le message du cinéma » (1915) dans Daniel Banda et José Moure (dir.), *le Cinéma : naissance d'un art (1895-1920)*, Paris, Flammarion, 2008, pp. 335-339 ; Louis Delluc, « La foule du cinéma » (1920), dans *Ibid.*, p. 509 ; Vachel Lindsay, « L'art du cinéma » (1915), dans *Ibid.*, pp. 421-433.

perception du cinéma au sein de la société. On ne cesse de souligner dans les éditoriaux de cette publication, comme dans des articles de fond, le soutien d'instances communautaires aux productions de la Triangle, qu'il s'agisse d'associations d'aides aux orphelins, comme de déclarations du colonel Théodore Roosevelt³³. Un article paru dans le deuxième numéro, le 30 octobre 1915, affirme que le cinéma a supplanté les publications écrites en termes d'influence sur le public :

Les clubs de femmes eux-mêmes sont intéressés par les films non seulement parce qu'ils ont à cœur l'intérêt de la communauté, mais aussi parce qu'ils comprennent que le film divulgue un message directement dans la maison et influence les membres de la famille mieux que ne le fait une publication littéraire³⁴.

Lors de la sortie du film *The Martyr of Alamo*, en novembre 1915, l'occasion est donnée au bulletin de vanter la valeur éducative du cinéma, en publiant des lettres de chefs d'établissements scolaires³⁵. Les lettres et articles consacrés à ce film font directement écho au texte de Griffith – « Le spectacle le plus populaire du monde... » (1916) – dans lequel il explique les ambitions qu'il assigne au cinéma :

Le cinéma est déjà le spectacle le plus populaire au monde, la plus grande force spirituelle que nous ayons jamais connue. Ici, en Amérique, en l'espace de quelque sept années, il a opéré un changement phénoménal, et il connaît un essor prodigieux. C'est déjà la cinquième industrie des États-Unis au point de vue de la richesse économique, et en tous cas la plus puissante quant à l'influence³⁶.

Griffith pense que le cinéma a « un rendement » bien meilleur que celui du théâtre dans la mesure où il est devenu capable d'apporter « des satisfactions à des millions de gens »³⁷. Et les Américains sont les premiers à s'en rendre compte, comme le fait remarquer Louis Mercanton, deux années plus tard, dans un rapport sur la production des films français pour les pays alliés et neutres :

L'Amérique, avec ses trois années de paix a développé son industrie cinématographique d'une façon trop évidente et avec son énorme production, nous a supplantés sur presque tous les marchés étrangers. [...] La vérité de ceci a été tellement reconnue aux États-Unis qu'il n'y a pas eu de campagne, pour soulever ou modifier l'opinion publique, sans que les dirigeants aient employé la cinégraphie dans toutes nos branches, soit sous la forme de films documentaires, soit sous celle de films dramatiques et même comiques.

33. Mathieu Hervé, « *Triangle Plays*: ambition et échec d'un système de distribution », *Cinéarchives*, mars 2009, <http://cinemarchives.hypotheses.org/178>.

34. *Triangle Plays*, n° 2, 30 octobre 1915, p. 2.

35. *Triangle Plays*, n° 3, 6 novembre 1915. Le film est annoncé en faisant systématiquement référence au bénéfice éducatif que l'on peut en tirer : « A play of educational value » (p. 3) ; « *Martyrs of Alamo* Praised by Educators » (p. 4) ; « Griffith Feature Inspires Students of History without Losing Sensationnel Effectiveness », etc.

36. David Wark Griffith, « Pictures vs. One-Night Stands », *The Independent*, LXXXVIII, 11 décembre 1916 (trad. franç. : « Le spectacle le plus populaire du monde... » (1916), dans D. Banda et J. Moure (dir.), *op. cit.*, pp. 392-396).

37. *Ibid.*

La cinégraphie est officiellement reconnue aux États-Unis comme étant d'utilité publique. [...]

Le Haut commissariat aux États-Unis a pu apprécier mieux que personne la place qu'a pris la cinégraphie dans la vie des populations américaines, et l'énorme influence qu'elle a sur ses opinions, goûts et pensées³⁸.

D'où la nécessité de bien choisir le sujet des films en amont. Il n'est pas surprenant de constater que la majorité des films produits par la Triangle se situent dans un espace-temps contemporain de leur création et permet de mettre en scène la récente histoire de la jeune nation états-unienne, à travers différents genres. Aussi la firme se spécialise-t-elle dans le western – l'origine littéraire et picturale est évidente – et ses déclinaisons : la ruée vers l'or, la vie dans les villes minières, l'Ouest des trappeurs ou encore les films avec les Indiens ; le Civil War film ; le mélodrame – l'occasion de mettre en scène les émigrés asiatiques dans les villes américaines ; le film social – à travers le thème de la philanthropie et le personnage de *self-made man* ; ou encore le film d'apprentissage qui permet d'unir l'Est et l'Ouest américains à travers le personnage de l'aventurier devenu homme d'affaire³⁹.

Les récits doivent donc être sélectionnés en fonction des sujets qu'ils abordent, puis acquis, et doivent ensuite être traités et rentabilisés en interne : les équipes du studio vont devoir sélectionner, puis transformer cette matière littéraire en document de tournage. Des consignes spécifiques et une ligne éditoriale en la matière vont apparaître. Aux États-Unis, les exemples de la Mutual puis de la Triangle démontrent que nous sommes au cœur d'une organisation industrielle de grande ampleur.

Publicités de la Triangle pour deux comédies Keystone de 1917.

38. « La production des films français pour les pays alliés et neutres », Rapport fait le 5 septembre 1918 au Haut Commissariat Washington D. C. par Louis Mercanton (BnF-Arts du spectacle, Fonds Serge Sandberg).

39. Comme nous le verrons plus tard, un formulaire de lecture sera utilisé dès 1918, stipulant l'appartenance des « scénarios » lus à tel ou tel genre identifié en amont.

Organisation des départements : sélection puis élaboration des récits filmiques

Le bureau des scénarios (scenario department)

C'est en raison de cette politique d'acquisition puis d'adaptation massive de *stories* que s'est mis en place beaucoup plus rapidement qu'en France un bureau des scénarios (*scenario department*). Si l'on en croit le rapport spécial des activités de la Mutual, le bureau des scénarios remplit deux missions vis-à-vis des sociétés de production Reliance et Majestic⁴⁰ :

La principale valeur de ce département, cependant, réside dans la meilleure qualité des *stories* disponibles au sein d'un large et dense bureau qui peut attirer les meilleurs écrivains et peut commander le meilleur de la fiction publiée et disponible de droit⁴¹.

D'une part le bureau lit, sélectionne et achète la matière première littéraire disponible en passant des accords avec les auteurs, leurs agents, ou les magazines, et d'autre part, il emploie des salariés considérés comme faisant partie des meilleurs écrivains, qui sont rémunérés pour écrire des « scénarios ». En premier lieu la sélection, et ensuite, la transformation de cette matière première en documents de tournage prêts à l'emploi. Le rapport précise la procédure de soumission aux différentes maisons de production (Reliance et Majestic en l'occurrence) :

La façon de mettre les *stories* à disposition des compagnies affiliées s'effectuera ainsi : nous avons des synopsis préparés pour chacune de ces *stories* en 30 ou 40 mots et nous les soumettrons aux différentes maisons de production. Elles pourront ainsi faire une sélection selon leur souhait et nous leur transférons les *copyrights* que nous avons ou les achats à un prix raisonnable sur la côte⁴².

