

Text 1: Learning to E-read (extrait de *The Economist*, 7/10/2000)

1 On March 14th this year, Stephen King, a horror writer, published "Riding the Bullet" on the Internet before it had appeared in print. It was an experiment with a book too short, at 66 pages, for the standard novel format. Within 24 hours, around 400,000 people had downloaded it, even though most of them also had to download the software they needed to read it. It sent servers crashing. Jack Romanos, president of Simon & Schuster, Mr King's publishers, told the *New York Times*: "I don't think anybody could have foreseen how many people were out there who are willing to accept the written word in a paperless format." It felt like the coming of age of the electronic novel.

2 Sending text over the Internet is easy, so the print publishing business might have been expected to feel the web's impact even before music, and long before movies. It is true that encyclopaedias in book form have been wiped out, and that textbooks are fast going electronic; but otherwise the old ways of selling printed words have barely been disrupted. That was why the Stephen King book sent the business into a tizzy. The consumers, it seemed, wanted to go somewhere the industry was reluctant to lead.

3 Or did they? Mr King's novel was posted free, so there was nothing to discourage surfers' natural curiosity. The word in the industry is that three-quarters of those who downloaded the book did not read it. "I am two of them," says Youngsuk Chi, chief operating officer of Ingram Book Group, and possibly the most wired man in the publishing business. He downloaded it both at home and at work to test his equipment, and read neither copy. Horror isn't his thing.

1 Le 14 mars dernier [2000], Stephen King, auteur de romans d'horreur, a publié « Riding the Bullet » sur Internet avant sa parution en librairie / sous forme de livre / sous forme de texte imprimé. Il s'agissait d'une expérience menée / faite avec un livre qui, du fait de ses 66 pages, était trop court pour le format romanesque traditionnel. En l'espace de 24 heures, 400 000 personnes environ l'avaient téléchargé, alors même que la plupart de ces personnes avaient également dû télécharger le logiciel nécessaire à sa lecture. Cela avait provoqué la panne des serveurs. Jack Romanos, le président de Simon & Schuster, les éditeurs / la maison d'édition du romancier / de Stephen King, a déclaré au *New York Times* : « Je crois que personne n'aurait pu prédire le nombre de personnes prêtes / disposées à lire de la fiction sous forme informatisée / numérique. » L'avènement du roman électronique semblait avoir eu lieu.

2 Comme l'envoi d'un texte sur / via Internet n'a rien de difficile, on aurait pu s'attendre à ce que le secteur de l'édition papier ressente l'impact du net / du Web / de la Toile avant même celui de la musique et bien longtemps avant l'industrie cinématographique. Il est vrai que les encyclopédies au format papier ont été rayées de la carte / disparu et que les manuels scolaires deviennent rapidement électroniques mais sinon, à part cela, c'est à peine si la façon traditionnelle de vendre des livres a été mise à mal / perturbée. C'est pour cette raison que le livre de Stephen King a mis ce secteur dans tous ses états. Apparemment, cette industrie n'empruntait qu'à contrecœur la direction dans laquelle les consommateurs désiraient aller.

3 Mais le désiraient-ils vraiment ? Le roman de Stephen King a été mis en ligne gratuitement, si bien que rien ne venait entraver / ne venait gêner / ne faisait obstacle à la curiosité naturelle des internautes. La rumeur circulant dans cette industrie affirme que / À en croire la rumeur qui circule dans cette industrie, les trois quarts des personnes qui ont téléchargé ce livre ne l'ont pas lu. « À moi seul, je compte pour deux d'entre elles / ces gens », déclare Youngsuk Chi, directeur / chef de l'exploitation du groupe Ingram Book et sans doute l'homme le plus câblé du monde de l'édition. Il l'a téléchargé deux fois, chez lui et au travail, pour tester son matériel, sans lire ni l'un ni l'autre. L'horreur, ce n'est pas son truc / sa tasse de thé.

