



uOttawa

L'Université canadienne  
Canada's university

**FACULTÉ DES ÉTUDES SUPÉRIEURES  
ET POSTDOCTORALES**



**uOttawa**  
l'Université canadienne  
Canada's university

**FACULTY OF GRADUATE AND  
POSTDOCTORAL STUDIES**

**Jean-Sylvain Dubé**

AUTEUR DE LA THÈSE / AUTHOR OF THESIS

**M.A. (Traduction)**

GRADE / DEGREE

**École de traduction et d'interprétation**

FACULTÉ, ÉCOLE, DÉPARTEMENT / FACULTY, SCHOOL, DEPARTMENT

**La localisation: examen du concept et analyse sous l'angle du produit localisé**

TITRE DE LA THÈSE / TITLE OF THESIS

**Aline Francoeur**

DIRECTEUR (DIRECTRICE) DE LA THÈSE / THESIS SUPERVISOR

CO-DIRECTEUR (CO-DIRECTRICE) DE LA THÈSE / THESIS CO-SUPERVISOR

EXAMINATEURS (EXAMINATRICES) DE LA THÈSE / THESIS EXAMINERS

**Lynne Bowker**

**Marc Charron**

**Gary W. Slater**

Le Doyen de la Faculté des études supérieures et postdoctorales / Dean of the Faculty of Graduate and Postdoctoral Studies

**La localisation : examen du concept et  
analyse sous l'angle du produit localisé**

par

Jean-Sylvain Dubé

sous la direction  
d'Aline Francoeur

Thèse soumise à la  
Faculté des études supérieures et postdoctorales  
dans le cadre des exigences  
du programme de maîtrise en traduction

École de traduction et d'interprétation  
Faculté des arts  
Université d'Ottawa



Library and  
Archives Canada

Published Heritage  
Branch

395 Wellington Street  
Ottawa ON K1A 0N4  
Canada

Bibliothèque et  
Archives Canada

Direction du  
Patrimoine de l'édition

395, rue Wellington  
Ottawa ON K1A 0N4  
Canada

*Your file* *Votre référence*

*ISBN: 978-0-494-49194-2*

*Our file* *Notre référence*

*ISBN: 978-0-494-49194-2*

**NOTICE:**

The author has granted a non-exclusive license allowing Library and Archives Canada to reproduce, publish, archive, preserve, conserve, communicate to the public by telecommunication or on the Internet, loan, distribute and sell theses worldwide, for commercial or non-commercial purposes, in microform, paper, electronic and/or any other formats.

The author retains copyright ownership and moral rights in this thesis. Neither the thesis nor substantial extracts from it may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

**AVIS:**

L'auteur a accordé une licence non exclusive permettant à la Bibliothèque et Archives Canada de reproduire, publier, archiver, sauvegarder, conserver, transmettre au public par télécommunication ou par l'Internet, prêter, distribuer et vendre des thèses partout dans le monde, à des fins commerciales ou autres, sur support microforme, papier, électronique et/ou autres formats.

L'auteur conserve la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent cette thèse. Ni la thèse ni des extraits substantiels de celle-ci ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.

---

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms may have been removed from this thesis.

Conformément à la loi canadienne sur la protection de la vie privée, quelques formulaires secondaires ont été enlevés de cette thèse.

While these forms may be included in the document page count, their removal does not represent any loss of content from the thesis.

Bien que ces formulaires aient inclus dans la pagination, il n'y aura aucun contenu manquant.

  
**Canada**

## Table des matières

Liste des figures et des tableaux.....	iv
Remerciements.....	v
Résumé.....	vii
Abstract.....	viii
Chapitre 0 – Introduction.....	1
0.1 Contexte.....	1
0.2 Justification/Motivation.....	1
0.3 Objectif et hypothèse.....	2
0.4 Méthodologie.....	3
0.5 Limites.....	3
0.6 Organisation de la thèse.....	4
Chapitre 1 – Historique de l’industrie de la localisation.....	5
1.1 Boom de la micro-informatique.....	5
1.2 La traduction de logiciels : un nouveau domaine de travail.....	7
1.3 Naissance d’une nouvelle industrie.....	9
1.4 Internet : un vent de changement sur l’industrie de la localisation.....	11
1.5 Mise sur pied d’organisations.....	12
1.5.1 La Localization Industry Standards Association.....	13
1.5.2 Le Localisation Research Centre.....	14
1.5.3 Le Institute of Localisation Professionals.....	15
1.5.4 La Globalization and Localization Association.....	17
1.5.5 Le Localization Institute.....	18
1.5.6 Projet de groupe de travail sur la localisation.....	18
1.6 Mise sur pied de programmes de formation en localisation.....	19
1.6.1 Début de l’enseignement universitaire en localisation.....	20
1.6.2 Le LISA Education Initiative Taskforce.....	21
1.6.3 Situation actuelle de l’enseignement de la localisation au Canada.....	22
1.7 Incursion de la localisation dans le discours de la traduction.....	23
1.8 Le marché de la localisation au Canada en 2007.....	25
Chapitre 2 – La localisation, un processus multidisciplinaire.....	29
2.1 Mondialisation, internationalisation et localisation.....	29
2.1.1 <i>Globalization</i> .....	29
2.1.2 <i>Internationalization</i> .....	30
2.2 Les étapes et activités qui relèvent de la localisation.....	31
2.3 Les intervenants.....	33
2.4 Le profil de compétences du localisateur.....	35
2.4.1 Les compétences linguistiques.....	36
2.4.2 Les compétences technologiques.....	37
2.4.3 Les compétences diverses.....	37
2.4.4 Rapprochement entre le traducteur et le localisateur.....	38
2.5 La traduction en localisation.....	40
Chapitre 3 – Le terme <i>localisation</i> : origine et signification.....	45
3.1 Apparition du terme <i>localisation</i> .....	45
3.2 Acceptation du terme français <i>localisation</i> et de ses dérivés.....	48

