

**Debbie Folaron**

*Université Concordia, Montréal, Canada*

**Yves Gambier**

*Université de Turku, Finlande*

## **LA LOCALISATION : UN ENJEU DE LA MONDIALISATION**

Comme Keiran Dunne l'a justement remarqué dans son introduction à un ouvrage consacré à la localisation dans le cadre des communications internationales multilingues (2006), « il y a vingt ans, la localisation comme profession et comme activité industrielle, n'existait pas ». Dunne souligne que, si la localisation au sens large réfère à la combinaison entre langue et technologie dans des produits qui cherchent à passer outre les frontières culturelles et linguistiques (Esselink, 2000, p. 4), une définition plus affinée de la localisation, visant à intégrer ses divers éléments constitutifs, se lirait ainsi (Dunne, 2006, p. 4) : « Ensemble des processus par lesquels des contenus et produits numériques développés en un lieu (compris en terme de zone géographique, de langue, de culture) sont adaptés pour leur vente et leur utilisation en un autre lieu. La localisation inclut dès lors (a) la traduction du contenu verbal selon les conventions textuelles et linguistiques de la langue réceptrice et (b) l'adaptation du contenu non verbal – depuis les couleurs, les icônes, le format bitmap jusqu'à l'emballage et autres contraintes formelles. Elle inclut aussi toutes les données et les paramètres utiles à la prise en compte des exigences culturelles, techniques et légales du lieu visé. En somme, la localisation ne porte pas tant sur des tâches spécifiques que sur des processus d'adaptation de produits. »

La localisation ne peut en fait se comprendre qu'en relation avec les processus de globalisation, en particulier de l'économie, des affaires et des technologies. On peut la conceptualiser comme un espace contemporain fluide et dynamique dans lequel global et local se croisent et interagissent constamment,

suscitant des échanges linguistiques et culturels dans une mesure jusque-là inconnue, tout en élargissant le champ de la traduction.

À coup sûr, si les acteurs de la localisation avaient à choisir une figure tutélaire pour symboliser leurs missions et leurs pratiques, ils choisiraient Hermès. Dieu du commerce et traducteur-interprète dans la mythologie grecque, rapproché du Thot de l'ancienne Égypte, apparenté au Khrishna de la tradition hindoue, assimilé au Mercure du panthéon romain, *Hermêneus* avait aussi autorité sur les routes, les carrefours et les foires, ainsi que sur tous les territoires intermédiaires et de passage, marges, marches et frontières (les zones transnationales d'aujourd'hui).

## **Hermès, le voyageur par-delà les frontières**

La traduction s'est toujours intéressée aux échanges par-delà les frontières, en tenant une position de négociation entre le familier et l'étranger. L'histoire de la traduction et des traducteurs confirme que cette activité a toujours eu une portée universelle, partie intégrante des vagues successives de la mondialisation, depuis les premiers temps des dynasties et empires du Moyen-Orient, de la Chine ou de l'Inde. Cependant, avec la mondialisation contemporaine, le local instaure – globalement – de nouvelles configurations avec le global. La traduction et ses dérivés sont des activités désormais omniprésentes dans la circulation universelle des idées, des marchandises et des services : l'histoire de la localisation se comprend d'abord en situant la traduction dans le cadre de la mondialisation en cours.

Jusqu'à la fin du <sup>xx</sup>e siècle, la pratique de la traduction n'a guère été modifiée, intégrant toutefois les avancées technologiques successives (documents imprimés, dictaphones, machine à écrire, traitement de texte), chacun collectant et amassant des données pour sa bibliothèque personnelle et dépendant des centres d'information de sa région. Les traducteurs étaient redevables de lieux et de matériaux physiques, concrets. En outre, l'activité devait suivre la loi de l'offre et de la demande, beaucoup traduisaient vers une langue étrangère faute d'experts de cette langue sur place. Les activités sociales, politiques et commerciales étaient en général organisées prioritairement aux niveaux local et national : le marché avait ses frontières. Avec la diffusion à grande échelle des TIC (notamment Internet) et des ordinateurs personnels, toutes les principales facettes (politique, juridique, sociale, culturelle et même linguistique) de nos organisations humaines se sont transformées. Ces changements technologiques allaient amener les traducteurs à la localisation.

