

**Votre scénario est bon pour la poubelle  
100 pistes pour le rendre formidable**

William M. Akers

dédié à mes professeurs  
et à mes étudiants, dont j'ai appris plus encore.

Traduit de l'américain par **François Morize et Sarah Tissandier**

**DIXIT**  
E D I T I O N S

## SOMMAIRE

Remerciements .....	7
Introduction .....	9

### Acte I: L'art de raconter

#### L'idée

1. Vous n'avez pas écrit quelque chose qui vous tient à coeur	17
2. Votre idée n'est pas originale .....	19
3. Vous avez choisi le mauvais genre !.....	22
4. Votre histoire n'intéresse que vous ! .....	23
5. Votre histoire concerne des gens misérables qui le sont tout le temps et qui finissent misérablement ! Voire pire.....	25
6. Vous n'avez pas passé assez de temps à réfléchir à un titre qui en "jette" !.....	26

#### Les personnages

7. Vous vous êtes trompé de personnage principal !.....	29
8. Vous n'avez pas construit votre personnage principal correctement !.....	31
9. Vous n'avez pas donné toutes les précisions concernant vos personnages ! .....	35
10. Vous n'avez pas fait du lieu un personnage de votre histoire.....	36
11. On a pas envie d'être "pour" votre héros !.....	38
12. Votre antagoniste n'est pas un être humain !.....	39
13. Votre méchant n'est pas à la hauteur ! .....	40
14. Ce n'est pas l'antagoniste qui fait changer votre héros ! ....	41
15. Le méchant ne se prend pas pour le héros de son propre film ! .....	42
16. Votre méchant ne parle pas comme un méchant .....	43
17. Vos personnage font des choses stupides pour faire avancer l'histoire, comme faire des choses que vous leur faites faire ! ..	44
18. Vos personnages secondaires n'en sont pas .....	18

#### La structure

19. Vous vous êtes préoccupé(e) de la structure quand vous avez inventé votre histoire .....	49
--	----

20. Vous manquez de tension .....	50
21. Rien ne presse ?!.....	52
22. Vous ne donnez pas assez d'émotion au public !.....	53
23. Vous avez baclé la structure de votre histoire !.....	55
24. Vous n'avez pas fait, puis refaitn puis re-refait un synopsis avec une phrase par scène !! .....	65
25. Vous n'avez pas fait de synopsis en laissant vagabonder votre esprit !.....	67
26. Vous n'avez pas respecté les règles de dramaturgie de Kerith Harding !.....	69
27. Votre sous intrigue n'influence pas votre intrigue !.....	73
28. Vous n'utilisez pas le "set up" et le "pay off" à votre avantage ! .....	74
29. Vous n'avez pas dissimulé l'exposition comme l'aurait fait un vrai mafieux .....	76
30. Vous ne cachez pas les surprises aussi longtemps que possible !.....	79

#### Les scènes

31. Vous n'avez pas assez pétri chaque scène !.....	81
32. Vos scènes ne font pas avancer l'action ! .....	87
33. Vous n'avez pas assez de coups de théâtre ! .....	90
34. Vous ne vous êtes pas écrié à chaque scène : "comment augmenter le conflit" ?!.....	92
35. Vous n'avez pas utilisé le pouvoir incroyable du rappel de scènes à votre avantage !.....	93
36. Vous n'avez pas coupé la première et la dernière réplique de suffisamment de scènes !.....	94
37. Votre personnage fait des recherches quand il pourrait parler à quelqu'un ! .....	103
38. Vos personnages parlent trop au téléphone ! .....	104
39. Vous n'avez pas rendu chaque scène mémorable ! .....	105

#### Les dialogues

40. Vous ne gardez pas de trace des dialogues que vous entendez ! .....	107
41. Vous n'avez pas différencié les voix des personnages !.....	108
42. Vous n'avez pas assez travaillé votre dialogue !.....	113
43. Votre dialogue n'est pas sur le mode A-B !.....	115
44. Votre dialogue fonctionne sur le mode questions réponses ! .....	116
45. Vos personnages disent le texte mais pas le sous texte ! ....	117

46. Vous avez fait trop de recherches !.....	119
47. Vous n'avez pas fait assez de recherches ! .....	120

## Acte II: l'écriture en tant que telle

### Bienvenu dans le monde de l'écrit

48. Vous ne connaissez pas le moyen d'expression que vous voulez utiliser !.....	127
49. Vous utilisez le mauvais instrument d'écriture .....	129
50. Votre prose n'est pas claire comme de l'eau de roche .....	130

### La mise en page

51. Vous ne comprenez pas la mise en page d'un scénario ! ...	135
52. Vos titres de séquence sont nus ou inexistantes ! .....	151
53. Vous sur-dirigez les acteurs ! .....	153
54. Vous utilisez mal les parenthèses !.....	156

### Les personnages

55. Vous changez les noms des personnages sans arrêt !.....	161
56. Trop de vos personnages ont des noms !.....	162
57. Les noms des personnages commencent par la même lettre. Ou pire, ils riment !.....	163
58. Vous ne décrivez pas les personnages principaux en une ou deux phrases précises et concises ! .....	167

### Les descriptions de scène

59. Vous utilisez un registre littéraire ! .....	171
60. Vos descriptions de scène sont pleines du verbe être !.....	173
61. Vous n'avez pas coupé assez de mots .....	174
62. Vous ne mettez pas le mot le plus important de la phrase à la fin !.....	175
63. Vous décrivez le dialogue dans la description de scène .....	177
64. Vous n'avez pas fait attention à l'ordre des images dans la description de scène .....	179
65. Vous n'avez pas réduit la description de scène au strict minimum .....	181

### La réécriture

66. Ne répétez rien. Jamais.....	191
67. Vous réécrivez pendant que vous écrivez ! .....	194
68. Vous réécrivez en relisant le script en entier immédiatement !.....	195
69. Votre première page n'est pas géniale ! .....	197
70. Vos 10 premières pages ne sont pas terribles ! Gloups.....	203
71. Vous n'avez pas éliminé les vingt premières pages !.....	209

72. Vous n'avez pas coupé toutes les péripéties inutiles.....	210
73. Vous pensez que votre premier (ou votre neuvième) jet est parfait !.....	216