3.3	Réticences à l'emploi du terme <i>localisation</i> en français.....	49
3.4	Sens du terme <i>localisation</i> .....	50
Chapitre 4 – Analyse du concept de localisation .....		52
4.1	Rappel de l'hypothèse .....	52
4.2	Méthodologie .....	53
4.2.1	Établissement du corpus.....	53
4.2.2	Répartition des définitions .....	55
4.3	Analyse des définitions .....	56
4.3.1	Définitions du milieu de l'informatique.....	56
4.3.2	Définitions du milieu de la localisation .....	61
4.3.3	Définitions du milieu de la traduction professionnelle .....	72
4.3.4	Définitions du milieu de la traductologie.....	75
4.3.5	Définitions du milieu de l'enseignement .....	83
4.3.6	Définitions de sources lexicographiques.....	86
4.3.7	Définitions de sources terminologiques .....	87
4.4	Discussion .....	90
4.4.1	Éléments importants de l'analyse.....	91
4.4.2	La localisation : un processus d'adaptation .....	93
Chapitre 5 – Conclusion.....		96
5.1	Pistes de recherche .....	98
Bibliographie.....		100
Annexe A – Programmes de formation en localisation offerts dans le monde.....		110
Annexe B – Corpus de définitions du terme <i>localisation</i> .....		112
Annexe C – Répartition des définitions par domaine d'activité .....		120

## Liste des figures et des tableaux

Figure 2.1	Relation entre les concepts de mondialisation, de localisation et de traduction .....	42
Figure 2.2	Relation entre les concepts de mondialisation, d'internationalisation, de localisation et de traduction.....	43
Tableau 2.1	Étapes et intervenants du processus de mondialisation.....	44
Tableau 4.1	Objets de la localisation par domaine d'activité .....	92

## Remerciements

Près de trois ans plus tard, je peux finalement dire « mission accomplie ». Évidemment, jamais je n'aurais pu atteindre mon but sans l'apport précieux de plusieurs personnes, à commencer par M<sup>me</sup> Aline Francœur, ma directrice de thèse. Tout au long du processus de rédaction, elle m'a été d'un immense soutien. Toujours à l'écoute, Aline m'a prodigué de précieux conseils qui m'ont permis d'achever ce grand périple. Le dernier droit a été particulièrement intense et, sans l'aide d'Aline, j'aurais eu du mal à me rendre au fil d'arrivée. Merci Aline pour votre écoute, votre aide et vos idées éclairantes. Travailler avec vous fut une expérience à la fois agréable, enrichissante et formatrice.

Une autre personne sans qui cette aventure n'aurait jamais été possible, c'est ma conjointe Héléne. Tu as cru en moi et m'as donné les coups de pied nécessaires pour avancer pendant mes trois années à la maîtrise; je t'en suis très reconnaissant. Et Philippe. Évidemment, tu ne m'as pas vraiment aidé, mais tu comprenais que papa ne pouvait pas jouer, car il devait « faire ses devoirs ». Alors, à vous deux, mille mercis pour votre grande compréhension. Je pourrai maintenant vous consacrer plus de temps!

Un grand merci va également à M. Maurice Rouleau, mon ancien professeur. Vos compétences et votre expérience m'ont été – et me seront toujours – très utiles. Merci pour les nombreuses discussions fructueuses que nous avons eues.

Merci à Lesley Warren d'avoir si gentiment accepté de traduire le résumé de ma thèse.

Enfin, je tiens à remercier mon père, Jean-Noël, et ma mère, Jacinthe, qui ont toujours été là pour moi. Maman, je pense souvent à toi...