Le biographe de Thomas H. Ince, Brian Taves, mentionne le même type de stratégie, ainsi que la présence d'une équipe de « lecteurs » auprès du maître du western dès 1912, soit avant la constitution de la Triangle, au sein d'une autre maison de production qui rassemble les marques Domino, Bison et Kay-Bee :

40. Le rapport ne mentionne que ces deux maisons de production. Ainsi chaque firme possède son propre bureau de scénarios, qui fonctionne de façon similaire d'une société à l'autre. La fusion de Reliance et Majestic donnera naissance à Fine-Arts en 1913, toujours supervisé par Griffith.

41. « The Chief value of this department, however, lies in the better quality of the stories available to a large compact bureau that can attract the better class of writers and can command the pick of the copyrighted published fiction. » (TR 1861-B101). Le rapport précise plus haut que les employés du bureau (*the office force*) rédigent un certain nombre de récits originaux pour l'écran.

42. *Ibid.* (« The manner of disposing of stories to affiliated companies will be as follows: we have synopses of all stories prepared and these synopses in batches of 30 to 40 we will submit to the various companies, from which they may select any desire and will transfer to them our assignments of copyright or purchases at a reasonable advance in price over the coast »).

Ince souhaitait toujours prendre en considération chaque soumission, surtout lorsqu'elle pouvait convenir à des stars sous contrat. Il poursuivit cette pratique pendant toute sa carrière bien qu'une centaine de scripts non sollicités inondait le studio chaque semaine. Le rédacteur en chef du département des scénarios avait une équipe de lecteurs, dont le travail consistait à lire et à établir un rapport des manuscrits soumis, en provenance de tous les pays du monde et de tous les auteurs possibles⁴³.

Plus tard, chaque label au sein de la Triangle dispose de ses propres équipes et de ses propres scénaristes affiliés à un bureau des scénarios. Un *scenario editor* opère une première sélection au sein de Kay-Bee comme de Fine-Arts.

Epes Winthrop Sargent explique la nécessité pour les studios de se doter de lecteurs compétents dans le but de repérer les imposteurs qui auraient pu plagier l'œuvre d'un autre. Outre ses compétences littéraires le lecteur remplit donc aussi une fonction de nature plus juridique en évitant au studio d'éventuels procès pour contrefaçon :

Une personne familière de la littérature standard courante était employée pour détecter l'imposteur qui chercherait à vendre des histoires écrites par d'autres, pour lire ce qui était soumis, pour sélectionner le bon du mauvais et de façon globale pour mettre son intelligence au service des autres travailleurs du studio⁴⁴.

Suite au concours lancé par Ince en 1916, un article paraît dans *Photoplay*⁴⁵, résumant rapidement le chemin emprunté par le « scénario » au sein de l'unité supervisée par Thomas Ince, depuis son arrivée par voie postale, jusqu'à sa métamorphose en film. L'article nous explique que le premier à recevoir les « scénarios » est R. C. Smith⁴⁶, que l'on pourrait qualifier de rédacteur en chef du département des scénarios (*scenario editor*). Il sélectionne les récits, avec l'aide de son équipe, avant de les faire passer à Charles Gardner Sullivan qui se charge de leur transformation en *continuity scripts* dans le cadre des récits de long métrage, après avoir obtenu l'aval du superviseur.

Nous trouvons une trace de R. Cecil Smith, sous la signature de ses initiales « R. C. S. », dans les documents de production de la Triangle, en date de 1917. Pour trois « scénarios » envoyés, il rédige un résumé et un compte rendu, donnant son opinion sur la faisabilité du passage en production du projet littéraire. En voici un exemple pour une histoire intitulée *The Astronomer*⁴⁷ :

43. Brian Taves, *Thomas Ince: Hollywood's Independent Pioneer*, Lexington, University Press of Kentucky, 2012, p. 43.

44. Epes Winthrop Sargent, *The Technique of the Photoplay*, New York, Moving Picture World, 1913, p. 9 [2nd édition]).

45. « An Ince Play, from Script to Screen », *Photoplay Magazine*, novembre 1916, pp. 52-57.

46. Éditeur au sein du Département de lecture il écrit aussi certains « scénarios » et *continuity scripts* en 1917 (notamment la version littéraire de *Master of His Home*).

47. TR 245-B13.

Il y a là une histoire possible, avec ce jeune frère qui, tombant dans la luxure, se détourne momentanément de son aîné en devenant amoureux et amant de sa femme, avant de se rendre compte plus tard de son péché. Bien qu'il s'agisse là d'un thème résolument sordide, cela laisse la possibilité d'un bon drame puissant et de situations tendues. Personnellement, je ne l'aime pas, à cause du sujet et de la fin tragique. Je peux cependant reconnaître qu'il contient des possibilités⁴⁸.

Pour un autre « scénario », intitulé *At The Concllor's*, il donne un avis défavorable, sur un petit papier jaune : « Possibilité pour deux bobines, avec très peu de vrai drame et aucune situation nouvelle ou importante. L'histoire d'amour est subordonnée, selon le synopsis. Je ne considère pas ceci comme du matériel Triangle⁴⁹. »

Pour les « scénarios » envoyés de l'extérieur, un lecteur effectue ce travail et juge si le projet filmique correspond à la ligne éditoriale de la maison de production. L'évaluation du projet se fait parfois moins en fonction de la qualité du scénario que de sa conformité à la marque Triangle – d'où la récurrence de l'expression « *Triangle material* ». Cette dernière recèle différents enjeux, aussi bien commerciaux, qu'esthétiques, techniques ou encore moraux.

Il arrive ainsi parfois au lecteur d'envisager un acteur dans le rôle principal, ce qui est déjà un signe positif pour l'entrée en production du « scénario »⁵⁰. Rappelons que *feature film*, signifie littéralement « film qui montre les traits des vedettes. Films à vedettes »⁵¹. De nombreux articles, parus dans les *Triangle Plays*, vantent la participation de stars aux productions de la Triangle, en ayant soin de souligner la provenance théâtrale – Broadway – de bons nombre d'acteurs, qu'il s'agisse de Douglas Fairbanks⁵², de Sir Herbert Beerbhom Tree⁵³, de Mary Anderson⁵⁴ ou encore de Willie Collier⁵⁵. Le but est, bien entendu, la légitimation artistique et culturelle du cinéma, par l'intermédiaire de cette nouvelle société de production et de distribution de luxe. À l'annonce de la création de la Triangle, H. E. Aitken souligne la politique de la firme et son positionnement sur le marché : il souhaite fournir au public le *nec plus ultra* du film de fiction en ayant recours aux réalisateurs les plus brillants, à l'équipement technique le plus perfectionné, et en s'assurant le concours de la fine fleur des acteurs⁵⁶. Lors du lancement du concours des scénarios, l'occasion est à nouveau donnée à Ince de réaffirmer la

48. *Ibid.*

49. TR 0250-B13.

50. À la cote TR 1701-B50, nous trouvons un résumé suivi d'un commentaire du lecteur : « L'histoire contient les éléments d'une bonne comédie – elle a été écrite pour Douglas Fairbanks ».

51. Jean Giraud, *le Lexique du cinéma des origines à 1930*, Paris, CNRS, 1958, p. 119. L'auteur s'appuie sur un texte datant de 1918 pour donner cette définition.

52. *Triangle Plays*, n° 1, 23 octobre 1915.

53. « Sir Herbert Is New Triangle Capture », *Triangle Plays*, n° 2, 30 octobre 1915, p. 1. À ce propos voir aussi M. Vernet, « Cinéma – USA théâtre – Angleterre : le cas Beerbhom Tree », *Cinéarchives*, 13 janvier 2010, [en ligne] <http://cinemarchives.hypotheses.org/927>.

54. « Mary Anderson Returns to Stage for Triangle », *Triangle Plays*, n° 3, 6 novembre 1915.

55. « Willie Collier of Broadway Arrives at Keystone Studio », *Triangle Plays*, n° 3, 6 novembre 1915.