- *Nouvelles d'horreur, littérature d'horreur*
- La traduction des titres de livres : donner divers conseils. Cf. Proust's *Remembrance of Things Past / In Search of Lost Time*. Ici, la traduction française en a été : « Un tour sur le Bolid' ».
- *Software* (idem au pluriel) ≠ *hardware* (matériel, équipement)
- *Send sth doing something* = structure causative (le sujet est à l'origine de l'action, mais ce n'est pas lui qui l'accomplit)
- « *out there* » : sorte de tic langagier, qui ne se traduit pas forcément (combien de personne *il y avait* – mais ceci paraît redondant et n'ajoute rien)
- *The written word* (l'écrit) s'oppose à *the spoken word* (l'oral, la parole)
- *Coming of age* : passage à l'âge adulte (le fait d'atteindre sa majorité). Cf. *to be / become / turn of age*.
- *To be in a tizzy, to get into a tizzy*: se mettre dans tous ses états, s'affoler.
- *Chairman and CEO* = P-DG > *CEO* = Directeur général > *COO* (chief *operating officer*) = chef / directeur de l'exploitation. CEO et COO sont plutôt anglo-saxons : en France, la fonction de P-DG réunit généralement ces deux rôles en une seule et même personne.
- *Possibly* = peut-être ; mais ici, on peut aller jusqu'à « sans doute » car il s'agit plus d'une probabilité que d'une simple possibilité.
- *Wire*: fil électrique, fil de fer. Aussi: télégramme, câble.

Text 2: To be or not to be continued (extrait de *Time*, 17/8/1987)

In popular myth the conflict between a writer's literary aspirations and the coarser demands of the marketplace besets only the "serious" author. Novelists who turn out the mystery, thriller, police or spy story are presumed to have long since made their peace with the printer's devil. In fact, however, the ranks of crime writers are as beleaguered as any other by the need for compromise. The battle rarely focuses on setting, which may be urban or rural, domestic or foreign, modern or ancient, or on subject matter, for which these days the rule seems to be the kinkier the better. The clash comes instead over format. Most writers seem to prefer one-shot series, as full of catharsis as a classic tragedy, while publishers—and readers—clamor for series in which a likeable, marketable character appears again and again. The series hero offers predictable pleasures, and some outstanding examples—Sherlock Holmes, Hercule Poirot, Nero Wolfe—attract faithful followers who are not otherwise fans of the mystery form. For writers, however, the series format imposes so many constraints that they may feel they are writing the same book over and over. Small wonder that Conan Doyle sent Holmes plummeting over the Reichenbach Falls, only to have to give in and magically bring him back.

Selon / Si l'on en croit la croyance populaire, le conflit entre les aspirations littéraires d'un auteur et les exigences plus terre-à-terre / grossières / communes du marché n'assaille que l'auteur « sérieux ». Les écrivains qui produisent des polars [romans à énigmes], des thrillers, des romans policiers ou d'espionnage, à suspense sont censés avoir depuis longtemps pactisé avec le diable / vendu leur âme au diable des imprimeurs. Mais en fait, les rangs de ces auteurs-là sont tout aussi tiraillés que les autres par la nécessité du compromis. La bataille ne se rapporte que rarement aux / ne porte que rarement sur les lieux de l'action / le cadre, qui peuvent se situer en ville ou à la campagne – à l'intérieur ou à l'extérieur du pays, à l'époque contemporaine ou non – ou sur les sujets traités, dont la règle actuelle semble être « plus c'est olé-olé / spécial, mieux c'est ». C'est au sujet du format / de la formule que le conflit éclate. La plupart des auteurs semblent préférer les histoires uniques, aussi riches en catharsis qu'une tragédie classique, alors que les éditeurs (et les lecteurs) réclament avec insistance / à grands cris des séries dans lesquelles un personnage sympathique / aimable et porteur / commercialisable apparaît de manière récurrente. Le héros de série offre des plaisirs prévisibles et certains exemples remarquables (comme Sherlock Holmes, Hercule Poirot ou Nero Wolfe) ont les faveurs de fidèles adeptes qui ne sont pas par ailleurs / ne sont pourtant pas des mordus de polars / des inconditionnels du roman à énigmes. Cependant, pour les auteurs, le format de la série impose tant de contraintes qu'ils peuvent avoir la sensation / l'impression d'écrire sans cesse / sans fin le même livre. Il n'est pas étonnant que Conan Doyle n'ait fait tomber / chuter Holmes du haut des chutes / de la cascade de Reichenbach que pour capituler finalement et le ramener miraculeusement à la vie / le faire ressusciter comme par magie.