## Résumé

Née dans le secteur de l'informatique au milieu des années 1980, la localisation est devenue une véritable industrie au début des années 1990. Les milieux de la traduction et de la traductologie ont commencé à s'y intéresser vers la fin des années 1990, intérêt qui semble avoir provoqué un débat sur le sens du terme *localisation*. Mais, aujourd'hui, savons-nous à quoi renvoie précisément le concept de localisation?

L'objectif de la présente thèse est de proposer une réflexion sur le concept de localisation afin de tenter de le désambiguïser. Nous commençons par faire l'historique de l'industrie de la localisation, présenter la localisation en tant que processus multidisciplinaire et examiner l'emploi du terme *localisation*. Puis, pour vérifier notre hypothèse selon laquelle l'ambiguïté du concept vient du fait que la localisation est un concept multidisciplinaire, nous procédons à l'analyse de définitions et de contextes définitoires tirés de diverses sources, analyse qui met l'accent sur l'objet de la localisation, à savoir la nature du produit localisé. Les définitions et contextes sont regroupés en fonction du domaine d'activité des auteurs qui les ont formulés, de façon à mettre en lumière les différences ou ressemblances entre les spécialistes des divers domaines d'activité en lien avec la localisation.

L'analyse des définitions et des contextes effectuée permet de constater que les spécialistes des divers domaines d'activité ne s'entendent toujours pas sur le sens du terme *localisation*. Le concept de localisation demeure flou et ambigu, particulièrement en ce qui a trait à la nature du produit localisé.

## **Abstract**

A product of the computer industry of the mid-1980s, localization became an industry in its own right in the early 1990s. Professionals in the fields of translation and translation studies began to take an interest in localization in the late 1990s, sparking a debate on the meaning of the term *localization* itself. Today, is the concept of localization clearly defined?

The goal of this thesis is to explore and disambiguate the concept of localization, beginning with a background on the localization industry, an explanation of localization as a multidisciplinary process and an examination of the use of the term *localization* in context. Then, to test the hypothesis that the concept of localization is ambiguous owing to its multidisciplinary nature, definitions and defining contexts from a variety of sources are analyzed. The focus of the analysis is on the nature of the localized product. The definitions and contexts are classified according to field of activity associated with localization so as to highlight the similarities and differences.

The analysis of definitions and contexts shows that there is still no consensus on the meaning of *localization* among specialists in the various fields of activity. The concept, especially the nature of the localized product, remains elusive.

*We still have a problem knowing what people mean when they use the term localization.*

Bob Clark, Jo Drugan, Tony Hartley et Daming Wu (2006, p. 46)

## **Chapitre 0 – Introduction**

### **0.1 Contexte**

Il y a quelques années, un nouveau terme faisait son entrée dans le discours de la traduction : *localisation*. D'où la localisation émane-t-elle? Selon Jean Quirion (2002, p. 2), « son avènement est lié à celui de la mondialisation, lorsqu'il est apparu profitable aux exportateurs de produits informatiques de s'adresser à leurs clients dans leurs variétés linguistiques locales, d'où l'appellation localisation ». Donc, la localisation tire son origine de l'industrie de l'informatique. Mais comment s'est-elle frayée un chemin dans le monde de la traduction? Notamment par l'entremise des établissements d'enseignement, qui jugeaient nécessaire de préparer les étudiants au marché de l'emploi (Pym, 2004a, p. 1). Car, aujourd'hui, la localisation est considérée comme un domaine de spécialisation des traducteurs, au même titre que la traduction littéraire, par exemple.

Mais savons-nous à quoi renvoie précisément le concept de localisation? Au fil des années, l'industrie de la localisation a connu de grands bouleversements. À ses débuts, elle ne s'appliquait qu'aux logiciels. Aujourd'hui, elle semble s'appliquer également aux sites Web, à la documentation, aux publicités, etc. Le terme *localisation* est employé à toutes les sauces. Il est donc légitime de s'interroger sur le concept de localisation et de mettre au jour l'évolution de celui-ci.

### **0.2 Justification/Motivation**

En septembre 2001, nous faisons partie de la première fournée d'étudiants inscrits au premier programme de formation en localisation offert en français en Amérique du Nord : le

diplôme d'études supérieures spécialisées en localisation de l'Université du Québec en Outaouais. Comme pour bien des traducteurs, la localisation nous était alors étrangère. Tout ce que nous savions sur le sujet, c'était que la localisation consistait en gros en l'adaptation de logiciels et de sites Web. Nous cherchions donc à approfondir nos connaissances et à acquérir de nouvelles compétences qui nous seraient sans doute utiles dans notre travail de tous les jours. Six ans plus tard, un diplôme en localisation en main, mais toujours traducteur, nous nous interrogeons sur le sens de cette discipline. D'où la présente thèse.