La mondialisation dans ses formes contemporaines a fait son entrée dans un paysage d'États-nations sortant de la Seconde Guerre mondiale et de la Guerre froide, désormais pris dans une toile de régulations, d'alliances, de partenariats, de relations... inconcevables sans les technologies actuelles. Dans ces conditions, les besoins en traduction sont montés en flèche, comme en témoignent certains organismes qui s'efforcent de rassembler des statistiques fiables, que ce soit au niveau local (exemple, <<http://www.gdsourcing.ca/works/translation.htm>>) ou international (exemples, <<http://bytelevel.com.global/>>, <<http://www.common senseadvisory.com>> et <<http://inttranews.inttra.net/cgi-bin/index.cgi>>).

## **Le mécène du commerce et des marchés**

Il incombe de rappeler que la traduction, en termes généraux, est une série de négociations : Quoi traduire ? Pour qui ? Par qui ? À quelles conditions (délai, rémunération) ? Quand et sous quelle forme livrer la traduction ? À part les travaux réalisés par intérêt ou plaisir personnel, comme exercice de classe ou comme aide bénévole, la plus grande partie des traductions sont commandées et payées ; c'est-à-dire qu'elles relèvent de l'économie. La plupart des demandes de traduction sont liées à l'activité économique et ont une dimension économique. Traduire un discours gouvernemental dans le cadre d'une législation linguistique officiel a un coût comme traduire un best-seller littéraire commandé par une maison d'édition internationale ou encore un mode d'emploi d'un nouvel équipement médical breveté.

L'accroissement des interactions régionales et internationales parmi les gouvernements, les institutions, les organisations transnationales et non gouvernementales, les entreprises, les consommateurs a augmenté proportionnellement le besoin en communication par-delà les frontières linguistiques et culturelles. Les affaires, le commerce ont été parmi les premiers à exiger des traductions professionnelles rapides – les technologies étant en mesure dorénavant d'aider à pourvoir à ces demandes.

Forgée aux États-Unis par les programmeurs et ingénieurs écrivant le code des premières versions en anglais des logiciels, la notion de localisation en vint à désigner les phases de management et de marketing où l'on introduit des éléments linguistico-culturels dans la chaîne d'élaboration technique (comprenant programmation, rédaction et production) : il fallait transférer (techniquement, linguistiquement et culturellement) applications et supports d'un environnement local sur une plateforme multilingue et multiculturelle. L'industrie des logiciels fut le premier secteur de l'économie en relation directe avec la mondialisation à recourir largement à la traduction et aux technologies afférentes. Elle ne fut pas la seule puisque des secteurs tels que la bourse, la banque et les assurances ont suivi. Désireuses de transférer des capitaux à la vitesse maximale permise par les nouvelles technologies et soucieuses d'être à la pointe de la concurrence, les institutions et les compagnies de ces secteurs se mirent à commander des traductions dans les principales langues du marché, ouvrant des succursales à l'étranger et localisant applications et systèmes de gestion de contenus pour répondre au mieux à leurs besoins et opérations partout dans le monde. Les activités traductionnelles, par le biais de la localisation, devinrent ainsi impliquées dans les nouvelles dérèglementations de l'économie, dans les politiques néo-libérales et dans les forces du marché qui poussent à une mondialisation dominée par l'Occident.