56. « The Great Triangle Idea – Its Full Scope and Purpose », *Triangle Plays*, n° 1, 23 octobre 1915.

politique éditoriale de son label, expliquant au public ce qu'il souhaite et ce qu'il refuse. Les consignes sont les suivantes :

M. Ince souhaite en particulier : des histoires fortes et viriles pour W. S. Hart ; des comédies sociales ou dramatiques légères pour Bessie Barriscale ; des personnages au fort caractère pour Frank Keenan ; des pièces romantiques (pas en costume) pour William Desmond ; et des pièces sympathiques (telle *The Coward*) pour Charles Ray. Il ne veut pas : des sujets politiques, de propagande, des drames impliquant des sectes religieuses ou politiques, ou tout traitement du sexe, qui offenserait dans tous les cas⁵⁷.

Cette expression – « *Triangle material* » – peut donc se comprendre de diverses façons. La recherche de la légitimation du cinéma passe aussi bien par le champ culturel – on espère un transfert de prestige des planches à la pellicule par l'intermédiaire des acteurs qui jouent désormais dans les films – qu'esthétique – on insiste sur l'investissement technique⁵⁸ à des fins artistiques – ou encore moral –, on s'assure le soutien d'instances communautaires (mentionnées plus haut) par l'intermédiaire de films de bon goût. D'ailleurs la Triangle propose des films destinés à un public familial comme en témoigne notamment *Peggy*⁵⁹ qui sert de véritable vitrine pour la firme à sa sortie⁶⁰. Le slogan de la Triangle synthétise bien son aspiration à prôner des valeurs morales et familiales : « *Clean pictures for clean people* ».

Les documents de production, par définition, ne contiennent que des films entrés en production et ne nous donnent que peu d'informations sur les « scénarios » rejetés. En revanche, les projets avortés, les notes de censure interne dans les *continuity scripts*, ou les lettres adressées par le National Board of Censorship à la Triangle sont autant d'indices qui nous renseignent sur les sujets délicats que la firme cherche à éviter. Parmi eux la mort ou la violence⁶¹, et, comme l'expliquait Thomas H. Ince lui-même, le sexe et les sujets politiques délicats⁶².

57. E. Azlant, *op. cit.*, p. 130.

58. Les didascalies relatives à l'éclairage dans les films supervisés par Ince le prouvent notamment.

59. Ce film sort sur les écrans en février 1916. Un numéro spécial de *Triangle Plays* lui est intégralement consacré (n° 18, 19 février 1916). Le public visé pour ce film est très large. La société de production et de distribution affiche son ambition nationale au travers d'articles éloquents (« From New York to San Francisco », « Report from Coast to Coast », etc.) et propose dans ce film des scènes qui sont autant de réminiscences de féeries des premiers temps destinées aux plus jeunes spectateurs. Billie Burke en est la vedette. Son passage par Broadway est largement commenté.

60. Un numéro spécial de *Triangle Plays* lui est consacré en intégralité et en exclusivité : « Extra Special Peggy Number » (*Triangle Play*, vol. I, 19 février 1916).

61. Les documents de production des films *A Phantom Husband* et *A Relic of Old Japan* contiennent des didascalies précises pour éviter le traitement d'une scène dans une morgue et d'un meurtre de façon frontale.

62. À ce propos l'exemple du film produit le plus « délictueux » du point de vue de la ligne éditoriale prônée par la Triangle est sans conteste *The Despoiler*, réalisé par Reginald Barker, sur la base d'un « scénario » original de J. G. Hawks et Thomas Harper Ince lui-même. Il paraît aujourd'hui très surprenant que ce film soit entré en production tant il met en scène un sujet choquant par bien des aspects : le viol d'une chrétienne occidentale par un chef barbare dans une abbaye, puis son exécution sur ordre de son propre père. Ce film demeure une exception difficilement compréhensible au regard du reste de la production. Pour une analyse de la restauration du film et du récit lui-même voir : http://www.cinematheque.fr/sites-documentaires/triangle/rubrique/archives-photos-et-films-les-films-triangle-la-restauration-de-the-despoiler.php#ancre_01 [en ligne].

Au sein de Reliance-Majestic puis Fine-Arts, c'est Frank Woods qui est le *scenario editor* et qui se charge de la première sélection du matériel littéraire⁶³. Ce type d'organisation se retrouve dans d'autres firmes américaines à la fin des années 1910, comme en témoigne le fonctionnement de Universal mentionné dans un autre article de *Photoplay* en 1917 et explicité par l'historien Mark Garrett Cooper⁶⁴. Le *scenario editor* acquiert d'ailleurs une certaine importance dans les années 1910 (comme le prouvent les articles de *Photoplay* consacrés à cette question) et chaque maison de production se voit dotée d'un professionnel assumant ces fonctions et intervenant ici ou là dans la presse, pour donner des conseils en matière d'écriture scénaristique. La Triangle ne fait donc pas exception et reprend une pratique qui lui est antérieure. Dans un article de *Photoplay*, en avril 1915, plusieurs *scenario editors* témoignent contre le charlatanisme des prétendues écoles de scénarios qui n'aident en aucun cas les apprentis scénaristes⁶⁵ : Frank E. Woods, alors en poste au sein de Reliance-Majestic Company témoigne, de même que Leslie T. Peacocke, John F. Pribyl ou encore Lawrence McCloskey, respectivement *scenario editors* à la Word Film Corporation, la Selig Polyscope Company et la Lubin Manufacturing Co.⁶⁶. En juillet 1914 apparaît également un journal, *The Photoplay Author*, dédié spécifiquement à l'écriture des « scénarios », qui laisse la parole à M. Lang, *scenario editor* chez Kalem, dans le premier numéro. Les *scenario editors* deviennent eux-mêmes scénaristes après quelques années

63. « Scenario "School" Advertising Barred by *Photoplay Magazine* », *op. cit.*, pp. 114-115. Frank Woods est présenté comme « *scenario editor* » au sein de la Reliance-Majestic Company. Dans les archives du fonds Triangle Film Corporation, des courriers datés de 1914 sont échangés entre un auteur mécontent et M. Woods qui explique que le scénario intitulé *Captain Molly Pitcher* a été refusé par Griffith au motif que l'histoire ne convenait pas pour une production en Californie. (TR 363-B18) L'aval du superviseur est donc nécessaire avant l'achat et le passage en production. À partir de 1917, nous trouvons des notes de lecture signées Helen Bagdley (*The Little Devil*, TR 1701-B50).

64. « En mai 1917, Davis décrit pour les lecteurs de *Photoplay* sa façon d'envisager l'organisation officielle de Universal. Le manager du studio retrace le parcours d'un hypothétique film depuis le scénario jusqu'à l'écran. [...] Davis commence par expliquer que Universal lit plus d'une centaine de manuscrits par mois, "rédigés par des amateurs aussi bien que par des auteurs plus ou moins connus", en plus de la fiction des magazines actuels. Le département des scénarios rédige des comptes rendus et des synopses de ces travaux ; le rédacteur en chef du département des scénarios lit et en rejette "au moins 95 pour cent". Les 5 pour cent restant passent entre les mains d'un second lecteur et, sur la base des deux rapports, l'éditeur du département des scénarios fait des recommandations pour l'achat au manager de la production, "qui possède sa propre équipe, entraînée à lire des manuscrits non seulement du point de vue de l'histoire", mais de façon plus large "en prenant en compte l'argument financier". [...] Les *stories* approuvées par le manager de la production, explique Davis, "constituent notre source de ravitaillement, en plus de ce que produisent les écrivains spécialisés qui écrivent des scénarios sur des sujets particuliers". » (Mark Garrett Cooper, *Universal Women : Filmmaking and Institutional Change in Early Hollywood*, Urbana, University of Illinois Press, 2010, p. 38).