### **0.3 Objectif et hypothèse**

La présente thèse se veut une réflexion sur le concept de localisation. Au fil de nos lectures sur le sujet, nous avons constaté une certaine confusion parmi les auteurs quant au sens attribué au terme *localisation*. En fait, c'est principalement en ce qui a trait à l'objet de la localisation, c'est-à-dire à la nature du produit localisé, que les auteurs ne semblent pas parvenir à établir un consensus. Nous voulons donc mettre de l'ordre dans cette confusion, voire l'expliquer, afin de désambiguïser un tant soit peu le concept de localisation.

Notre hypothèse est que l'ambiguïté qui caractérise le concept de localisation vient du fait qu'il s'agit d'un concept multidisciplinaire. Comme nous le verrons au chapitre 2, la localisation est un processus qui nécessite la participation de spécialistes de divers domaines, et ceux-ci ne semblent pas s'entendre quant à la nature des produits faisant l'objet du processus de localisation. Un texte de Debbie Folaron corrobore notre perception. Professeure à l'Université Concordia, Folaron a contribué à l'une des rares monographies consacrées à la localisation, *Perspectives on Localization*, de l'American Translators

Association. Dans son texte intitulé *A discipline coming of age in the digital age*, elle consacre une section entière à la définition de *localization*, des termes connexes (*globalization* et *internationalization*) et des paramètres de la localisation. Selon elle, l'absence de consensus quant à la définition du terme *localisation* est liée à divers facteurs, parmi lesquels le rôle de l'intervenant dans la chaîne de localisation (par exemple, s'il s'agit d'un traducteur, d'un programmeur, etc.) et sa formation (en langues, en traduction, en linguistique computationnelle ou en informatique) (Folaron, 2006, p. 197).

#### **0.4 Méthodologie**

En vue de vérifier notre hypothèse, nous avons procédé à l'analyse d'un corpus de définitions et de contextes définitoires établi à partir de textes sur la localisation parus dans des sources diverses entre 1991 et 2006. Les définitions et contextes ont été regroupés en fonction du domaine d'activité des auteurs qui les ont formulés, de façon à mettre en lumière les différences ou ressemblances entre les spécialistes des divers domaines d'activité en lien avec la localisation. Par ailleurs, le point d'analyse qui a été retenu est l'objet de la localisation, car il s'agit d'un point qui semble donner lieu à de nombreuses divergences d'opinions.

#### **0.5 Limites**

En raison des contraintes inhérentes à un travail de la nature d'une thèse de maîtrise, nous avons limité notre analyse à 55 définitions et contextes définitoires portant sur la localisation. Ce nombre nous a paru suffisant pour dégager une vue d'ensemble du concept de localisation et pour réaliser une analyse dont les résultats seraient significatifs. De plus, compte tenu de nos connaissances linguistiques, nous nous sommes limité à des définitions anglaises et

françaises. Il y a fort à parier que des définitions intéressantes formulées dans d'autres langues nous ont échappé. Cependant, malgré le fait que notre liste de définitions et de contextes ne soit pas exhaustive, nous croyons être parvenu à faire ressortir les principales définitions. Enfin, les définitions et contextes que nous avons relevés sont riches en éléments d'information et ne s'en tiennent évidemment pas à la mention ou à la description du produit localisé. Ils constituent ainsi un matériau qui aurait pu être exploité sous plusieurs angles. Cependant, compte tenu des limites qu'impose un travail de recherche de la nature d'une thèse de maîtrise, nous avons restreint notre analyse à un seul angle, celui du produit localisé.

## **0.6 Organisation de la thèse**

La présente thèse compte cinq chapitres. Le premier chapitre retrace les origines de l'industrie de la localisation, en brosse un historique et résume les grandes étapes de l'évolution de la localisation comme secteur d'activité. Le deuxième chapitre vise à décrire le processus de localisation et à illustrer sa nature multidisciplinaire. Il y est question, entre autres, des étapes de la localisation, des spécialistes qui interviennent dans le processus et du profil de compétences du localisateur. Le troisième chapitre examine l'emploi du terme *localisation*, de son apparition en anglais et en français jusqu'à aujourd'hui. Le quatrième chapitre constitue le cœur du travail, car il présente l'analyse proprement dite des définitions du terme *localisation* et discute des résultats de celle-ci. Enfin, le dernier chapitre résume les grandes lignes de la thèse et propose quelques avenues de recherche connexes qui pourraient être envisagées.

## **Chapitre 1 – Historique de l’industrie de la localisation**

Dans ce premier chapitre, nous nous intéresserons à la localisation en tant que domaine d’activité. Nous y retracerons de manière chronologique les étapes importantes de l’évolution de l’industrie de la localisation, depuis sa naissance jusqu’à aujourd’hui.