**Mais qu'il est tatillon !**

74. Vous ne connaissez pas la signification précise de chaque mot dans votre scénario !.....	221
75. Vous utilisez des nombres au lieu de mots !.....	222
76. Vous annoncez les plans ! .....	223
77. Vous mentionnez des chansons précises ! .....	224
78. Vous n'avez pas utilisé votre correcteur orthographique, monsieur-je-sais-tout .....	225
79. Vous faites confiance à votre correcteur orthographique ! Ah haa ha haaa ha ha ! .....	228
80. Vous pensez que plus c'est long, plus c'est bon ! .....	229
81. Vous n'avez pas lu votre scénario à haute voix ! .....	230
82. Vous utilisez une imprimante bas de gamme ! .....	230

**Acte III: et maintenant on fait quoi?**

**Ne soyez pas un(e) artiste dilletante ...soyez un(e) vrai pro**

83. Vous voulez être célèbre plus que vous ne voulez écrire !.	235
84. Vous pensez que votre scénario est unique en son genre et que les règles ne s'appliquent pas à lui ! .....	236
85. Vous avez mis de mauvaises informations sur votre page de titre ! .....	237
86. Vous n'avez pas fait lire votre scénario autour d'une table ! .....	239
87. Vous mourrez d'envie d'envoyer votre scénario avant d'être vraiment, vraiment prêt ! .....	241

**L'industrie du showbusiness**

88. Vous n'avez pas la moindre idée de la façon dont le secteur fonctionne ! .....	243
89. Vous pensez que tout vous est dû ! Vous contestez les critiques .....	246

**Les affres du métier**

90. Vous pensez qu'on va voler votre idée ! .....	249
91. Vous confondez bêtise et méchanceté !.....	250

<b>92. Vous ne connaissez pas la différence entre Natalie Merchant et Patti Smith ! .....</b>	<b>251</b>
<b>93. Vous ne savez pas que vous pouvez vous sortir de n'importe quelle ornière !.....</b>	<b>252</b>
<b>94. Vous ne savez pas comment trouver un agent ! .....</b>	<b>254</b>
<b>95. Vous vous émoustillez quand ils disent qu'ils aiment votre travail ! .....</b>	<b>254</b>
<b>96. Vous confondez espoir et déni ! .....</b>	<b>256</b>
<b>97. Clap de fin.....</b>	<b>256</b>
<b>98. La situation impossible .....</b>	<b>259</b>
<b>99. La ligne invisible.....</b>	<b>260</b>
<b>100. Rendez-moi visite .....</b>	<b>261</b>

<b>A propos de l'auteur .....</b>	<b>263</b>
-----------------------------------	------------

## **Remerciements**

A tout seigneur, tout honneur : merci d'abord à Blake Snyder ("Les règles élémentaires pour l'écriture d'un scénario" / Dixit). Depuis le début, il a pensé que cette idée saugrenue était une bonne idée.

Merci ensuite à Fransisco Menendez, qui m'a invité à parler devant sa classe à l'université UNLV. Les cent pages de documents distribués sont devenues ce livre.

Merci enfin à ma famille pour sa compréhension, à Kate McCormick, Scott Pierce, Cathie Pelletier, Tom Schulman, Linda McCullough, Melissa Scrivner, Nick Morton, Alex Beattie, Jessica Stamen, Mark Kurasz, Richard Hull, Kelley Baker, Randy Feldman, Willard Carroll, Margaret Matheson, Coke Sams, Mark Cabus, Beth O'Neil, Jason Blum, John Cherry, Carol Caldwell, Dave Brown, Kerith Harding, Steve Bloom, Ryan Saul, Jenny Wood, Pam Casey, Chris Ruppenthal, Jon Amiel, Shian Brisbois, Rob Muraskin, Suzanne Kingsbury, Tony Cane, Max Wong, et à Miles Davis.

# Introduction

*“Une honnête critique est difficile à accepter, en particulier d'un parent, d'un ami, d'une connaissance ou d'un étranger...”*

Franklin P. Jones

Ce livre est né de mon travail d'analyse de scénario.

Trois de mes scénarios ont été produits. Je suis membre à vie de la Writers Guild. Ça fait vingt ans que j'écris des scénarios. J'analyse des scénarios pour des amis depuis toujours, et ça fait sept ans que je me fais payer pour le faire. Sans parler des centaines de scénarios que j'ai fait accoucher lors de mes cours d'écriture scénaristique.

À travers mes lectures et mes analyses, j'ai découvert que les scénaristes faisaient souvent les mêmes erreurs. Des erreurs qui peuvent malheureusement pousser le lecteur à (horreur !) arrêter de lire!

Ne riez pas, ils en sont capables.

Je me suis retrouvé à répéter aux scénaristes la même chose encore et encore: “ne donnez pas à vos personnages des noms qui riment.” “La voix de chaque personnage sonne exactement comme celle d'un autre.” “Votre héros n'a pas de but clair.” Et ce jusqu'à la nausée. J'ai décidé de créer une check-list simple de telle façon que, avant de m'envoyer leurs scénarios, les auteurs suppriment ces erreurs évidentes, et qu'on puisse ensuite discuter intrigue, personnages et structure au lieu de perdre notre temps avec des choses comme: “utilisez votre correcteur orthographique.” Cette check-list est devenue ce livre.

*“Je lis jusqu'à la première faute” (agent d'Hollywood)*

*“Si c'était facile, tout le monde le ferait, bienvenu dans le monde merveilleux du cinéma” (n'importe quel producteur)*

En théorie, les lecteurs sont supposés lire le script en entier. Certains le font. D'autres pas. Les producteurs ne sont obligés à aucune de ces gentilleses. Bien qu'ils espèrent tous trouver le prochain *Bienvenue chez les Ch'tis*, ils cherchent toutes les excuses pour arrêter leur lecture à la page 10. Ne leur en donnez pas ! C'est l'objet de ce livre : enlever les mines qui parsèment votre scénario et qui poussent le lecteur à le jeter à la poubelle.

Et croyez-moi, ils ne s'en privent pas.

Quatre-vingts dix-neuf pour cent des gens qui liront votre scénario n'ont pas véritablement le pouvoir de dire oui, mais chacun d'eux a le pouvoir de dire non. Et ça les démange d'user de ce pouvoir...