Cependant cette mondialisation des marchés, des économies, des finances fut vite contestée, en particulier par des mouvements sociaux qui luttaient contre la pauvreté et pour le développement d'une participation équitable à l'économie mondiale. De tels mouvements s'efforcèrent de promouvoir les droits de la personne, la justice sociale, dans des domaines comme la santé, la médecine, le logement tandis que se multipliaient les déplacements de population, les migrations dues à des conflits militaires, à un appauvrissement de l'environnement et à des économies en perte de vitesse. Les activités traductionnelles, lors des localisations, devinrent alors aussi impliquées dans l'anti- puis dans l'altermondialisation. L'accès à des logiciels libres poussa nombre de traducteurs et localisateurs vers le bénévolat. Des agences de traduction

se mirent à localiser en interne des informations de nature sociale pour des communautés locales d'immigrants. Des traducteurs professionnels, réunis en réseaux, se portèrent régulièrement volontaires, au moins pour une partie de leur temps, afin de traduire pour des organisations comme Traducteurs sans frontières ou Médecins sans frontières. Ainsi la localisation se retrouva graduellement associée à des projets multilingues d'envergure qui allaient plus loin que les applications logicielles, touchant des contenus sur Internet, en prise avec des réseaux ancrés dans diverses cultures locales.

Dans le même temps, suite à la nécessité de transférer produits et services en de multiples langues simultanément vers les marchés développés et émergents, des agences de développement de logiciels puis de sites Web et enfin de traduction et de localisation, ainsi que les divisions *ad hoc* de multinationales, commencèrent à financer des recherches pour mieux adapter les technologies propres aux environnements de traduction et de localisation multilingues. L'objectif était d'accommoder différentes langues dans la même station de travail, s'assurant de la compatibilité fonctionnelle des écritures (latine, cyrillique, idéographique, etc.), des monnaies, des chiffres, des conventions d'indicatif horaire et de date, de la ponctuation, etc. Ces technologies ou outils de traduction assistée par ordinateur (TAO) ont été conçues pour réaliser et automatiser les tâches de la traduction humaine. Ces applications TAO répondent aux besoins des traducteurs dans un environnement numérique (mémoire de traduction, aligneur, base en terminologie, concordancier, publication assistée...). De manière similaire, face au besoin accru d'accéder à de gros volumes d'informations en langage naturel, des entreprises spécialisées et des laboratoires universitaires ont ravivé et accéléré des recherches en traduction automatique (TA), commencées dans les années 1950 mais abandonnées faute de financement. De tels outils de TA servent particulièrement pour des textes pré-édités, rédigés en langue simplifiée, ou balisés par un protocole standardisé comme XML. Pour les textes non préparés d'avance, la TA nécessitera une post-édition. En quelques années, les traducteurs, leurs technologies et leur environnement numérique ont bien évolué.

Depuis la fin du XX<sup>e</sup> siècle, c'est en passant par la localisation que la pratique de traduction a connu le plus grand nombre de transformations, obligeant à des ajustements de matériels et de logiciels. Outils de traitement de données, logiciels de TAO et de TA, télécopie, scanner, logiciels de reconnaissance vocale, correcteurs orthographique et grammatical, Internet, etc., ont dû être incorporés aux procédures de travail, en un laps de temps assez court. Des équipes de traducteurs, gérées par des managers de projet à l'aise avec les nouvelles technologies, doivent désormais opérer dans un environnement virtuel, se reliant à Internet par leurs outils de TAO pour partager des bases de terminologie ou des mémoires de traduction constamment mises à jour. Des donneurs d'ordre de traductions multilingues localisées pour de multiples régions du monde peuvent n'avoir aucun contact direct avec les traducteurs. Chefs de projet, ingénieurs, webmasters, éditeurs, traducteurs, réviseurs, rédacteurs, et autres acteurs... rendent toujours plus complexes les processus de production et la distribution des tâches. Le retard de l'un peut avoir un effet domino qui se répercute sur toute la chaîne des intervenants, de plus en plus interdépendants, non sans conséquence financière et des retards qui ne peuvent être compensés qu'à grand-peine.