### **1.1 Boom de la micro-informatique**

À la fin des années 1970, l’arrivée sur le marché de petits appareils électroniques allait révolutionner le monde de l’informatique. C’est en 1977 que les premiers micro-ordinateurs sont mis en vente. À cette époque, seuls les plus fortunés ont les moyens de se procurer un Apple II, un TRS-80 ou un Commodore PET. Cependant, la concurrence s’intensifie rapidement entre les fabricants de micro-ordinateurs, au bénéfice des consommateurs qui profitent de la baisse du prix des appareils. La micro-informatique connaît alors une croissance phénoménale sur le marché planétaire. Au milieu des années 1980, un nombre sans cesse grandissant de gens s’achète un ordinateur personnel et des logiciels de toutes sortes, que ce soit pour travailler ou se divertir. De grands changements s’opèrent dans l’industrie de l’informatique. Science autrefois réservée aux spécialistes, l’informatique jouit maintenant d’une popularité sans précédent aux quatre coins de la planète. Non seulement cette explosion de l’informatique changera la vie personnelle et professionnelle des gens, mais elle aura aussi d’importantes incidences sur les activités des fabricants de matériel informatique et des concepteurs de logiciels. De nouveaux marchés sont à conquérir, et qui dit nouveaux marchés dit nouvelles langues et nouvelles cultures.

Pendant un certain nombre d'années, l'anglais a été la langue de travail exclusive des informaticiens, qui devaient maîtriser cette langue pour être en mesure de travailler avec les ordinateurs. Le boom de la micro-informatique a changé la donne : désormais, quiconque achète un micro-ordinateur souhaite pouvoir s'en servir dans sa langue maternelle, que ce soit l'allemand, l'espagnol ou le français, par exemple. De plus, de nombreux pays adoptent des lois obligeant les entreprises informatiques à offrir leurs produits dans leurs langues officielles. Ainsi, en 1985, le gouvernement d'Espagne adopte une loi en vertu de laquelle tous les claviers d'ordinateurs vendus au pays doivent comporter la touche ñ. Chez nous, au Québec, il faudra attendre douze ans plus tard pour voir le gouvernement légiférer en la matière. Le 6 juin 1997, le gouvernement adopte la *Loi modifiant la Charte de la langue française*, dans laquelle l'article 52.1 stipule que : « Tout logiciel, y compris tout ludiciel ou système d'exploitation, qu'il soit installé ou non, doit être disponible en français, à moins qu'il n'en existe aucune version française.<sup>1</sup> » Par conséquent, Microsoft, un des géants de l'informatique, n'a eu d'autre choix que de lancer simultanément les versions anglaise et française de sa suite bureautique Office 97.

Aujourd'hui, pour se conformer aux lois de certains pays et répondre aux besoins grandissants des nouveaux marchés, les concepteurs de logiciels, majoritairement anglophones, ne peuvent passer outre une étape essentielle dans la chaîne de production de leurs produits : l'adaptation et la traduction. Retournons dans le temps pour découvrir à quand remontent les débuts de la traduction de logiciels comme domaine de travail au Canada.

---

<sup>1</sup> Projet de loi n° 40 (1997, chapitre 24), *Loi modifiant la Charte de la langue française*.

## 1.2 La traduction de logiciels : un nouveau domaine de travail

En 1983, la Société des traducteurs du Québec (aujourd'hui l'Ordre des traducteurs, terminologues et interprètes agréés du Québec) et le Conseil de la langue française organisent conjointement un colloque intitulé *Traduction et qualité de langue*. À cette occasion, Agnès Guitard, coordonnatrice de la traduction assistée par ordinateur à Bell Canada, présente un exposé portant sur un sujet encore méconnu d'un grand nombre de traducteurs : l'informatisation dans le travail du traducteur. Guitard aborde la question de la traduction automatique, puis parle d'un nouveau type de traduction : la traduction de logiciels, à savoir « l'opération qui consiste à rendre en français des commandes informatiques, des affichages sur écran, des messages machines, ou même, plus généralement, tout texte destiné à être utilisé sur ordinateur, et aussi, par extension, les fiches techniques et manuels d'instructions qui accompagnent en général ces logiciels » (Guitard, 1984, p. 113). Guitard énumère différents problèmes liés à la traduction de logiciels, dont le fait que souvent, en raison d'un manque de ressources, les concepteurs de logiciels confient le travail de traduction à leurs techniciens ou à du personnel non qualifié. Il s'agit peut-être d'une des raisons pour lesquelles Guitard (1984, p. 114) termine son exposé en remettant en question la pertinence de traduire des logiciels :

Certains se demandent même à quel point il est utile de traduire des logiciels car cette étape ralentit la mise en marché des produits et risque de nous faire traîner de l'arrière dans l'évolution technologique. On s'entend à reconnaître qu'utiliser un logiciel anglais est plus pratique que se voir imposer l'emploi de commandes mal francisées et d'abréviations indéchiffrables.