*“Luttez contre le pouvoir !”*

Rosie Perez dans *Do the Right Thing*

Un après-midi ensoleillé à Los Angeles, j'étais assis dans le bureau d'une assistante attendant une productrice dont la porte était fermée. Sans doute dans son bureau rempli de trucs kitsch, en train de faire des mots croisés. Je ne le saurai jamais. Quoi qu'il en soit, pour passer le temps, j'ai jeté un oeil au-dessus du bureau de l'assistante, et j'ai vu deux étagères débordant de scénarios qui couraient sur trois murs. Histoire de me dégourdir les méninges, j'ai estimé qu'il y en avait 1400.

Cela semble inconcevable à quelqu'un du dehors, assis devant sa machine à écrire ou son ordinateur dans une ville autre que Los Angeles, loin du bureau du producteur. Il est impossible de concevoir la quantité ahurissante de matériaux que le système doit digérer. Le nombre de scénarios qui passe la porte de chaque producteur, agent ou diffuseur chaque semaine, c'est époustouflant. Pendant que vous êtes assis dans votre chambre, dans un parc, ou dans un café, en train d'écrire votre scénario, il y a des milliers de personnes assises dans des parkings à travers ce grand pays, également en train d'écrire un scénario. Donc ce que vous écrivez a intérêt à être vraiment bon.

Bien que la concurrence soit immense, la muraille n'est pas infranchissable, et un scénario bien écrit peut se faufiler. Mais il doit être extrêmement bien écrit. Si votre scénario n'est pas parfait ou aussi près de la perfection que possible, alors il n'a aucune chance. Il est extrêmement prétentieux de croire que quelque chose que vous pondez en deux semaines, sans réécriture, est autre chose qu'une perte de temps.

Quand vous êtes dans le bureau d'un producteur, jetez un oeil à la montagne de scénarios qui se trouve devant vous. Chacun a été écrit par quelqu'un comme vous. Il faut bien du courage pour se lancer dans ce métier.

Écrire un scénario “onspec” (scénario écrit en spéculant que quelqu'un va vous l'acheter, sans qu'il ait été commandé), se fait entièrement en direction d'un lecteur, pas de votre maman ni d'un ami qui critique votre texte, mais quelqu'un qui est payé pour lire votre prose, un lecteur avec quinze scénarios à engloutir chaque week-end. Si vous n'êtes pas vraiment dans le métier, vous ne savez pas à quel point il est difficile de trouver une vraie personne pour lire votre matériel. Si jamais vous avez cette chance, vous n'avez pas le droit de la gâcher.

Bien qu'un lecteur rêve de découvrir un scénario fantastique, et ouvre chacun d'entre eux avec cet espoir indéfectible, il meurt également d'envie d'arrêter de lire pour aller s'installer près de la piscine avec un cocktail rafraîchissant. C'est pourquoi si vous lui donnez une excuse pour jeter votre scénario, il la prendra. Et pouf, tous vos efforts auront été vains. Un bon gros gâchis de six mois de votre vie. Ou un an. Ou sept ans, comme un type que je connais.

Cela va briser le coeur de certains d'entre vous : les seules personnes qui veulent bien lire votre travail sont vos parents, peut-être, et votre petit(e) ami(e), si la relation est encore fraîche. Vous vous rappelez les cocktails ? Les lecteurs veulent quelque chose qui se lit comme l'éclair, avec beaucoup d'espace autour, et où ils n'ont pas à faire d'effort pour comprendre ce que vous avez essayé de dire.

Vous demandez à quelqu'un de dépenser de 5 à 20 millions d'euros pour produire quelque chose que vous avez inventé. Ce quelque chose a intérêt à être bon. Vos descriptions doivent inspirer. Vos personnages secondaires doivent être vivants. Vous devez utiliser votre correcteur orthographique. C'est comme ça.

Ce que je vous dis est simple à faire. Cela n'a rien à voir avec le talent ou une structure d'histoire en forme de mythe ou des personnages. Je ne vous dirai pas comment écrire un bon scénario. Il y a plein de bons livres pour ça. Ce que je vais vous donner, ce sont des indications pour être sûr que le lecteur le lise jusqu'au bout.

Une fois, j'étais à côté d'une productrice dans un avion et je l'ai vue lire six pages et poser un scénario. Ce scénariste avait passé des mois et des mois sur son script mais pour une raison ou pour une autre, il a loupé sa chance à la page six. Sans doute pour une longue liste de raisons.

Je vais vous aider à éliminer une centaine de ces raisons de cette liste déprimante!

Pour le lecteur, lire un scénario est comme sprinter sur une centaine de mètres à travers un étang sombre parsemé de nénuphars qui flottent alors que des sauvages lui tirent dessus. La dernière page est l'autre rive que le lecteur essaie désespérément d'atteindre. Si quelque chose trouble sa concentration, même légèrement, il peut trébucher, perdre son équilibre et tomber au milieu des piranhas. Faites tout ce que vous pouvez pour le garder en vie!

Comme le personnage de Joe Gideon le dit dans *All That Jazz* (écrit par Robert Alan Aurthur et Bob Fosse):

"Ecoute. Je ne peux pas faire de toi un immense danseur. Je ne sais même pas si je peux faire de toi un bon danseur. Mais si tu continues d'essayer et si tu n'abandonnes pas, je sais que je peux faire de toi un meilleur danseur."

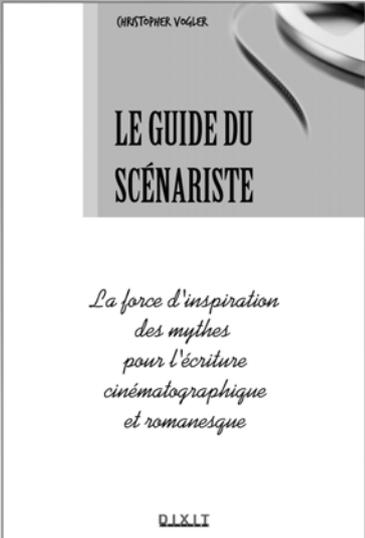
Si vous suivez la check-list, quand vous aurez fini ce livre, vous serez un meilleur auteur. Ça, j'en suis sur.

J'espère que vous trouverez ce livre démentiellement utile.

William M. Akers

sur la plage de Zihuatanejo\*  
août 2008

\*pas vraiment, mais ça sonne plutôt bien non?! Peut-être qu'en vendant quelques exemplaires de ce livre....