- **Beset by the enemy**: encerclé, cerné ; **beleaguered**: assiégé, tiraillé de toutes parts, critique. Dans tout le texte, repérer et restituer fidèlement toutes les métaphores militaires.
- **Crime writer / novelist** : auteur de roman policier > ne convient pas ici car restreint la liste précédente des 4 types d'auteurs > ferait faire un contresens quant à l'intention recherché
- **Kinky** est le plus souvent de nature sexuelle / érotique. Le reste du temps : farfelu, loufoque
- **One-shot (US) = one-off (UK)**: unique, exceptionnel. Cf. **he's a complete one-off**: il n'y en a pas deux comme lui; **I'll do it but it's a one-off job**: à titre exceptionnel
- **Auteurs mentionnés** indirectement : Conan Doyle, Agatha Christie, **Rex Scout (US)** qui apparut en 1934, se passe le plus souvent à NYC, et est raconté par l'assistant de : Archie Goodwin. Titres (parmi les 33 romans et 39 nouvelles) : *Murder by the Book*, *Too Many Women*, *Might as Well be Dead*, *Le secret de la bande élastique*, *La cassette rouge*, etc.
- **Allusion à *The Adventure of the Final Problem (1893)* de Conan Doyle** : le 4 mai 1891, au-dessus de Meirigen, dans l'Oberland bernois, en Suisse, 120 m de cascade. Mais Holmes réapparaît dans *La maison vide (The Empty House)* en 1903, sous les traits d'un mystérieux chercheur norvégien, Sigerson. His nemesis = Professor Moriarty.

Text 3: Cartoons of the prophet Muhammad (extrait de *The Economist*, 9/2/2006)

“I disagree with what you say and even if you are threatened with death I will not defend very strongly your right to say it.” That, with apologies to Voltaire, seems to have been the initial pathetic response of some western governments to the republication by many European newspapers of several cartoons of Muhammad first published in a Danish newspaper in September.

When the republished cartoons stirred Muslim violence across the world, Britain and America took fright. It was “unacceptable” to incite religious hatred by publishing such pictures, said America’s State Department. Jack Straw, Britain’s foreign secretary, called their publication unnecessary, insensitive, disrespectful and wrong.

Really? There is no question that these cartoons are offensive to many Muslims. They offend against a convention in Islam that the Prophet should not be depicted. And they offend because they can be read as equating Islam with terrorism: one cartoon has Muhammad with a bomb for his headgear. It is not a good idea for newspapers to insult people’s religious or any other beliefs just for the sake of it. But that is and should be their own decision, not a decision for governments, clerics or other self-appointed arbiters of taste and responsibility. In a free country people should be free to publish whatever they want within the limits set by law.

« Je suis en désaccord avec ce que vous dites / affirmez et même si on vous menace de mort, je ne défendrai pas très fermement / c’est sans aucune véhémence que je défendrai votre droit de le dire / d’expression. » Telle semble avoir été, pauvre Voltaire ! / sauf le respect que l’on doit à Voltaire, la réaction pathétique initiale de certains gouvernements occidentaux à / devant la réédition, par / dans de nombreux journaux européens, de plusieurs dessins humoristiques de Mahomet, publiés à l’origine en septembre dernier dans un journal danois.