65. Il est surtout reproché à ces écoles l'enseignement par correspondance, qui ne saurait convenir (« the idea, cannot be taught through the medium of the United States mails »). L'argument semble faible, mais le but de l'article est avant tout de vanter les mérites des *scenario editors* et de leur reconnaître un savoir-faire que seule leur expérience au sein des studios leur aurait permis d'acquérir. La reconnaissance professionnelle d'un nouveau métier paraît être la principale motivation des griefs énoncés à l'encontre de ceux qui prétendent, en dehors des studios, prodiguer des conseils ou pire, un enseignement. L'article mentionne également que seule la fréquentation des salles permet de comprendre ce qu'est un bon film.

66. « Scenario "School" Advertising Barred by *Photoplay Magazine* », *Photoplay magazine*, avril 1915, pp. 114-115.

FOR YOUR INFO

FOR INTER-DEPARTMENT CORRESPONDENCE

THE TRIANGLE FILM CORPORATION
HARRY D. DAVIN, VICE PRESIDENT AND GENERAL MANAGER

CULVER CITY, CALIFORNIA OFFICE

TO *Harn* FROM *To*
MR. HARN MR. HATTERTSON
DEPARTMENT Reading DEPARTMENT Executive

IN REPLYING
REFER TO NO

OF Feb. 13 1918

SUBJECT

RE- HEIRESS FOR A DAY similarity to DODGING A MILLION.

COPY OF LETTER FROM MR. PHILLIPS TO MR. HARN.

Feb. 8, 1918

My dear Mr. Harn:

My offerings at least seem to be getting a little hotter each time which is not discouraging. I am sending you a carbon copy of "ONE WOMAN'S BARGAIN" supplementary to your suggestion that should I rewrite the story you would be good enough to reconsider it with a view to purchase. You say: "Often times...an author will discover where he might have built the whole structure into a strong, appealing story, where as it stands, it is only a mediocre one." I don't think you would make so strong and frank a statement as this unless you saw that my story was mediocre and you saw a way to give it distinction. I am more than glad to have you or any of your writing staff give it the necessary touches which I must confess my closeness to it prohibits. Whoever will assume this task may have 50/50 on credit money and screen credit. And believe me, when I add that I shall be most pleased and agreeable to this arrangement. I may add that William A. Brady made me one of his stingy offers for the story and I refused it. I am sending you also "THE ETERNAL CONFLICT". I would be glad to know when it is your purpose to release "HEIRESS FOR A DAY" which I was fortunate to sell your company in November. And finally, I have sold two plays - one to American, one to Goldwyn - since I last wrote you,

FAITHFULLY AND COMBIDALLY YOURS,

(SIGNED) Henry Albert Phillips.

NOTE
ALL COMMUNICATIONS MUST
BE HANDLED IN LINE WITH
INSTRUCTION LETTER NO. 1

d'expérience, comme en témoignent les parcours respectifs de Frank Woods⁶⁷ et R. Cecil Smith⁶⁸ au sein de Fine-Arts et Kay-Bee.

Il ne fait aucun doute que ces brefs comptes rendus sont destinés à être lus par d'autres responsables du studio qui doivent donner leur aval pour que les « scénarios » sélectionnés soient transférés puis transformés en *continuity* par les équipes du département des scénarios. Parmi ces responsables, l'article de *Photoplay* évoqué précédemment⁶⁹, mentionne Charles Gardner Sullivan pour le label Kay-Bee. Celui-ci est un collaborateur de Ince de longue date et a acquis sa confiance⁷⁰. Mais c'est surtout le superviseur, Thomas H. Ince, qui doit donner son accord, ainsi certainement que le *business manager* – E. H. Allen – dont on trouve mention dans ce même article, ainsi que dans un *continuity script* – où il transmet des directives aux équipes de tournage⁷¹. De manière générale, le département de lecture doit rendre des comptes au département de l'exécutif (*executive department*)⁷². Les employés du bureau des scénarios transmettent ainsi certains courriers échangés avec des auteurs⁷³, pour rendre compte à leur hiérarchie des agissements de l'équipe et pour s'assurer des directives à suivre. Le département des scénarios ne semble pas évaluer le montant à payer dans le cadre des achats aux journaux ou aux auteurs. Là aussi, les employés s'en remettent à un autre département (dirigé certainement par le *production manager* pour reprendre la catégorie proposée par Mark Garrett Cooper) pour demander de fixer un montant. Malheureusement, les archives sont lacunaires et les départements n'utilisent pas toujours les formulaires pré-remplis qui permettent parfois d'identifier certains membres dans l'organigramme de la maison de production, ainsi que les différentes missions des départements et les relations qu'ils entretiennent entre eux. Dans un courrier en date du 17 août 1915, un agent du département des scénarios (le document n'est pas signé, hélas) s'adresse à M. Stoemer pour lui demander à quel montant doit s'élever l'achat de « scénarios » rédigés par M. Murdock :

Cher M. Stoemer, j'ai lu quatre ou cinq scénarios que M. Murdock nous a envoyés. Je mets à votre disposition un bref résumé de ceux-ci et je vais essayer de vous donner autre chose dans deux jours. Je

67. Frank Woods devient scénariste au sein de la Fine-Arts où il écrit notamment *An Old Fashioned Young Man* (TR 221-B12).

68. R. Cecil Smith devient auteur de certains *continuity scripts*, notamment d'un film tourné par Frank Borzage en 1917, *Flying Colors* – John Lynch est auteur de la *story* (TR 613-B31) ou encore de *Sudden Gentleman* (TR 1607-B75). Son parcours montre bien son évolution sociale au sein de l'industrie cinématographique et les passerelles entre les différents départements et métiers.

69. « An Ince Play, from Script to Screen », *op. cit.*, pp. 52-57.

70. Brian Taves, *op. cit.*, pp. 61-63.

71. Notamment pour la constitution de *trailers* ou photographies d'exploitation. À titre d'exemple, voir TR 713-B35. Allen demande au réalisateur (par l'intermédiaire de l'auteur du *continuity script*, Monte M. Katterjohn) de tourner une scène deux fois : la première pour les besoins du film et la seconde pour en assurer la promotion.

72. Le producteur a un droit de regard sur tout le processus de production et s'assure que les films correspondent à la stratégie et à l'image de marque de l'entreprise. Le *business manager* ou *production manager* sont là pour s'assurer de la correspondance entre l'image de marque de l'entreprise et le choix des projets éditoriaux comme en témoignent les diverses sources analysées. Ils fixent également le montant des achats.

73. En février 1918, M. Hurn, du département de lecture, transmet à M. Patterson, de l'*executive department*, le double d'une lettre envoyée par un auteur, Henry Albert Phillips (TR 210-B11).

voudrais savoir si vous souhaitez que cela soit pris en charge par notre département des scénarios et si vous pouvez me donner une idée de la valeur que vous leur donneriez en cas d'acceptation, car je dois voir M. Murdock la semaine prochaine et je voudrais pouvoir lui donner notre position afin qu'il sache si cela vaut la peine qu'il continue de nous offrir ce qu'il écrit, et s'il peut développer de nouveaux sujets pour nous⁷⁴.

Nous n'avons pas trouvé d'autres traces de M. Stoemer qui brille par son absence dans les archives de la Triangle conservées à la Cinémathèque française. Est-il le *business manager*? Le *superintendent of production*? Et sera-t-il remplacé en 1916 par E. H. Allen ou encore David H. Hartford, tous deux mentionnés dans l'article de *Photoplay Magazine* en 1916? Pour quel label travaille-t-il? Autant de questions sans réponse et de nouvelles questions découlent de ces interrogations légitimes : à quelles fonctions correspondent ces différents métiers? Quelle(s) réalité(s) englobent-ils?