Savez-vous que “la guerre des étoiles”, “le silence des agneaux”, “basic instinct”, “le flic de beverly hills”, “indiana jones” et bien d’autres films trouvent leur inspiration dans la mythologie grecque et ses principales figures ?

Ce livre est une arme secrète nécessaire à tout auteur.

[www.dixit.fr](http://www.dixit.fr)

Acte I :

# L'art de raconter

**C'est là que vous gagnez votre argent. Le reste est de la mécanique.**

“Si une personne peut me raconter le sujet d'un film en 25 mots ou moins, ça va faire un bon film. J'aime les idées, surtout les idées de film qui tiennent dans la main.”

*Steven Spielberg*

“Un auteur est quelqu'un pour qui écrire est plus difficile que ça ne l'est pour d'autres personnes.”

*Thomas Mann*

“La tâche de l'auteur est de vous faire entendre, de vous faire ressentir—et avant tout, de vous permettre de voir. Cela, et pas plus. Et tout est là.”

*Joseph Conrad*

“Ecrivez sur ce qui vous fait peur.”

*Donald Barthe*

**Fondu**

*"Les grands défis commencent à l'intérieur de soi"* Eudora Welty

Je vais vous livrer ici la plus importante des leçons de scénario que je connaisse et peut être la plus utile de ce livre : devant un cinéma, dans une file d'attente, un gars demande à son copain : "De quoi ça parle déjà, A la rencontre de Forrester ? " Réponse de l'autre : "Sean Connery".

N'oubliez jamais cette histoire.

Contrairement à ce que vous croyez, vous n'écrivez pas une super histoire qui fera pleurer dans les chaumières ou un scénario super original que les producteurs s'arracheront. Vous n'écrivez pas non plus quelque chose qui va guérir le cancer, ou qui vous fera gagner un prix nobel. Non. Vous écrivez un numéro d'acteur.

Aux débuts du cinéma, les noms des acteurs n'apparaissaient même pas au générique. Mais les producteurs qui n'étaient pas idiots (même à l'époque) se sont vite rendus compte que le public commençait à aimer les acteurs (et les actrices...). Ils ont donc mis à l'écran le nom de l'actrice qui recevait le courrier de ses admirateurs adressé à "la fille de BIOGRAPH". La fille en question n'était autre que la célèbre Mary Pickford...

Les producteurs le savent bien aujourd'hui : ce qui passionne les foules ce ne sont ni les belles histoires, ni les réalisateurs (les auteurs, n'en parlent même pas) mais les STARS. D'ailleurs quand un producteur dit "on va aller chercher des talents pour ce films", il ne parle QUE des acteurs...

Si votre texte ne suscite pas l'intérêt d'un acteur, vous êtes cuit.

Si votre personnage ou ses dialogues ne font pas entrevoir à l'acteur la possibilité de gagner un César, de redorer son blason, de faire frémir les foules, votre film ne se fera pas.

Si votre scénario a des défauts, même un tout petit peu, même juste par endroits, même juste au début, il est condamné à la poubelle.

Donc, mon ami, relevons nos manches et allons voir ce qui cloche dans votre scénario. La bonne nouvelle c'est que la plupart des scripts peuvent être réécrits et améliorés. Ce n'est pas parce que votre scénario est bon à jeter à la poubelle à l'heure ou nous parlons qu'il va le rester pour toujours.

Sauf si l'idée de départ est une mauvaise idée, auquel cas, adieu veaux, vaches cochons...

Quand vous avez votre bonne idée de départ, vous devez vous impliquer à 200%. Comme un cochon à l'heure du repas (justement).

*"Quelle est la différence entre être "intéressé" et être "impliqué à 200%" A l'heure du repas, les poules sont "intéressées" mais les cochons, eux, sont "impliqués à 200%"..." Anonyme*

Avec ces quelques principes en tête voici les 100 raisons pour lesquelles votre scénario peut être nul.

Et tout un tas de manières de l'améliorer.



“Linda Seger a tout simplement écrit le livre sur l'écriture de scénario le plus brillant et le plus utile que j'ai jamais lu”

**William Kelley, Scénariste de *Witness* ( oscar du meilleur scénario -1985 )**

[www.dixit.fr](http://www.dixit.fr)

# L'idée

## □ 1. Vous n'avez pas écrit quelque chose qui vous tient à cœur !

Écrivez sur quelque chose qui vous fascine, qui fait bouillir votre sang, qui vous tire du lit au milieu de la nuit, quelque chose qui vous fait sortir de vos gonds, et qui pourrait vous coûter une vieille amitié.

Ecrivez sur quelque chose qui vous intéresse profondément et qui donc pourrait intéresser profondément les gens.

Si vous avez quelque chose à dire, alors votre script vaudra la peine d'être lu.

Écrire n'est pas pour les mauviettes. Cela demande une énorme énergie mentale et spirituelle. C'est dur. Faites-le suffisamment longtemps, et vous aurez des hémorroïdes et mal au dos. Si vous voulez juste gagner de l'argent, vous finirez broyé par la difficulté du processus. Donc pour l'amour de Dieu, ayez quelque chose à dire.

Pourquoi voulez-vous écrire ? Qu'est ce qui vous passionne ? Qu'est-ce qui vous importe ? Qu'est-ce que vous pouvez écrire, qui vous tient à cœur, que les gens auront envie de lire, et sur quoi vous savez quelque chose? Quelle histoire avez-vous le droit de raconter, plus que n'importe quel autre auteur en ce bas monde?

Si vous écrivez juste un film d'horreur dans le milieu du surf parce que les sept derniers films d'horreur dans le milieu du surf ont fait un carton, vous le faites pour de mauvaises raisons et le lecteur le sentira comme la gangrène. Vous pouvez écrire le film le plus idiot du monde, s'il y a quelque chose dedans qui vous prend aux tripes, il y a des chances que vous écriviez quelque chose d'extraordinaire.

Prenez *Serial Noceurs*. À première vue, ça semble assez débile. Deux types qui squattent les mariages pour se faire des filles. J'aurais dû y penser quand j'étais célibataire. Et plus encore la dernière fois que je me suis assis pour réfléchir à un scénario ! Mais quand vous regardez l'histoire, ça parle de quelque chose. Quelque chose de profond : la relation entre deux amis. C'est une "fromance", une histoire d'amour entre deux hommes, comme *Tombstone* ou *Superbad*. Et finalement, *Serial noceurs* est sincère et

touchant. Ce n'est pas une comédie stupide. C'est une histoire qui sonne juste et qui fait chaud au coeur.