Confrontés / Face aux actes de violence perpétrés dans le monde entier par des musulmans à la suite de cette réédition, la Grande-Bretagne et l’Amérique ont pris peur. Selon le ministère américain des Affaires étrangères / le département d’État américain, il était « inacceptable / inadmissible » d’inciter à la haine religieuse en publiant de telles images. Jack Straw, ministre britannique des Affaires étrangères, a qualifié cette publication d’inutile / d’acte inutile, déplacé / dépourvu de tact, irrespectueux / discourtois et injustifié / malavisé.

À voir. / Mais est-ce vraiment le cas ? Il ne fait aucun doute que ces dessins constituent / Il est indubitable / Il est clair que ces dessins sont une insulte aux yeux de nombre de musulmans / jugés insultants par / offensent de nombreux musulmans. Ils transgressent une convention islamique voulant que le prophète ne soit pas représenté / interdisant la représentation iconique du prophète. En outre, ils offensent parce qu’ils peuvent être interprétés comme faisant l’amalgame entre Islam et terrorisme : un de ces dessins montre Mahomet avec une bombe en guise de couvre-chef / turban. Il est malavisé / peu judicieux de la part des journaux d’insulter sans véritable raison les croyances, religieuses ou autres, des gens. Cependant, c’est à eux seuls, comme il se doit, qu’incombe cette décision, et non aux gouvernements, aux ecclésiastiques / hommes d’Église ou aux autres arbitres autoproclamés / ou aux autres personnes qui s’autoproclament arbitres du goût / des convenances et des responsabilités. Dans un pays libre, on doit être libre de publier ce que l’on veut, dans les limites / dans le respect des limites imposées par la loi.

- Affaire datant de novembre 2005 : publication dans le journal danois *Jyllands-Posten* → vague de censure dans toute l’Europe
- **Headgear** : couvre-chef ; **gear** : vêtements, tenue / vitesse (levier dans une voiture)
- **To equate sth with sth else** : mettre deux choses sur un pied d’égalité
- **For the sake of** : dans l’intérêt de, pour + infinitif. **For goodness sake! For God’s sake! For heaven’s sake!** = pour l’amour du ciel. **Just for the sake of it** = mot à mot, sans autre raison que cela ; **they talk just for the sake of it** = pour ne rien dire ; art for art’s sake = l’art pour l’art.
- **Cleric** = un ecclésiastique **MAIS clerical** = SOIT clérical, ecclésiastique, du clergé (Cf. **clerical collar** : col d’ecclésiastique), SOIT de bureau, de commis (**clerical work** = **office work** < **clerk**)

Text 4: Movie criticism (extrait de *The Guardian*, 12/1/2007)

Will Smith's new film is an old-fashioned Hollywood heartwarmer: a tale based on the true story of US multi-millionaire Chris Gardner, who experienced hardship and homelessness before he found success. For all the film's occasional cheesiness, it's entertaining, good-natured and decently acted—and interesting in that it talks about the unglamorous subject of poverty.

This was a man who managed to grow very rich—that most politically incorrect of things—by founding his own stockbroking firm. For some, the fact that this is about poverty overcome and defeated will render the movie inauthentic. I wonder. Will Smith plays Gardner, a blue-collar fellow who cares about standards: he complains about the misspelling of “happyness” on the mural near his son's playschool. His wife leaves him and he and his boy are in desperate straits. Then Gardner, with his smart head for figures, manages to get an unpaid internship at a top brokerage firm. But as he studies, Gardner is thrown out of his apartment for non-payment of rent, and he and his boy have to spend the night at homeless hostels, and even in a subway men's room. Frantically, Gardner keeps up appearances in front of the wealthy people who study alongside him.

The genial and likeable Will Smith might be a very idealised version of what the fiercely driven Gardner was actually like. But what is interesting is the taboo subject of how close the middle classes can get to poverty. Maybe it would have been more statistically truthful to show someone trying and failing. The opposite, however, is not necessarily dishonest. It's certainly entertaining.