Cette tentative de reconstitution du fonctionnement interne du bureau des scénarios au sein de la Triangle se heurte à trois difficultés entremêlées : le travail sur archives que l'on pourrait qualifier de lacunaire, par définition (elles sont constituées parfois de morceaux de papiers jaunes non signés, déchirés, informels issus de fonds eux-mêmes éparpillés⁷⁵) ; le travail sur une période de grande instabilité et d'incertitude : la construction historiographique tente de faire état de l'industrie cinématographique alors en chantier (beaucoup de métiers se créent à cette période) ; enfin le vocabulaire n'est pas défini car la réalité précède la dénomination. Aussi, les mots utilisés à l'époque varient d'une source à l'autre, et ne correspondent pas toujours aux définitions actuelles.

Retenons que le bureau des scénarios a pour mission de rédiger des notes de lecture qu'il transmet ensuite aux services commerciaux des différents labels, en charge de donner l'accord final pour achat et de stipuler le montant évalué.

Au-delà du sujet proprement dit, trois éléments peuvent favoriser le passage en production de ces « scénarios » au sein de la Triangle. En premier lieu, cela a été dit, si le récit sied à une star de la firme (William S. Hart pour Kay-Bee, Douglas Fairbanks pour Fine-Arts), il a alors de fortes chances d'être adapté. Ensuite, la présence d'un décor correspondant à l'histoire, conservé dans les entrepôts des studios, constitue un atout indéniable pour le passage en production. L'adéquation entre la *story* et un décor déjà existant prouve non seulement une coïncidence entre le style de la Triangle et celui de l'histoire contée, mais permet également d'anticiper la réduction du coût de production du film⁷⁶.

74. TR 359-B18.

75. Les archives Triangle sont dispersées dans différentes institutions : Cinémathèque française, Museum of Modern Art, Margaret Herrick Library ou encore Wisconsin Historical Society.

76. Pour la réalisation du film *The Patriot*, Monte M. Katterjohn, auteur et scénariste, préconise le emploi des décors du film *The Jungle Child* : « Scène 11 VILLAGE CUBAIN. Utilisez le décor de la jungle construit pour M. Edwards et utilisez-le pour *The Jungle Child* – il servira admirablement pour cela » (TR 996-B47). Or le film *The Jungle Child* est signé du même auteur et a été enregistré deux mois plus tôt – le *copyright* est déposé en mars 1916 – alors que le tournage de *The Patriot* commence le 25 mai 1916. Le décor que l'on souhaite réemployer – le village d'une tribu indienne – va servir à représenter cette fois-ci un village cubain pour un épisode relatant la guerre à Cuba.

Nous pouvons parler ici d'une « esthétique économique »⁷⁷ qui consiste à réemployer un décor pour différents films afin d'en rentabiliser le coût de fabrication et conjointement de diminuer le coût de revient du film. Il arrive aussi que le lecteur souligne la rapidité du tournage de certaines scènes clés⁷⁸. Ce dernier argument penche également en faveur d'un passage en production.

La création d'un bureau de lecture (Reading department)

Il faut attendre 1918 pour que le comité de lecture s'organise de manière beaucoup plus franche et industrielle au sein d'un département qui se consacre exclusivement à cette tâche : le *Reading department*⁷⁹. Est alors établi un formulaire – nommé « Form S100 » – que les lecteurs doivent remplir, avant de les soumettre au responsable du bureau de lecture – M. Hurn, à cette date – qui prend la décision finale. Le *Reader's Report*, est rédigé par le lecteur qui doit remplir certaines cases, faire un résumé de l'intrigue en cinquante mots et donner son avis sur son adaptation pour l'écran. Sont inscrits le titre, le nom de l'auteur, le genre⁸⁰, l'âge des personnages principaux, le lieu où l'histoire se déroule, la présence ou l'absence de scènes dramatiques (*big situations*), ainsi que les accidents, les scènes de foule ou les incendies – les critères sont explicitement stipulés. Ces derniers éléments donnent une idée du caractère spectaculaire que l'on souhaite conférer aux films par leur intermédiaire, mais aussi de la très forte standardisation du processus de fabrication. Trois lecteurs au minimum sont embauchés par le département de lecture – et ont pu être identifiés par l'intermédiaire des formulaires : Earl R. Hewitt⁸¹, Flori⁸², ou encore Ralph Westfall⁸³.

Les commentaires libres donnés par les lecteurs laissent un peu plus de possibilité à la liberté ou à la création de s'exprimer que le reste du formulaire, extrêmement formaté :

Possibilité de faire quelque chose pour Olive T. mais l'auteur a beaucoup écrémé et a laissé une grande quantité d'éléments à notre imagination. La chose est plutôt maladroite jusqu'au bout – mais je pense qu'il y a une chance de la rendre plus intéressante. Cela pourrait aller un peu plus vite. Matériau pour un film palpitant et avec une histoire d'amour, mais nous retrouvons les éléments des westerns habituels⁸⁴.

Les annotations au crayon à papier suggèrent qu'il y eut plusieurs lecteurs. Il est écrit à la fin du document « *Final Disposition* » et le nom de M. Hurn apparaît automatiquement. Ce dernier est à la tête

77. Laurent Le Forestier, *Aux sources de l'industrie du cinéma : le modèle Pathé (1905-1908)*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les Temps de l'image », 2006, pp. 271-272.

78. Pour un « scénario » intitulé *The Sacrifice*, le lecteur écrit : « Il n'est pas nécessaire de montrer la chambre législative. Foule grande ou petite, en option avec la compagnie ; toutes les scènes de foule pourraient être tournées en un jour » (TR 1269-B59).

79. Ce terme apparaît en février 1918 sur des courriers en interne. (TR 210-B11)

80. Plusieurs genres sont proposés : « Domestic Dr. » [Drama], « Society Dr. », « Heart Int. » [Interest], « Western », « Comedy Dr. », « Tragedy » ou encore « Farce ». (TR 0285-B15 ; TR 1339-B63)

81. TR 285-B15.

82. TR 1339-B63.

83. TR 459-B24.

84. TR 1339-B63.

Form 5169

READER'S REPORT

Possibility. 8

Title THE BEAUTY DOCTOR Author Kleancy Knowles From Purchased.

Type of story: Dream story--Domestic stuff.

Domestic	Society Dr.	Heart Int.	Western	Comedy Dr.	Tragedy	Farce
Leads: Male — Approximate Age 30				Weeks? 10.		
Female — " 25				Five Scenes? 10.		
General Locale <u>Any city</u>				Max Scenes? 10.		

Key Situations? — —

10-Word Synopsis: Wife wants to take beauty treatment, but husband opposes. She about has a fit and is a dream, which is not known to be such until the end, believes she accepts the beauty doctor's proposal to go away with him, he will make her beautiful. She then thinks her husband is accused of her murder through circumstantial evidence and she goes to try and free him of the charge, but he one recognizes her in her rejuvenated state. Her husband is convicted, whereupon she suddenly awakes to find him beside her.

Even though material is hackneyed to a degree, Adaptability to Screen? Believe something could be made of this. Could be made straight farce, possibly, or also run as a dream, which is not shown to be such until the end. Offers wide range of possible comedy side developments.

Date Rec. 1/30/18 Date Ret. 1/30/18

Final Disposition Mr. Eurn. Reader Earl E. Rowlett.

Note de lecture interne (1918).

du département de lecture comme en atteste une lettre interne⁸⁵. À côté ou en dessous de son nom se trouve un commentaire écrit au crayon à papier, ainsi qu'une note – de 1 à 10 – en haut du document, donnant un avis final et évaluant le document en fonction de ses possibilités d'adaptation pour l'écran. Nous observons ici de quelle manière le passage en production des documents scénaristiques est extrêmement contrôlé et le processus tout à fait hiérarchisé.