*“Il n'y a pas un fils de pute en vie qui sait ce qui va marcher.”*

Ray Charles

Vous ne pouvez pas savoir ce qui va se vendre. En aucune façon. Personne ne le sait. Une autre raison pour écrire ce qui vous tient à coeur, est que vous ne pouvez pas savoir quel type de script les gens ont envie de lire. Un producteur peut vous dire ce qu'il croit, ce qu'il veut, mais, en fait, il ne le sait pas vraiment. Il va faire comme s'il le savait, et son raisonnement peut être convaincant, mais rappelez-vous, vu qu'il croit aussi que ses enfants ne lui font pas les poches, pourquoi l'écouter ? Cela vaut aussi pour les agents, les acteurs et tout le monde sur cette planète.

Vous devez écrire ce qui compte pour vous parce que :

*“Peu importe ce qu'ils demandent, ce n'est pas ce qu'ils veulent.”*

Loi de Barefield

Revenons en 1976 : si vous demandez à quelqu'un dans la rue quel type de film il veut voir, il dira, “Mec, quelle question. Je veux voir quelque chose du genre des *Dents de la mer*. Le requin était top, mec.”

Mais il croit seulement qu'il veut voir quelque chose comme les *Dents de la mer*, parce qu'il a aimé le film. Il veut surtout voir quelque chose d'étonnant et de merveilleux et de nouveau et qui n'a rien à voir avec les *Dents de la mer*, mais il ne peut pas l'exprimer parce qu'il ne sait pas ce qu'il veut voir – étant donné qu'il ne l'a pas encore vu. Ce que le public voulait vraiment voir est arrivé dans les cinémas en 1977, et s'appelait *La Guerre des étoiles*.

La même chose est vraie des producteurs. Ils sauront ce qu'ils veulent quand vous le leur donnerez. Alors donnez-le leur !

Un livre qui peut vous aider à trouver votre histoire est "**Racontez vos propres histoires**" par Donald Davis. Fortement recommandé.

Est-ce qu'il y a un sujet qui vous intéresse depuis très, très longtemps ? Il y a peut-être un moyen de transformer cette fascination en un film. Si ça vous démange depuis des lustres, n'hésitez pas à gratter. Il est bien plus facile d'écrire quelque chose que vous mourez d'envie d'écrire. Le lecteur sentira votre enthousiasme.

Il y a de multiples façons d'approcher un sujet. Vous pouvez créer quelque chose de votre cru. Une idée originale. La liberté totale. Vous pouvez créer le monde, les personnages, les événements, et même l'histoire de ce monde. C'est vous le patron. Lâchez vous. Amusez-vous ! Vous pouvez aussi piller l'Histoire. Vous pouvez prendre un roman tombé dans le domaine public.

Vous pouvez dépenser de l'argent et prendre une option sur une nouvelle, les droits attachés à la vie de quelqu'un, un livre, un article de magazine. Peu importe.

Quoi que vous choisissiez d'écrire, soyez sûrs de créer des personnages qui attirent notre attention. Toute bonne écriture traite de la condition humaine. Plus les films sont plombés par l'intrigue, l'action, les effets spéciaux et tout ce qui n'est pas révélateur des personnages, plus ils s'égarent. Prenez *Piège de cristal*. Vous vous faites du souci pour McClane et sa femme et le flic dehors et même pour le gamin dans la limousine dans le garage. Si on se moque du devenir de vos personnages, c'est cuit. Si l'on se sent proche d'eux, c'est gagné.

Vous êtes le premier public de votre idée, et elle doit vous intéresser.

Pouvez-vous maintenir cet intérêt au cours des mois ou des années que cela peut prendre pour l'écrire ? Vous ne voulez pas perdre l'étincelle de vue en vous perdant dans un dédale. Qu'est-ce que votre idée a de si grand, de si excitant, de si fascinant ? Comment allez-vous entraîner le lecteur jusqu'au bout ? Pensez-vous pouvoir intéresser un producteur ? Qu'y a-t-il de neuf dans votre approche ?

Est-ce qu'un producteur sera prêt à marcher pieds nus sur du verre brisé pour faire votre film ?

## □ 2. Votre idée ne déborde pas d'originalité!

Allez au cinéma ! Regardez ce qui se fait. Regardez tous les films.

*“La plus vieille et la plus forte émotion de l'humanité est la peur, et la plus vieille et la plus forte sorte de peur est la peur de l'inconnu.”*

H. P. Lovecraft

Emmenez-nous dans un monde où nous ne sommes jamais allés, et faites-nous faire un voyage inattendu. Quand il est sorti, *2001 l'Odyssée de l'espace* était complètement frais. Et il l'est encore ! *La folle journée de Ferris Bueller*, *La cité de Dieu*, *Dans la peau de John Malkovich*, *Ma vie de chien...* Chacun de ces films était merveilleusement original. Si vous n'emmenez pas votre lecteur dans un endroit où il n'est jamais allé, pourquoi lui demander de lire la première page ?

Ce qui suit est un cadeau. Un monde que vous n'avez jamais vu dans un film, pas une fois ! C'est un monde qui existe au milieu des Etats-Unis. Pourtant personne n'a jamais mis un film dans cet endroit. Posez-vous cette difficile question : “Comment pouvez-vous nous emmener dans un voyage

qui soit aussi nouveau que fascinant ?” *Marée montante* de John Barry est un étonnant morceau de réalité qui dépasse la fiction. Au milieu du XIXème siècle, un ingénieur dans une cloche de plongée de fortune marche dans le lit du Mississippi :

Sans lumière, Eads ne pouvait pas voir la rivière. Il la sentait. Le fond l’aspirait pendant que le courant l’étreignait dans l’obscurité et le silence. Le courant fouettait, malmenait, tirait. Un plongeur devait s’appuyer sur lui, le repousser. À la différence du vent, il ne faiblissait jamais. Il écrivit plus tard : j’ai eu l’occasion de descendre au fond, dans un courant si rapide qu’il demandait des moyens extraordinaires pour faire descendre la cloche. Le sable dérivait au fond comme une tempête de neige compacte. À vingt mètres sous la surface, je trouvai le lit de la rivière avec sur au moins un mètre de haut une masse mouvante et si instable qu’en essayant de trouver un point d’appui sous ma cloche, mes pieds la pénétraient jusqu’à que je puisse sentir, bien que debout, le sable filant à travers les mains, poussé par un courant apparemment aussi rapide qu’en surface. Je pus découvrir le sable en mouvement à 60 cm sous la surface du lit, se déplaçant avec une vitesse qui diminuait proportionnellement à la profondeur.”