Peut-être, mais encore faut-il que l'utilisateur du logiciel maîtrise l'anglais. Les propos de Guitard montrent que la traduction de logiciels en est à ses débuts et que les traducteurs intéressés par l'informatique pourraient en faire une spécialisation.

En novembre 1985, Benoît Thouin présente une allocution qui rejoint celle d'Agnès Guitard. À l'occasion de la septième conférence de la série *Translating and the Computer*, Thouin, alors président de CLC Ltd, souligne que les systèmes informatiques occupent une place de plus en plus importante dans de nombreux domaines d'activité, dont la traduction, et que « the multiplication of computer systems and their use by ordinary people in a variety of locations and situations has resulted in a quite new and specialised activity: the translation and adaptation of the computer systems themselves » (Thouin, 1986, p. 105). À l'instar de Guitard, Thouin reconnaît l'existence d'une nouvelle spécialisation pour les traducteurs, à savoir la traduction et l'adaptation de logiciels. Il relève trois niveaux de traduction de logiciels (1986, p. 105). Le premier niveau consiste à traduire seulement la documentation et, souvent, seulement celle à l'intention des utilisateurs. Puisque le système, la documentation du système et le dossier de programmation ne sont pas traduits, seuls les utilisateurs qui maîtrisent la langue d'origine du système peuvent en profiter pleinement. Thouin mentionne que ce type de traduction est très fréquent en 1985, et ce, en raison d'un manque de ressources qualifiées. Le deuxième niveau, qui englobe le premier niveau, consiste en une reprogrammation partielle du système. Il comprend au moins la traduction des messages et, parfois, des commandes. Enfin, le troisième niveau, qui englobe les deux premiers, est de loin le plus complet. Il consiste à donner à l'utilisateur l'impression que le logiciel a été conçu dans la langue d'arrivée, ce qui signifie « including the alphabet (and diacritics) of the

target language in the keyboard, screen, printer, communications protocols and internal character representation of the system » (Thouin, 1986, p. 106). C'est à ce niveau que la notion d'adaptation, ignorée par Guitard, prend tout son sens. Thouin signale que le principe même du système doit être adapté au nouvel environnement linguistique et culturel. Il donne comme exemple un logiciel de comptabilité, qui variera d'un pays à l'autre, et ce, même si la langue parlée dans les deux pays est la même. Par exemple, puisque les normes comptables du Québec diffèrent de celles de la France, les Québécois doivent pouvoir utiliser un logiciel de comptabilité non seulement conçu en français, mais aussi adapté à leurs exigences.

À la fin des années 1980, un grand nombre de concepteurs de logiciels sont conscients de l'importance de traduire et d'adapter leurs produits. Cependant, faute de ressources humaines ou financières, certains considèrent encore la traduction de leurs produits comme facultative, comme en font foi les paroles d'un consultant en communication technique : « whatever may be desirable in theory, manufacturers in the USA and Britain frequently, in practice, try to get away with using only English in their support documents, on-screen "help" information, hands-on training packages, and on-screen error-messages » (Kirkman, 1988, p. 344). Malgré tout, le marché de la traduction et de l'adaptation de logiciels prend de l'expansion au point de devenir une véritable industrie.

### **1.3 Naissance d'une nouvelle industrie**

Dans les années 1980, un petit pays d'Europe accueille un grand nombre d'entreprises informatiques. Les plus grands concepteurs de logiciels, notamment Microsoft, IBM, Oracle, Novell, Symantec, Apple/Claris et Corel, s'établissent en Irlande. Comment expliquer

l'intérêt de ces entreprises à l'égard de l'Irlande? Selon Reinhard Schäler (2004, p. 1), trois raisons expliquent pourquoi l'Irlande, plus particulièrement Dublin, attirait autant les entreprises de l'industrie de l'informatique. Premièrement, l'anglais était la langue dominante en Irlande. Deuxièmement, le pays disposait d'une main-d'œuvre hautement qualifiée, qui ne coûtait pas cher. Troisièmement, le gouvernement avait instauré des mesures d'incitation fiscale et accordait de très généreuses subventions aux entreprises travaillant dans le domaine du développement de produits internationaux. En informatique, ces produits sont les logiciels. Pour pouvoir exporter leurs produits, la plupart des entreprises de conception de logiciels comptent sur des équipes chargées de traduire les logiciels et la documentation connexe et de les adapter aux exigences de marchés internationaux. De telles équipes sont généralement formées de traducteurs, d'ingénieurs en informatique et de gestionnaires de projets. Cependant, les années passent, et les concepteurs de logiciels commencent à douter de la pertinence de se charger eux-mêmes de la traduction et de l'adaptation de leurs produits et pensent qu'il vaudrait mieux confier ce travail à des fournisseurs externes (Esselink, 2006, p. 24).