Nous sommes face à un processus organisé de manière à la fois verticale – le lecteur sélectionne et son travail est contrôlé par son supérieur hiérarchique qui donne sa signature pour accord – et horizontale – les documents voyagent entre les différents départements de la firme – du *reading department* au *scenario department*, en passant par l'*executive department* – pour la circulation de l'information nécessaire à la fabrication des films de la pré-production jusqu'à la post-production.

85. TR 210-B11. Il copie une lettre d'un auteur à un membre du Bureau exécutif. Sa présence est attestée dans de nombreux dossiers, sur les *Reader's Report*, dans des lettres internes, et dans la correspondance avec les auteurs extérieurs.

Du « scénariste » au *picturizer*: professionnalisation de l'écriture scénaristique

Après que le matériel littéraire est passé sous les fourches caudines des lecteurs du département de lecture, ou qu'il a reçu l'aval du supérieur hiérarchique⁸⁶, il est acheminé au Bureau des scénarios (*Scenario department*), qui se charge de son adaptation pour l'écran.

Les employés du département de scénarios qui prennent en charge les récits sélectionnés et validés par la hiérarchie ont plusieurs missions : ils transforment cette matière littéraire en documents de tournage prêts à l'emploi, et ils écrivent également des *stories* pour le compte du studio qui détient ainsi le *copyright*. Dans chacun des cas, le processus passe par une version littéraire, qu'il faut transformer en cahier des charges pour la fabrication du film : le *continuity script*.

La dénomination de ces employés n'est pas fixée jusqu'en 1916. Auparavant ils peuvent être nommés « *office force* »⁸⁷ sur les documents de production, « *writer* »⁸⁸, « *author* »⁸⁹ ou encore « *scenarist writer* »⁹⁰ dans la presse. Ces multiples dénominations prouvent une fois de plus que la profession n'est encore pas clairement définie et stabilisée⁹¹. Les employés du département se chargent d'écrire des *stories* originales. Ils transforment également les *stories* – les leurs ou celles acquises à l'extérieur – en *continuity scripts*. À partir de 1916 apparaît un nouveau verbe pour désigner le travail des « scénaristes » : *picturized by*⁹², terme qui permet de les différencier de l'auteur de la version exclusivement littéraire. Les auteurs des *continuity scripts* deviennent donc au fil de la décennie des *picturizers*, chargés

86. Les membres du département des scénarios soumettent leurs *stories* à Thomas H. Ince avant de les transformer en *continuity scripts*.

87. Notamment sur le rapport de la Mutual précédemment cité.

88. *Ibid.*

89. *Photoplay Journal*, novembre 1916, p. 20. À propos de la sortie du film *A Corner in Colleens*, un court article paraît : « Beaucoup d'éloges reviennent à C. Gardner Sullivan qui non seulement est l'auteur de la *continuity* de cette histoire mais aussi des intertitres astucieux qui abondent et qui apparaissent systématiquement à l'écran au bon moment ».

90. « Fire Sweeps Inceville. Administration Building Burns, Destroying Several Hundred Scenarios and Big Stock of Film. Producer Ince and Many Employes Seriously Burned », *Moving Picture World*, 22 janvier 1916, p. 578.

91. Martin Barnier rencontre le même type de problème à propos du « bruiteur » qui exerce chez l'exploitant, appelé aussi parfois « homme chargé de faire des bruits », « bruitiste » ou « bruisseur », voire « accessoiriste ». (M. Barnier, *Bruits, cris, musiques de film : les projections avant 1914*, Rennes, PUR, 2010, p. 121). Il en va de même pour Le Forestier au sujet de la fonction qu'occupe Ferdinand Zecca chez Pathé, tantôt nommé « inspecteur général des studios » tantôt « directeur général ». (Le Forestier, *op. cit.*, p. 174). Un article paru précédemment dans *1895 revue d'histoire du cinéma* aborde cette question délicate du vocabulaire employé : « Pour une nouvelle histoire du cinématographe : cinq questions à André Gaudreault » par François Albera, Alain Boillat, Alain Carou et Laurent Le Forestier (n° 57, avril 2009, pp. 9-16). Il arrive également qu'un seul terme renvoie à différents métiers, tel celui de « directeur musical », tantôt employé par les maisons de production, tantôt employé par l'exploitant, alors même que ses fonctions varient d'un endroit à l'autre (voir M. Gignac, « Du "scénario" au film : la création du long métrage de fiction aux États-Unis et en France dans les années 1910 », Thèse de doctorat en études cinématographiques sous la direction de Marc Vernet, Université Paris-Diderot Paris 7, septembre 2014. En particulier le chapitre 9, pp. 562 et suivantes).

92. TR 1646-B48 : il s'agit du dossier du film *The Last of the Ingrams*, tourné à partir du 30 octobre 1916. Apparaît au générique la mention suivante : « By John Lynch, picturized by J. C. Hawks. » Voir également : TR 1164-B54. Pour le film *Master of his Home*, aussi intitulé *Little Partner* (1917), il est écrit sur le *continuity script* « author : R. C. Smith », « picturized by Monte M. Katterjohn ».

de mettre en image les « scénarios », de transformer la matière littéraire en données techniques utiles à l'exécution des films.

Plusieurs « scénaristes » puis *picturizers* travaillent auprès de Thomas H. Ince au sein de Bison, Domino, Broncho, puis Kay-Bee. Richard V. Spencer et William Clifford produisent tous deux une grande quantité de récits de 1913 à 1915 pour des films de deux ou trois bobines essentiellement⁹³. Avec la création de la Triangle, certains *picturizers* se spécialisent dans les films de cinq bobines comme en témoigne l'activité de Monte M. Katterjohn ou encore celle de Charles Gardner Sullivan, rejoints par John Lynch R. ou J. G. Hawks.

La plupart proviennent du journalisme et de la presse écrite : « Les premiers écrits scénaristiques doivent beaucoup dans le concept, la pratique, le service du personnel et le "mode d'emploi" au théâtre, ainsi qu'à la littérature, aux arts graphiques, au vaudeville et, plus spécialement au journalisme »⁹⁴. Dès 1898, la Biograph envisage l'écriture des films comme une branche séparée de la production, et embauche Roy L. MacCardell comme *scenario editor*⁹⁵. Il vient du journalisme comme la plupart des scénaristes qui émergeront les mois et années suivantes. Il écrit pour différents journaux (*The Evening Sun*, *New York Work*, *The Metropolitan Magazine*, etc.) avant de se consacrer à l'écriture scénaristique. Il en va de même de Frank Woods qui est d'abord un journaliste important ayant joué un rôle notable dans la critique cinématographique. Écrivant pour le *New York Dramatic Mirror*, sous le pseudonyme de « Spectator », il milite en faveur de la reconnaissance du cinéma en tant qu'art⁹⁶. Puis il prend la tête de la Photoplay Author's League, en mars 1914, afin de défendre ceux qui écrivent pour le cinéma et qui voient leurs intrigues mal rémunérées, ou même volées. Le parcours de Frank Woods symbolise bien les liens intrinsèques qui unissent l'art et l'industrie cinématographiques, l'amélioration du premier n'allant pas sans les réformes (ou plus simplement la structuration) de la seconde, dans bien des esprits américains. D'abord militant en faveur de la légitimation artistique du cinéma, il a le souci de réguler et d'améliorer le fonctionnement de l'industrie, tout en étant partie prenante des changements.