Whaouh. Quel monde étonnant. Et si vous deviez faire un film là, ce serait un endroit où personne d’entre nous n’est jamais allé. Cela dit, Westerberg High School dans *Fatal games* n’est pas un endroit où nous sommes allés non plus. Quand Philippe Abrams (Kad Merad) est muté à Bergues (*Bienvenu chez les Chtis*) ce n’est pas un endroit où nous sommes allés non plus.

Juste parce que vous pensez qu’une idée est extrêmement intelligente ne veut pas dire que c’est quelque chose que vous devriez écrire. Tout ce que vous inventez n’est pas génial. Prenez du temps pour retourner cette idée dans tous les sens pour la rendre plus intéressante. Posez-vous des questions. Qu’est ce que je peux faire pour l’améliorer ? Est-ce que ça ressemble à un autre film que j’ai déjà vu ? Y a-t-il là quelque chose qu’on n’a jamais vu ? Pourquoi quelqu’un s’intéresserait il à cette histoire ? Est-ce quelque chose que les gens vont mourir d’envie de raconter à leurs amis ?

Est-ce que ça va provoquer une réaction émotionnelle forte ? Est-ce que ça a déjà été vu avant ? Est-ce que j'ai inventé le genre du film ? Qu'est ce que je peux faire pour le rendre plus cool, plus malin, plus sympa ? Est-ce que je suis en train de remettre le film de quelqu'un à ma sauce, ou ai-je mis dedans une partie de mon âme ? Comment puis-je prendre cette idée et la transformer en quelque chose d'inédit ?

*“Les concurrents ne sont que des clowns ridicules.”*

Richard Sylbert, chef décorateur sur *Chinatown* et *Dick Tracy*

Vous avez intérêt à y croire. Pour récolter l'argent nécessaire à votre fabuleux long-métrage, vous avez intérêt à avoir un scénario pointu. De façon étonnante, des gens arrivent à récolter de l'argent avec un mauvais scénario. Ils peuvent faire un film basé sur un mauvais scénario. La quantité de temps et d'argent gaspillée sur du matériau ennuyeux et médiocre est impressionnante. Effectuez dix réécritures ; faites en sorte que votre script soit super original, d'une qualité absolue, en béton et à l'épreuve des balles. Si des gens le lisent et ne vous demandent pas ce qu'ils peuvent faire pour vous aider à le réaliser, alors vous n'avez pas écrit une oeuvre suffisamment fraîche. C'est aussi simple que ça.

Le fait de faire un film et de le montrer à vos copains, votre oncle, ou une pièce pleine d'investisseurs écervelés ne veut pas dire que vous avez fait un film à succès. Si quelqu'un achète votre film et qu'on le retrouve sur des iPods, des téléphones portables, ou, soyons fous, dans des cinémas, alors ce sera un succès. Rappelez-vous ce vieux dicton issu de la publicité : *“ce n'est pas créatif sauf si ça se vend”*

Pour l'instant, vous ne vous souciez que de l'écriture. Vous devez aussi vous soucier de comment on va le vendre, parce qu'après tout, c'est le business du cinéma.

Quand vous vous asseyez pour penser à votre idée de film, dites vous, "quelles sont les parties qui vont le faire vendre ? " Y a-t-il des explosions ou un romance chaude comme la braise qu'ils vont pouvoir montrer dans la bande annonce?

Le drame, qui est selon moi la forme de narration la plus intéressante, est aussi la plus dure à vendre, parce qu'il n'y a pas d'éléments exploitables. Vous n'avez que des gens qui se parlent, ou qui se crient dessus. À moins qu'ils se jettent des meubles à la tête, ça ne fait pas beaucoup d'action pour une bande-annonce. Un film d'horreur a des “éléments exploitables” évidents. Et votre film ? Votre script possède-t-il des moments étonnants qui vont faire vendre le film ?

Demandez-vous quelle scène extraordinaire vous vous rappelez des films— et ensuite créez-en une qui soit aussi forte dans votre script. En voici quelques-unes, selon moi.

Dans *Un monde pour nous*, quand John Cusack tient le ghetto-blaster au-dessus de sa tête et met la chanson pour la fille qu’il aime, c’est romantique et inoubliable. La bataille de bouffe dans *Animal House*. Dans *Cinema Paradiso*, quand Alfredo déplace l’objectif du projecteur et que l’image glisse sur les murs de la cabine de projection. Quand la mère de *Bambi* meurt. Dans *Pulp Fiction*, quand Samuel L. Jackson récite un verset de la Bible et tue les dealers. Dans *Du silence et des ombres* quand Boo Radley apparaît derrière la porte de la chambre de Jem. Dans *Lawrence d’Arabie*, quand Lawrence doit tuer Gasim, l’homme qu’il a sauvé dans le désert. Dans *Miracle sur la 34ème rue*, quand Kris Kringle parle à la petite fille en néerlandais. Dans *Les Valseuses*, quand Depardieu et Dewaere jettent Miou-Miou à l’eau. Dans *Et Dieu créa la femme*, le mambo de Brigitte Bardot. Dans *A bout de souffle*, quand Belmondo parle à la caméra lors de sa rencontre avec Jean Sebag.

Au moment crucial de *The Full Monty*, Gaz, qui a fait la promo du show de strip-tease durant tout le film, admet qu’il a trop peur pour monter sur scène, et y est encouragé par son fils. En voyant cette scène au cinéma, je riais et je pleurais en même temps.

Votre film pourra-t-il atteindre de tels niveaux ?

### □ 3. Vous avez choisi le mauvais genre !

La question du Genre est plus que vaste. Des livres entiers y sont consacrés. Ça vaut la peine de s’y intéresser.