Or, au milieu des années 1980, une société néerlandaise saute sur l'occasion et déniche le filon encore inexploité que sont la traduction et l'adaptation de logiciels. Fondée en avril 1980 par Jaap Van der Meer et Simon Andriesen, INK assure une vaste gamme de services de correction d'épreuves, de révision, de traduction et de rédaction. Grâce à l'obtention d'un contrat de traduction des guides d'instruction et d'utilisation du logiciel de traitement de texte *Displaywriter* d'IBM, INK s'empare d'un créneau prometteur : la traduction dans le domaine de la bureautique, à savoir l'informatique appliquée aux travaux de bureau. Au fil

du temps, les traducteurs d'INK se spécialisent dans la traduction de la documentation et des interfaces de logiciels de toutes sortes. Comme le souligne Van der Meer (1995, p. 9), un des pionniers de la localisation, « translation for office technology has certain specifics which differentiate it from conventional translation, and increasingly a new term—localisation—came to be used ». Il semble que, selon certains, la traduction de logiciels diffère à ce point de la traduction dite « traditionnelle » qu'elle mérite un nouveau nom : *localisation*.

Dans les années 1990, le créneau qu'avait détecté INK est devenu un marché hautement concurrentiel principalement en Europe, mais surtout en Irlande. Beaucoup d'entreprises offrant des services de traduction assurent désormais des services de localisation, ce qui donne lieu à une concurrence féroce. Toutefois, selon Robert C. Sprung (2000, p. xi), « [...] companies that specialize in software localization are quick to distinguish themselves from “translation companies.” However, those outside the language business proper are not as likely to draw such distinctions ». On assiste donc à la naissance d'une nouvelle industrie qui, peu à peu, se professionnalise et qui, au milieu des années 1990, sera stimulée par la croissance d'un nouveau média.

#### **1.4 Internet : un vent de changement sur l'industrie de la localisation**

La localisation en tant qu'industrie a véritablement pris son essor au début de la décennie 1990. À cette époque, la localisation se résumait à l'adaptation et à la traduction de logiciels. Toutefois, l'industrie a rapidement subi de profonds changements. Au milieu des années 1990, l'explosion d'Internet vient considérablement changer la donne dans l'industrie de la

localisation. À la localisation de logiciels s'ajoute celle de sites Web, qui se comptent déjà par millions. Keiran J. Dunne (2006, p. 3) résume bien la transition qui s'est opérée :

Until approximately the mid-1990s, "localization" generally meant the translation of software user interfaces and Help, along with any necessary re-engineering that might be required to ensure the correct display of all on-screen information and to maintain full functionality in target-language versions. However, the advent of the Web browser in the mid-1990s, which fuelled both the popular explosion and commercial development of the Web, caused a major shift in the scope of localization across the entire corporate food chain.

L'effet d'Internet sur l'industrie de la localisation est à ce point important que le milieu de l'enseignement universitaire commence à s'intéresser à cette nouvelle spécialité qu'est la traduction de sites Web. Voici les propos de Jean Delisle (Merten, 1998, p. 186) formulés à l'occasion du colloque *Quelle formation pour le traducteur de l'an 2000?* :

[...] nous avons un étudiant qui, depuis de nombreuses années, s'intéressait à l'informatique. Il a développé une spécialité assez particulière, la traduction des pages [Web]. Maintenant, toutes les institutions et beaucoup de traducteurs qui ont des cabinets de traduction ou qui sont indépendants, ont sur Internet leur page dans laquelle ils offrent leurs services, etc. et ça correspond à un nouveau marché. Ce traducteur, cet étudiant qui est très futé, a réussi à se tailler un petit créneau très important et qui va se développer.

Prospère, l'industrie de la localisation verra naître diverses associations et organisations qui appuieront les nombreuses entreprises, leurs employés et les professionnels de l'industrie. Jetons un bref coup d'œil à ces associations et organisations.

### **1.5 Mise sur pied d'organisations**

La naissance d'une industrie de la localisation a entraîné la mise sur pied de diverses associations et organisations. Cinq d'entre elles, les principales, méritent ici d'être présentées. Il s'agit de la Localization Industry Standards Association, du Localisation

Research Centre, du The Institute of Localisation Professionals, de la Globalization and Localization Association et du Localization Institute.