## **L'artisan, habile et innovateur**

L'industrie de la localisation – qu'on parle de technologies, de pratiques commerciales, de régulations globales ou locales – est devenue plus complexe, transformant par là même sa propre définition. Avec l'entrée sur le marché planétaire de programmeurs et d'ingénieurs qualifiés, de différentes langues, et avec la sous-traitance, l'industrie s'est vue obligée de revoir ses procédures et de simplifier les étapes de la localisation afin d'en réduire les coûts. Le sigle GILT (Globalisation, Internationalisation, Localisation, Traduction) est apparu pour synthétiser des activités corrélées et interdépendantes, tout en soulignant la complémentarité de toutes ces activités informatisées avec la traduction. Chronologiquement, se sont donc développées la traduction (c'est-à-dire la conversion d'un texte d'une langue de départ vers une langue d'arrivée), suivie de la localisation (ou l10n) – pour l'adaptation d'un produit ou logiciel à une langue ou culture particulière, de sorte que le produit semble « naturel » dans son nouveau contexte. Sont venues ensuite l'internationalisation (i18n) – pour la généralisation d'un produit dès sa conception, de manière à ce qu'il accepte de multiples langues et conventions culturelles sans devoir être repensé et conçu de nouveau –, puis la globalisation (g11n) – pour tout ce qui entoure le lancement au niveau mondial d'un produit ou d'un service, dans ses aspects commercial et juridique.

En d'autres termes et à titre d'exemple, prenons une banque internationale, dont le siège social est à Francfort, qui décide de rationaliser ses procédures et opérations en équipant ses succursales de Zurich, Dubaï, Buenos-Aires, New York, Paris, Tokyo, etc., du même système de gestion financière, relié par l'intranet de l'entreprise. Localiser le système impliquera les étapes suivantes : 1° Il y aura d'abord la consultation des managers de chaque endroit pour relever les règlements financiers, commerciaux, juridiques qui s'appliquent à leur zone géographique respective (en rapport avec les accords nationaux et régionaux). 2° Cette consultation sera concomitante d'une autre avec ingénieurs et programmeurs pour déterminer les exigences linguistiques et culturelles dans une perspective technique (par exemple pour accommoder les documents en écritures latine, arabe ou japonaise). 3° Les concepteurs de logiciels seront également consultés pour rédiger l'interface en langage simplifié afin d'accélérer la traduction (réduisant au maximum toute expression trop localement marquée). 4° Enfin, contact sera pris avec une agence de localisation ou de traduction compétente dans les procédures de localisation, et apte à produire, réviser les versions en différentes langues et à en contrôler la qualité.

L'étape 1 correspond à la globalisation, les étapes 2 et 3 à l'internationalisation tandis que l'étape 4 coïncide avec la localisation et la traduction, étape durant laquelle le chef de projet organise, suit puis fournit le projet en coordonnant les équipes de traducteurs, réviseurs et éditeurs (saliés et/ou sous-traitants) ainsi que les terminologues et les spécialistes des outils de TAO (traitant les mémoires de traduction et les bases de données). L'objectif final est que tous les utilisateurs (employés des diverses succursales) puissent accomplir leur travail quotidien en recourant au système dans leur langue et selon leurs besoins locaux. Une telle demande de localisation ne se serait pas développée sans la mondialisation économique contemporaine et le besoin afférent d'avoir des informations en temps réel circulant, grâce

aux technologies nouvelles, entre les institutions financières et boursières, les actionnaires et les clients, dispersés dans le monde entier.

À cause des liens profonds qui unissent langue et culture, il est évident que la traduction devait ressentir l'impact des TIC et de la mondialisation, notamment dans le domaine de la culture globale. D'où le lancement, par des industriels, de l'étiquette « localisation ». La dissémination des cultures, sous forme d'idées et d'objets, est redevable des moyens de communication et des modes de transport. Les avancées technologiques convertissent et codifient désormais ces éléments en signaux électriques, analogiques et numériques, ce qui a profondément modifié nos perceptions du temps et de l'espace mais aussi intensifié la transmission, la circulation et la distribution de ces éléments de culture. Parallèlement, à travers les *mass media* et maintenant Internet, la culture populaire a acquis droit de cité et défie la diffusion classique de la culture ou des cultures élitistes.