Vous devez savoir quel est le Genre de votre histoire et vous devez le faire savoir à votre public clairement, rapidement et le plus tôt possible. Si vous écrivez dans un genre que vous ne connaissez pas sous toutes ses coutures, cela sera beaucoup plus difficile.

Est-ce un genre simple, clair, reconnu ? Est-ce un western, un film qui raconte un coup, une histoire d’amour, un drame, un film gore, de la science-fiction, de l’horreur, un film sur le passage à l’âge adulte ?... Qu’est-ce que c’est ? Si vous n’êtes pas sûr, et qu’il n’est pas clair pour le lecteur que vous en êtes sûr à la page dix, vous êtes cuit. Le lecteur doit savoir vite, et être sûr de quel type d’histoire il s’agit. Écrivez-vous dans un genre que vous aimez ? Dans lequel vous êtes bon ? Si vous ne regardez que des films de flics, mais que vous écrivez une comédie romantique située dans la lande anglaise au XVIIème siècle, vous

ne vous rendez pas forcément service. Si vous louez plus de westerns qu'autre chose au vidéo club, réfléchissez sérieusement à écrire un western.

Avez-vous opté pour ce genre parce qu'il marche au cinéma ces temps-ci? Vous êtes mort.

Ça prend entre six mois et un an pour écrire un script, des mois pour qu'on vous l'achète, et encore un an ou deux pour qu'il sorte sur les écrans. D'ici là, le goût du public aura changé, et vous aurez perdu votre temps. Vous pouvez écrire toutes sortes de scripts, alors choisissez soigneusement celui sur lequel vous allez passer ce temps irremplaçable.

Parfois la chance vous tourne le dos. Une fois mon camarade de classe, Bob Rodat, a décidé d'écrire un film de gangsters. Il l'a écrit. Il a eu la malchance de l'envoyer à son agent la même semaine où trois films de gangsters sont sortis et ont fait un flop. Son agent l'a jeté au panier. Il n'a pas abandonné. Peu après, il a écrit *Il faut sauver le soldat Ryan*.

Essayez de ne pas choisir un genre parce qu'il est populaire aujourd'hui. Ni parce que vous pensez gagner de l'argent avec. Choisissez un genre dans lequel vous vous sentez à l'aise, que vous aimez. Mais pensez que quelqu'un ailleurs peut écrire la même chose que vous au même moment...

#### □ 4. Votre histoire n'intéresse que vous!

Vous n'avez pas le droit d'ennuyer le lecteur

Vous n'avez pas le droit d'ennuyer le lecteur

Vous n'avez pas le droit d'ennuyer le lecteur

*“Quand vous allez au cinéma, vous devriez en sortir comme si vous aviez une fusée aux fesses.”*

Gary Oldman

Vous n'êtes pas obligé de croire ou d'être d'accord avec tout ce que je dis. Dites ce que vous voulez de moi si vous pensez que ce que je dis est stupide. Mais quoi que vous fassiez, ne soyez pas ennuyeux. C'est la seule règle absolue. Si une scène, ou votre idée, ou le personnage principal est ennuyeux, arrêtez d'écrire jusqu'à ce que vous trouviez un moyen de le rendre intéressant.

C'est particulièrement difficile si votre histoire est autobiographique.

Dire à des gens, “quand ça m'est arrivé, c'était dingue” ne suffit malheureusement pas. Parce que c'était excitant quand ça vous est arrivé ne veut pas dire que ça va fonctionner avec le lecteur, Avoir pleuré quand votre

chien est mort ne veut pas dire que le lecteur pleurera. Surtout si Médor s'est pris un coffre-fort sur la figure.

Votre vie n'est probablement pas un bon sujet de film, donc attention à ne pas la mettre en scène sous forme de drame; cependant, allez y pour y puiser de l'*émotion*. Vous pouvez écrire un film fantastique sur ce que vous avez ressenti, car une émotion forte est universelle et entraînera le lecteur comme des sables mouvants.

On se fiche probablement de ce que vous avez fait à l'âge de neuf ans, mais ce que vous avez ressenti peut nous intéresser. L'idée de mon script sur la chute de Saïgon m'est venue en regardant *la Mélodie du bonheur* et en étant terrifié par cette famille fuyant les nazis de peur d'être capturé. J'ai pioché dans ma propre peur pour écrire ce script. Il se trouve que cette peur a été communicative, et le script s'est vendu.

Une fois, Billy Bob Thornton était malheureux et maltraité comme acteur. A l'abandon, il s'est caché dans sa roulotte, a fait des grimaces au miroir et s'est dit tout haut comment il se sentait. De son âme en morceaux de ses diatribes virulentes devant le miroir, est ressorti le personnage étonnant de Carl, dans *Sling Blade*. Carl n'est pas Billy Bob, mais ils sont du même bois. Puiser dans son désarroi lui a rapporté un bel Oscar rutilant.

Que vous importent les concours de danse de salon ? Rien, n'est-ce pas? Regardez les dix premières minutes de *Ballroom Dancing* et les cinéastes vous convaincront que la danse de salon est la chose la plus importante au monde !

*“Le fait que personne ne vous comprenne ne fait pas de vous un artiste pour autant.”*

*(Vu sur un autocollant de pare-choc)*

Le fait que ça vous plaise ne veut pas dire que ça plaira à quelqu'un d'autre. Juste parce que vous pensez que c'est une super idée ne veut pas dire que c'est une super idée. Si votre idée n'est pas extraordinaire, vous perdez votre temps. Et je dis bien EXTRAORDINAIRE. Sur *X-Files*, un scénariste travaillait parfois dix heures par jour pendant six mois pour trouver *une* idée qui deviendrait un épisode. C'est aussi difficile que ça.

La bonne nouvelle, à ce stade, c'est que vous ne gâchez que votre temps à vous. Sans compter bien sûr le temps où vous auriez été payé pour poser des parpaings au lieu d'être au café en train d'écrire un script à partir d'une idée qui ne plaît qu'à vous.

Parce que vous prenez le temps d'écrire une histoire, quelqu'un va prendre le temps de la lire ? Ou de voir le film ? Sans plaisanter ? Ne perdez pas votre temps. Ou celui des autres.