Les journalistes voient l'occasion de mettre leurs qualités rédactionnelles comme leurs capacités d'investigation et de documentation au service de l'industrie du film. Le journalisme est soumis à des contraintes commerciales et industrielles qui s'accroissent au XIX^e siècle et il apparaît naturel que le cinéma s'en inspire lorsqu'il s'industrialise et qu'il « débauche » ou attire les journalistes. Plusieurs témoignages paraissent dans la presse et reconnaissent la filiation entre journalisme et écriture scénaristique :

93. Citons à titre d'exemples *A Barrier Royal* (1913), *Den of Thieves* (1914), *A Case of Poison* (1914), *Southern Cinderella* (1913), *College Days*, etc. Les dossiers de ces films sont conservés dans le fonds Triangle Film Corporation de la Cinémathèque française.

94. Azlant, *op. cit.*, p. 60. Concernant la dette des documents scénaristiques au théâtre, voir également Jean-Marc Larrue, Giusy Pisano (dir.), *les Archives de la mise en scène. Hypermédialités du théâtre*, Presses Universitaires du Septentrion, coll. « Arts du spectacle – Images et sons », 2014.

95. Cf. note 1.

96. Eileen Bowser, *History of the American Cinema*. t. 2, *The Transformation of Cinema 1907-1915*, New York, C. Scribner's sons / Toronto, Collier Macmillan, pp. 89-91 et 267.

Ayant débuté en tant qu'exploitant et distributeur il y a plusieurs années, James P. Cogan trouva que sa première expérience dans le journalisme et les magazines convenait particulièrement bien pour son travail de scénariste. Il prit des leçons à la Biograph, travaillant avec Griffith et Sennett. Pendant trois ans, il rédigea des scénarios au sein des studios Edison, et ensuite, au sein des studios de Reliance et Majestic⁹⁷.

Silvio Alovisio explique parfaitement l'intérêt des maisons de production à recruter des hommes de lettres – qu'ils viennent du théâtre ou du journalisme :

La valeur d'usage de celui qui conçoit les sujets consiste, en effet, en une sorte de « capital » d'érudition : en d'autres termes, le producteur investit non seulement sur la créativité et l'expertise technique du scénariste mais aussi sur sa culture personnelle et sur son expérience méthodologique au moment préliminaire de la « documentation » (relative, par exemple, au contexte historique pour le sujet, aux costumes, aux fonds iconographiques, etc.)⁹⁸.

Aux États-Unis, certains de ces « scénaristes » deviennent particulièrement renommés à l'époque comme le prouve le chemin emprunté par Charles Gardner Sullivan, systématiquement mentionné par la presse comme l'auteur des *continuity scripts*⁹⁹ dont les films sont issus. Plusieurs articles lui sont spécifiquement consacrés dans les journaux corporatistes, vantant ici ou là le « Sunlight Dumas »¹⁰⁰ qu'il est devenu. L'allongement du métrage a permis progressivement à la profession de scénariste d'être reconnue. Les employés occupent désormais un poste fixe au sein du département des scénarios¹⁰¹, et sont de mieux en mieux rémunérés, que ce soit pour un travail d'adaptation ou de composition originale. Sullivan est ainsi considéré comme l'un des protagonistes de l'industrie cinématographique américaine parmi les mieux rémunérés. Il aurait été payé 52 000 \$ par an à la fin de la décennie, le journal *Variety* s'autorisant ainsi la comparaison avec un magnat des chemins de fer¹⁰². L'industrie cinématographique se fait une place des plus lucratives dans le paysage économique américain et les scénaristes profitent du *star system*, même si leur position est sans commune mesure avec celles des acteurs.

Ce passage des employés de la presse écrite à l'industrie du film explique en partie les manières de faire relatives à l'écriture scénaristique. En effet, comme nous l'avons souligné, le « scénario » désigne

97. « James P. Cogan, Premier Scenario Editor », *Moving Picture World*, 4 décembre 1915, vol. 22, n° 11, p. 1838. Nous trouvons des articles similaires les semaines suivantes. Citons « Premier Scenario Department » : « M. Burton apporte à son emploi plusieurs années d'expérience littéraire, passées d'une part dans les journaux, d'autre part dans les magazines, et les deux dernières années ont été plus proches de l'industrie du film » (*Moving Picture World*, 11 décembre 1915, vol. 26, n° 12) ; ou encore « William Morgan Hannon, scenario Editor », *Moving Picture World*, 18 décembre 1915, vol. 26, n° 13, p. 2163.

98. Silvio Alovisio, *Voci del silenzio. La sceneggiatura nel muto italiano*, Milano, Il castoro / Torino, Museo nazionale del cinema, 2005, p. 133.

99. Voir la citation mentionnée dans la note 89.

100. « C. Gardner Sullivan, the Speed-and-Power King of Authorial Inceville », *Photoplay Journal*, mai 1916, pp. 147-149.

101. À la différence des auteurs extérieurs qui sont payés à la pièce.

102. Azlant, *op. cit.*, pp. 173-180.

un texte de nature exclusivement littéraire, ne contenant aucune annotation technique relative à la fabrication du film, et s'apparente à une *story*, telle qu'elle est publiée dans la presse écrite. Aussi les scénaristes spécialisés dans les récits de long métrage – tel Sullivan au sein de la Kay-Bee notamment – vont-ils soumettre leurs récits sous forme de *stories*, enregistrées légalement sous forme de livrets bleus de quelques pages, et dont le *copyright* appartient au studio. Le passage par une forme exclusivement littéraire, même pour des récits originaux produits en interne par le studio (label Kay-Bee), est un fait avéré. Aucune différence de forme ou de traitement, sinon minime, ne distingue donc le « scénario » envoyé de l'extérieur par un auteur *free-lance*, ou acheté à un magazine, du « scénario » écrit en interne par un employé du département. La formation et la provenance des auteurs – la presse écrite, le monde littéraire – étant les mêmes dans une majorité de cas. Cela est vrai pour le fonctionnement du label Kay-Bee, mais mérite d'être nuancé pour Fine-Arts.

En effet, d'un label à l'autre, le mode de fonctionnement est très différent. Les rôles et répartitions des tâches ne sont pas les mêmes. Ainsi, Douglas Fairbanks écrit-il lui-même le « scénario » original de *The Good Bad Man*, réalisé par Allan Dwan en 1916 au sein de Fine-Arts. Cela paraît impensable pour le label Kay-Bee, beaucoup plus structuré et hiérarchisé. Si le passage d'acteur à réalisateur s'opère assez facilement au sein des studios – comme en témoigne l'exemple emblématique de William S. Hart – les étapes de conception et d'exécution des films sont toujours bien distinguées.

Les documents scénaristiques de Fine-Arts comportent beaucoup moins d'étapes d'écriture et sont souvent réduits à leur portion congrue, comparativement à ceux du label Kay-Bee, supervisés par Ince¹⁰³. Griffith va même jusqu'à réduire à néant l'utilité des documents scénaristiques dans un article paru dans *Triangle Play*, le 23 octobre 1915 : « Je commence par mettre le scénario en pièces ». L'article précise :

Griffith insuffle une vitalité créative dans l'ensemble. Je crois également que c'est lorsque le scénario est suivi servilement – comme c'est le cas dans certains studios – que le résultat est le plus pauvre. Le scénario préparé par un écrivain extérieur au studio n'était généralement d'aucune utilité. Il me semblait que la narration devait être remodelée, et elle l'était, avant d'être soumise à l'objectif de la caméra¹⁰⁴.

Nous relevons au passage la concurrence entre les deux labels – et surtout entre les deux grands réalisateurs devenus « superviseurs » – qui s'affirme ici avec une certaine hargne. Sur les documents de tournage supervisés par Ince au contraire, le superviseur oblige les équipes de tournage à suivre scrupuleusement les consignes du *continuity script*¹⁰⁵, qui se présente sur un papier au *legal format* et peut donc être envisagé comme un document contractuel relevant d'un contrat passé entre le superviseur et le réalisateur.