La mondialisation économique a grandement facilité et renforcé la transmission des cultures en tout genre, souvent même en les changeant en produits. Il n'a pas fallu beaucoup de temps pour que l'industrie de la localisation comprenne que la culture était une variable puissante, dynamique dans le processus de la traduction. De fait, la culture façonne les identités, qu'on soit consommateur individuel ou citoyen national, voyageur cosmopolite ou créateur. Tandis que le couple globalisation/localisation suivait à ses débuts une stratégie de transfert des messages, des produits, des services plutôt orientée du haut vers le bas, il en est venu peu à peu à inverser la tendance, manifestant dorénavant une approche qui remonte des utilisateurs/consommateurs vers les concepteurs et les gens d'affaires. Les utilisateurs ont vite acquis la maîtrise des technologies (ordinateurs, Internet...), s'appropriant les mécanismes qui auraient pu sinon les contrôler et les dominer, du moins les manipuler. Que ce soit dans le commerce électronique, la formation à distance ou le gouvernement en ligne, les alternatives électroniques aux activités et opérations du monde physique ont désormais intégré les exigences du public. Même les concepteurs des outils de l'industrie de la localisation et de la traduction reconnaissent que s'ils veulent continuer à être compétitifs, ils doivent répondre aux demandes des utilisateurs, sinon ils risquent d'être déclassés et même d'être éliminés du marché.

## **Le communicateur**

Il y a plus de 2000 ans, la mythologie grecque a souligné, par la figure à multiple visages de Hermès, l'importance vitale de la communication, de l'interprétation, de la traduction, de la médiation, par-delà les frontières entre le monde physique et les autres mondes. La mondialisation contemporaine – politique, économique, culturelle – a certainement complexifié les activités d'interprétation, de traduction et de localisation. En même temps, elle a mis en lumière la nécessité, comme jamais auparavant, des communications via la traduction. L'industrie de la localisation a accompagné fermement et progressivement cette transition vers un environnement numérique et virtuel. La traduction via la localisation est désormais un

composant actif des logiciels, des sites Web, des jeux vidéo et même des mondes en ligne multilingues et multiculturels.

Le développement rapide de la mondialisation et de la technologisation, en particulier dans le monde du travail, n'a guère donné de temps à nos sociétés pour assimiler et réévaluer leurs structures fondamentales. Nos modèles et relations actuels sont-ils durables et nos pratiques sociales et culturelles ont-elles changé ? Un certain recul historique nous permet de considérer la création, la mise en œuvre et la maturation de nouveaux paradigmes, surtout à chaque phase d'innovation technologique : de l'oral à l'écrit, de l'imprimerie aux technologies numériques qui nous permettent d'ajouter une dimension virtuelle ou « synthétique » (Castronova, 2005) à notre réalité concrète.

Le visible et le tangible, ainsi que l'impalpable et l'immatériel coexistent dans les mondes physique et virtuel comme des réalités complémentaires et cela à différents niveaux de nos organisations sociales, y compris dans le commerce et le droit. Alors que certains domaines en cours de mondialisation optent pour donner la priorité à un certain anglais, d'autres ont choisi d'adopter une stratégie répondant aux préférences contextualisées, grâce à la localisation. Des recherches sont encore nécessaires pour analyser plus en détails le degré d'interaction entre la conceptualisation d'un contenu (y compris au niveau langagier) et ses versions localisées, et pour comprendre jusqu'où la mondialisation a homogénéisé, uniformisé ou métissé les relations et communications globales via les technologies et la traduction. En vérité, traduction et localisation peuvent aider les chercheurs à mieux saisir comment désormais on négocie dans le monde avec nos identités plurielles tandis que la mondialisation économique, politique, culturelle, poussant à de nouvelles alliances et partenariats, refaçonne sans cesse nos manières de voir et de percevoir.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

CASTRONOVA, E., *Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games*, The University of Chicago Press, 2005.

DUNNE, K. (dir.), *Perspectives on Localisation*, Amsterdam & Philadelphie, ATA Scholarly Monograph Series, vol. XIII, John Benjamins Publishing, 2006.

ESSELINK, B., « The Evolution of Localization », *The Guide to Localization*, supplément à *Multilingual Computing and Technology*, vol. 14, n° 5, 2003, p. 4-7.