Le nouveau film de Will Smith s'inscrit dans la tradition des vieux films d'Hollywood qui font chaud au cœur. Son histoire, basée sur des faits réels, s'inspire de [la vie de] Chris Gardner, le multimillionnaire américain qui a connu la rue et de rudes épreuves / s'est retrouvé à la rue et a dû affronter de rudes épreuves avant d'atteindre / de connaître le succès. En dépit de quelques moments à l'eau de rose, ce film est divertissant, bon enfant / bien intentionné, correctement interprété, mais aussi intéressant / digne d'intérêt dans la mesure où il aborde le sujet peu séduisant / peu affriolant / peu vendeur de la pauvreté.

Voilà un homme qui avait réussi à devenir extrêmement riche / à faire fortune, le comble / summum du politiquement incorrect, en fondant / créant sa propre entreprise / maison de courtage [en Bourse]. Certains contesteront l'authenticité / la crédibilité de ce film, [en raison] du fait que la pauvreté y est surmontée et vaincue. À voir. Will Smith joue le rôle de Gardner, col bleu qui a des principes / défend ses valeurs : il se plaint ainsi de la faute d'orthographe commise dans le mot « bohneur » sur la peinture murale située à proximité de la garderie de / où va son fils. Quand sa femme le quitte, son fils et lui se retrouvent / sont plongés dans une situation désespérée. Grâce à son don pour les chiffres / Comme il est doué pour les chiffres, Gardner réussit alors à décrocher un stage non rémunéré dans une grande société de courtage / une société de courtage prestigieuse / de premier plan. Au milieu de ses études / Pendant ce stage, Gardner se fait pourtant expulser de son appartement pour non-paiement de loyer. Il se voit alors forcé / contraint, avec son fils, de coucher dans des foyers d'accueil pour sans-abri[s] / SDF ou même / voire dans les toilettes d'une station de métro. Gardner sauve coûte que coûte / s'acharne à sauver les apparences en présence des nantis / personnes aisées qui étudient à ses côtés / effectuent le même stage [que lui].

Aimable et attachant, Will Smith donne certainement une version très idéalisée du / campe sans doute un personnage très idéalisé par rapport au véritable Gardner, arriviste fini / caractère farouche et déterminé du véritable Gardner. En revanche, le thème tabou de la proximité entre les classes moyenne et la pauvreté / de la pauvreté qui guette les classes moyennes est digne d'intérêt. Statistiquement parlant, / Du point de vue statistique, il aurait peut-être été plus exact de montrer quelqu'un qui essaie et échoue / mettre l'accent sur les tentatives malheureuses du personnage, mais l'inverse n'est pas forcément malhonnête. En tout cas, le résultat est tout à fait divertissant / Le film est très divertissant, en tous les cas.

- *Cheesy* = tasteless, shoddy, vulgar, of poor quality
- *To be in dire / financial straits* : avoir des ennuis financiers / se retrouver dans une situation désespérée. *The Straits of Dover* (le Pas de Calais), *the Strait of Gibraltar* (le détroit de Gibraltar)
- *Frantic* : éperdu, affolé
- *Genial* : aimable, affable, cordial
- *Driven* : déterminé, motivé. Cf. *market-driven / consumer-driven economy* : économie déterminée par les lois du marché / les exigences des consommateurs ; *plot-driven or character-driven novel*.
- *Fierce* : féroce, farouche, acharné

Text 5: Keitai novels (extrait de *The Economist*, 26/5/2007)

Japan's latest mobile craze: novels delivered to your handset.

With sales of books in decline, a new market has come as a godsend to Japan's publishing companies. Sales of mobile-phone novels—books that you download and read, usually in instalments, on the screen of your keitai, or mobile phone—have jumped. Mica Naitoh, a popular keitai author whose bestselling book had 160,000 downloads a day, says many of her readers never even buy old-fashioned books. For one thing, she says, today's trendy handbags are far too small.