103. « N'oublions pas que c'est Ince qui est à l'origine de la création du *continuity script*, qui est pratiqué au sein du label qu'il supervise, mais ne s'applique pas aux autres labels de la Triangle. »

104. « Great Expenditure at Triangle Studios », *Triangle Play*, 23 octobre, 1915.

105. Sur chacun d'entre eux, il est ainsi écrit en rouge, en bas de la première page : « Il est instamment demandé par M. Ince qu'aucun changement d'aucune sorte n'intervienne dans le scénario, soit par l'adjonction de nouvelles scènes ou par le changement d'une action décrite ou le changement des titres, sans l'avoir au préalable consulté ».

Cela a bien sûr beaucoup à voir avec le superviseur en charge. Mais là encore, d'un label à l'autre, les fonctions et implications diffèrent. La présence de Ince en tant que superviseur est attestée sur les documents de production, et ce, à chaque étape de la fabrication des films, de la pré-production jusqu'au tournage qu'il supervise parfois – c'est notamment le cas pour *Peggy*, cité plus haut. Il n'en va pas de même pour Griffith qui semble absent des plateaux et dont les fonctions effectives de superviseur restent encore à démontrer...

À partir de 1918, le fonctionnement et les stratégies d'une firme américaine comme la Triangle s'importent en France, notamment au sein de Pathé qui crée à cette date un Bureau des scénarios comme en attestent certains documents internes déposés dans le cadre du dépôt légal¹⁰⁶. Nous pouvons y voir un autre aspect du « transfert technique et culturel »¹⁰⁷ qui s'opère entre le modèle américain et son homologue français.

Comme cela a été précisé plus haut, l'industrie cinématographique française va se remettre en cause après la Première Guerre mondiale, et au vu du développement accompli par son homologue américaine en l'espace de quatre années à peine, elle va regarder avec de plus en plus d'attention ce qui se passe outre-Atlantique. Certains articles s'intéressent aux pratiques dans d'autres pays, et notamment aux États-Unis. Il en va ainsi d'un article d'*Hebdo-Film*, intitulé « Une heureuse initiative », paru le 23 février 1929 qui stipule la création d'un « Office de prospection intellectuelle qui sollicitera en dehors de la librairie, des idées de films »¹⁰⁸. L'article vante l'organisation industrielle américaine, qui a permis, selon son auteur de « remédier à l'une des faiblesses que d'aucuns reprochent au cinéma, le scénario »¹⁰⁹ avant d'explicitier son mode de fonctionnement :

Les Yankees ont créé des bureaux d'examen de synopsis et organisé des concours dotés de prix intéressants pour inciter les auteurs et jeunes écrivains à produire directement pour l'écran. [...]

D'études faites tant en France qu'en Allemagne et en Amérique du Nord, il ressort qu'entre autres crises, celle qui étreint le plus gravement le Cinéma pour cette année, et surtout pour les années à venir, c'est ce que les grands producteurs appellent la crise de matière première: le manque de scénarios¹¹⁰.

106. BnF, Arts du spectacle : *Une affaire d'honneur* 4-COL-4 (3164), *Un coup de feu dans la main* 4-COL-4 (3070), *Sacrifice* 4-COL-4 (3077). Sur ces documents, datant de 1918, est apposé un tampon à encre bleue mentionnant « Bureau des scénarios ». Ils arborent une forme exclusivement littéraire qui ressemble aux *stories* ou « scénarios » américains de pré-production. Il semblerait que la politique scénaristique de Pathé se calque sur le modèle américain : désormais les « scénaristes » écrivent des récits littéraires, les déposent en tant que tels dans le cadre du dépôt légal pour un éventuel passage en production (qui nécessiterait une transformation en découpage).

107. Priska Morrissey, « Naissance d'une profession, invention d'un art : l'opérateur de prise de vue dans le cinéma français (1896-1926) », thèse de doctorat en études cinématographiques, sous la direction de Jean A. Gili, Université Paris 1, 2008, p. 448.

108. Anonyme, « Une heureuse initiative », *l'Hebdo-Film*, 23 février 1929, pp. 25-26. Merci à Emmanuelle Champomier.

109. *Ibid.*, p. 25.

110. *Ibid.*

À lire la proposition de cet office de recherche et de lecture des scénarios, nous constatons que le modèle emprunte beaucoup – sans s'en cacher – à ce qui a été mis en place aux États-Unis, plus de dix ans auparavant (initié surtout par Thomas H. Ince au sein de Kay-Bee) :

Pour résumer d'une façon pratique le fonctionnement d'un office à pareil but, nous dirons que celui qui a une idée de scénarios n'a qu'à la rédiger en 15 ou 20 pages et l'adresser en double exemplaire à M. Pierre Bonardi, 4 place de Breteuil, à Paris (15^e).

Les manuscrits seront cotés, dépouillés et notés par de spécialistes, comme nos confrères René Jeanne et Charles Tavano (ces seuls noms dispensent de tous commentaires sur les fuites et fraudes à craindre).

Ce qui leur semble bon, ils le retiennent. Ce qui leur semble négligeable, ils le soumettent à une seconde lecture après quoi on classe définitivement ou l'on retient.

Les manuscrits seront ensuite soumis aux producteurs. S'ils retiennent l'idée, commencent aussitôt les transactions pour la cession de l'idée (minimum vingt mille francs) dans le seul domaine cinématographique bien entendu¹¹¹.

On sait par ailleurs l'influence du modèle américain sur le cinéma français dans l'espace théorique des années 1920¹¹². La réussite stylistique des films américains (notamment ceux de la Triangle, tant vantés par Delluc¹¹³) serait le résultat direct de la standardisation du mode de production. Les fonctions de superviseur et de producteur sont mises sur le devant de la scène par Delluc¹¹⁴ ou Dulac¹¹⁵, avec toujours pour référence une personnalité emblématique, que ce soit Adolph Zukor ou Griffith. Dulac écrit ainsi :

De vraies usines aussi ces studios, avec leur règlement de travail, leurs procédés de fabrication, leur outillage parfait de production intense, leur grouillement de travailleurs bien répartis. Une impression d'impersonnalité pour l'individu et de réussite pour l'œuvre. Un machinisme de la pensée merveilleux et moderne¹¹⁶.

Il faudrait désormais pouvoir être en mesure de démêler le fantasme (la vision des choses qu'ont les critiques ou théoriciens français) de la réalité industrielle américaine telle qu'elle existe et qu'elle s'organise à la même époque. Force est de constater que même si les fonctions au sein des studios sont de plus en plus identifiées et hiérarchisées, les pratiques diffèrent d'un label à l'autre. Néanmoins, nous constatons que l'allongement du métrage a joué un rôle central dans la structuration de l'industrie du film et dans l'émergence de nouveaux métiers.

111. *Ibid.*

112. À ce propos voir Laurent Guido, *L'Âge du rythme*, Lausanne, Payot, 2007 (la partie « 5. 8. L'Amérique et ses "types" à valeur universelle », pp. 254-258) (rééd. L'Âge d'Homme, 2014).

113. L. Delluc, *Écrits cinématographiques I. Le cinéma et les cinéastes*, Paris, Pierre Lherminier/ Cinémathèque française, notamment pp. 74 et 125.

114. L. Delluc, « Adolph Zukor et Paramount », dans *Ibid.*, pp. 133-136.

115. G. Dulac, « Chez D. W. Griffith », *Cinéa*, juin 1921 (reproduit dans G. Dulac, *Écrits sur le cinématographe (1919-1937)*, Paris, Paris Expérimental, 1994, pp. 22-25).

116. Dulac, *Ibid.*, p. 22.