*“Ecrivez ce que vous savez.”*  
N’importe quel prof d’écriture

*“Il écrivit ce qu’il savait. Cela ne prit pas longtemps.”*  
Howard Nemerov

Nemerov a été élu plus grand poète aux Etats-Unis. Il s’y connaissait un peu! Par certains côtés, si vous êtes un auteur, vous ne pouvez pas écrire que ce que vous savez. Vous devez être au bout du plongeur, les yeux bandés, à avancer doucement, doucement... Vous pouvez utiliser ce que vous savez en écrivant, bien sûr, mais vous avez le droit d’aller au delà de votre zone de confort. Vous croyez que les auteurs de *Prison Break* ont purgé une peine? Le créateur des *Sopranos* n’est ni un psy ni un parrain. Mario Puzo était italien, il connaissait les pâtes, la famille et l’honneur et ce que ça signifiait d’être américain originaire d’Italie. Il a imaginé le reste et c’est devenu *Le Parrain*.

“Ecrivez ce que vous savez” veut dire “prenez quelque chose qui bouillonne en vous et utilisez-le pour écrire”, ce qui ne veut pas dire que si vous êtes prof en primaire, vous devez vous cantonner aux profs de primaire. Mais si vous l’êtes et que vous écrivez sur un prof de primaire, faites en sorte qu’il soit pris dans une histoire qui va réellement accrocher les gens émotionnellement.

## **□ 5. Votre histoire concerne des gens misérables qui le sont tout le temps et qui finissent misérablement ! Voire pire ...**

Ce n’est pas à moi de vous dire quoi écrire. Vous devez écrire quelque chose qui va vous faire lever le matin ou vous faire veiller tard le soir ou vous faire dicter quelque chose dans votre voiture, ou écrire dans un parc au lieu d’être chez vous en train de vous faire enguirlander par votre conjoint parce que vous ne surveillez pas vos enfants.

Ecrivez ce qui vous plaît. Cependant, comme sujet, je ne suggèrerais pas la misère, surtout la misère sordide et sans espoir. C’est peut-être votre vie, mais nous, c’est une histoire que l’on veut.

C’est très, très difficile de faire un film. Vous multipliez la difficulté par quatre ou cinq quand votre film porte sur une histoire horrible et interminable. S’il n’y a pas de raison d’espérer à la fin, le lecteur va le jeter au feu et le regarder brûler en gloussant. Pourquoi le public devrait-il souffrir tout du long et pour finir, en vain ?

Patrick Marber a adapté le roman de Zoe Heller *A quoi pensait-elle ?* Pour écrire *Chroniques d'un scandale*. Après moult tentatives et tribulations, le livre finit dans une ambiance noire et horrible, sans espoir de sauvetage. SOS suicide. Pas la meilleure manière de finir un film. Marber, ce petit malin, a retravaillé la fin pour nous donner de l'espoir quant au personnage principal : elle va peut-être sauver son mariage !» Ouf.

Laissez le lecteur sur une note positive. *Million Dollar Baby*, de Paul Haggis, a une fin sinistre qui est suivie par la décision de la part du personnage principal de faire enfin ce qu'il a toujours voulu faire. On quitte le cinéma avec un soupçon d'élévation morale. Malgré notre tristesse, on est content pour le héros, qui a trouvé quelque chose d'heureux au milieu de sa tristesse. Bien joué, monsieur l'auteur.

Ayez soit un happy end, soit une note d'espoir à donner au lecteur!

## □ 6. Vous n'avez pas passé assez de temps à réfléchir à un titre "qui en jette" !

Votre titre est-il bon ou mauvais ? Donne-t-il une idée du film ? Est-ce un titre que personne ne comprend ou dont tout le monde se fiche ? Est-il si bizarre qu'il est peu engageant ? Est-ce le nom du personnage principal ? Est-il dur à prononcer ou à écrire ?

Si vous avez un titre autre que génial, changez-en.

Si le titre vous fait rire ou sourire ou vous fait sentir bien au chaud sous la couette, gardez-le. S'il dit au lecteur de quoi parle le film, gardez-le. Le titre est le premier contact du lecteur avec votre script. Si votre titre est nul, ils penseront que votre script est nul. C'est un point crucial.

J'étais au téléphone avec un de mes anciens étudiants, maintenant assistant d'un agent à Los Angeles, et il avait le choix entre deux scripts. Il a pris celui qui avait le meilleur titre. Il s'est dit que la personne qui savait choisir un bon titre saurait écrire un bon script. Je me demande parfois si l'autre script a été lu.

Mon titre favori est *Blade Runner*. Il est cool et fascinant et me donne envie de lire le script ou voir le film. Je pourrais nommer chaque script que j'écris *Blade Runner*. Yo!

Quelques bons titres en anglais: *Alien*, *Rich and Famous*, *Gone with the Wind*, *Trouble in Paradise*, *Gladiator*, *A Beautiful Mind*, *Tremors*, *Used Cars*, *Herbie: Fully Loaded*, *The Madness of King George*, *Speed*, *Oldest*

*Living Confederate Widow Tells All, Robocop, His Girl Friday, Ernest Saves Christmas, Dog Day Afternoon.*

En français : *Les Bronzés, Et la tendresse ? Bordel !, La première étoile, Prête-moi ta main, Je vous trouve très beau...*

D'autres moins bons car on ne sait pas de quoi parle le film: *The Island, K-Pax, SwimFan, She's the Man, The Man, Monster, Signs, Tomorrow Never Dies, Go, The Grudge, Fur, The Neverending Story, Music and Lyrics, Freddy Got Fingered, Gigli, Manos: The Hands of Fate, Jeeper's Creepers, August Rush.*

En français : *Lemming, Sans moi, La maison, Selon Charly, Le bénévole, Si j'étais toi...*

Et *Wedding Crashers, 40 ans toujours puceau, et Enceinte, mode d'emploi* Quels super titres — délicieusement intrigants, tout en vous disant de quoi parle le film ! Déjà pris, malheureusement.

Le vôtre est-il ce que vous pouvez faire de mieux ? Essayez d'en imaginer cinquante autres. Envoyez des emails à vos amis et demandez-leur d'en suggérer. Demandez-leur de choisir entre vos dix préférés. Allez dans un magasin de musique et regardez les titres de chansons. Allez sur [imdb.com](http://imdb.com) et volez le titre d'un film de 1934. Faites l'effort de trouver le meilleur titre possible.

Cela fera la différence.