The problems of traditional publishers go beyond handbags, however. Shin Nina of Kadokawa, a go-ahead publisher that has branched into keitai novels, points to two reasons for the crisis in printed books. One is that publishers are at the mercy of an inefficient distribution system: piles of books may sit unsold at one bookseller while demand goes unmet at another. The second reason is the devastating success of an innovative chain of second-hand bookshops called Book-Off, which buys used paperbacks at around 5% of the retail price, trims off their worn edges with a machine behind the counter and resells them for around one-third of the new price.

So publishers turned to keitai books, which can be distributed digitally and cannot be resold. At first plenty of false assumptions were made, says Mutsumi Nakamura of Shinchosha, which got into the business in 2002. Publishers offered existing novels by established authors, but they did not sell, suggesting keitai readers were a new audience. Then they offered pornography, but that did not sell either, since most readers were women. Publishers now understand the market better. Mystery and romance sell well.

La dernière folie des Japonais en matière de téléphonie mobile ? Des romans envoyés directement sur / destinés à votre portable !

Dans le contexte d'un déclin des ventes de livres / Alors que les ventes de livres chutent, le monde japonais de l'édition voit d'un bon œil [ravi]/ les éditeurs japonais considèrent comme une aubaine [bénédiction / manne] l'arrivée d'un nouveau marché. La vente des romans pour portables (ces livres qu'on télécharge et qu'on lit, généralement de manière échelonnée, sur l'écran de son keitai, c'est-à-dire de son portable) a explosé. Selon Mica Naitoh, auteure à succès de keitai / Selon la romancière Mica Naitoh, auteur à succès de keitai dont le livre le plus vendu a connu 160000 téléchargements par jour, un bon nombre de ses lecteurs n'achètent même jamais de livres traditionnels. Pour commencer, / Tout d'abord, déclare-t-elle, les sacs à main tendance / branchés actuels sont beaucoup / bien trop petits.

Cependant, les problèmes rencontrés par les éditeurs traditionnels ne se limitent pas aux sacs à main. D'après Shin Nina, de chez Kadokawa, éditeur entreprenant / dynamique / énergique qui s'est diversifié dans les romans keitai, deux raisons expliquent / il y a deux raisons à la crise du livre imprimé. La première est que les éditeurs sont à la merci d'un système de distribution inefficace : des piles d'inventus peuvent attendre chez tel libraire pendant que tel autre est incapable de répondre à / satisfaire la demande. La seconde raison est / réside dans le succès ravageur de Book-Off, [une] chaîne novatrice / innovante de magasins qui achète[nt] des livres de poche / livres brochés d'occasion à environ 5% de leur prix au détail, coupe[nt] sur place les rebords élimés / abîmés et les revend[ent] à approximativement un tiers du prix du [livre] neuf.

Les éditeurs se sont donc tournés vers les keitai, qui se distribuent de manière numérique et ne peuvent être revendus. Au départ, on a souvent fait fausse route / de faux calculs, avoue Mutsumi Nakamura, de chez Shinchosha, qui s'est lancé dans cette aventure en 2002. Les éditeurs ont proposé / mis sur le marché des romans déjà publiés d'auteurs reconnus, mais ces derniers ne se sont pas vendus, ce qui suggérait / laissait entendre que les lecteurs / amateurs de keitai constituaient un public / lectorat nouveau. Ils ont ensuite proposé / mis sur le marché de la pornographie, qui ne s'est pas vendue non plus du fait que le lectorat est /, le lectorat étant pour la plupart féminin. Les éditeurs comprennent désormais mieux / ont à l'heure actuelle une meilleure connaissance du marché. Les romans policiers ou d'amour se vendent bien.

- **Installment** : acompte, versement partiel ; épisode, volet, partie ; versement échelonné ; installation (d'une machine)