### **1.5.1 La Localization Industry Standards Association<sup>2</sup>**

En 1990, IBM, Microsoft, Rank Xerox, Lotus, DEC, Hewlett-Packard, Ashton Tate et Oracle répondent à l'appel d'INK qui souhaite établir une association regroupant les principaux acteurs de l'industrie de la localisation. En novembre, des représentants de ces grandes entreprises de l'industrie de l'informatique se réunissent à l'occasion de la première rencontre de la Localization Industry Standards Association (LISA). Depuis plus de quinze ans, la LISA assure aux organisations, aux entreprises et aux professionnels de l'industrie de la localisation un soutien professionnel dans l'élaboration de lignes directrices, de pratiques exemplaires et de normes commerciales en matière de globalisation. À ses débuts, la LISA concentrait ses efforts sur le secteur des technologies de l'information. Aujourd'hui, elle remplit un mandat élargi et assure des services à des entreprises d'autres secteurs d'activité. Ce changement de cap est survenu à la fin des années 1990. En 1998, dans une entrevue accordée à la revue *Language International*, Michael Anobile, directeur de la LISA, explique l'évolution de l'association (Language International, 1998a, p. 18) :

[...] we [LISA] are extending our membership beyond the core software-publishing industry by attracting firms from other vertical markets. We see needs for sharing localization expertise in sectors ranging from the automotive, pharmaceutical, and medical to financial, airline, and telecommunications industries.

---

<sup>2</sup> Site Web : <http://www.lisa.org/>

Un coup d'œil à la liste des membres actuels de la LISA ne nous permet toutefois pas de constater un réel changement, car la majorité des membres œuvrent soit dans le secteur de l'informatique, soit dans celui de la traduction.

Comptant plus de 500 membres, la LISA demeure la plus importante association professionnelle dans le domaine de la localisation. Elle organise des ateliers, des séminaires et des forums partout dans le monde, fait paraître des publications et établit des normes<sup>3</sup> ayant trait à divers sujets d'intérêt. Bref, elle contribue à la professionnalisation de l'industrie.

### 1.5.2 Le Localisation Research Centre<sup>4</sup>

Le Localisation Research Centre (LRC) a vu le jour en 1995 à la University College Dublin grâce à l'appui financier du gouvernement d'Irlande<sup>5</sup>. Seul centre du genre au monde, le LRC a été transféré à la University of Limerick en 1999. La mission du LRC est d'offrir un point de convergence aux intervenants du milieu de la localisation et de constituer un centre de recherche et de formation. Pour y parvenir, le LRC prend divers moyens (Schäler, 2004). Tout d'abord, il participe à des projets de recherche d'envergure internationale, comme ELECT<sup>6</sup>, TransRouter<sup>7</sup> et WebIT<sup>8</sup>. Il organise chaque année une conférence et un

---

<sup>3</sup> La LISA publie, entre autres, le bulletin *Globalization Insider* et les *LISA White Papers*, qui traitent de sujets susceptibles d'intéresser les membres de l'industrie de la localisation. Elle a également publié un des modèles d'assurance de la qualité les plus utilisés dans l'industrie, le *LISA QA Model*.

<sup>4</sup> Site Web : <http://www.localisation.ie/>

<sup>5</sup> Il est à noter que le Localisation Research Centre s'appelait Localisation Resources Centre jusqu'en 1999. C'est au moment de son transfert à la University of Limerick qu'il a changé de nom.

<sup>6</sup> Le European Localisation Exchange CenTre (ELECT) était un projet de deux ans financé dans le cadre du programme eContent de l'Union européenne.

<sup>7</sup> Le projet TransRouter visait à élaborer un outil de gestion qui aiderait les gestionnaires de services de traduction à choisir la meilleure façon de réaliser un projet de traduction particulier.

programme de formation en localisation à l'intention d'étudiants de partout dans le monde. Il donne régulièrement des cours de perfectionnement professionnel et aide au fonctionnement du programme d'études supérieures et de maîtrise en localisation de la University of Limerick. Le LRC édite la publication trimestrielle *Localisation Focus: The International Journal for Localisation*<sup>9</sup>, un des rares périodiques qui portent exclusivement sur la localisation, et décerne chaque année des prix à l'étudiant ayant déposé la meilleure thèse sur la localisation, au meilleur chercheur en localisation et au meilleur site Web. Enfin, le LRC coordonne le Localisation Teaching, Training and Research Network (LttN), un réseau composé de représentants d'établissements d'enseignement supérieur.

Depuis sa mise sur pied, le LRC multiplie les initiatives de recherche et de développement qui profitent aux chercheurs, aux professionnels et aux autres intervenants de l'industrie de la localisation. Parmi ces initiatives, mentionnons l'établissement d'une organisation ayant à cœur les intérêts des professionnels de la localisation, le The Institute of Localisation Professionals.

### **1.5.3 Le The Institute of Localisation Professionals<sup>10</sup>**

Initiative du LRC, le The Institute of Localisation Professionals (TILP) sert uniquement les intérêts d'individus, plus précisément les professionnels de l'industrie de la localisation et d'industries connexes. Sa mission : instituer des pratiques de localisation professionnelles à l'échelle de la planète. Organisation sans but lucratif établie en juillet 2002, le TILP jouit du

---

<sup>8</sup> Le projet WebIT visait à établir une banque terminologique multilingue dans les domaines de la technologie de l'information et du développement de logiciels.

<sup>9</sup> De 1997 à 2002, le *Localisation Focus: The International Journal for Localisation* s'appelait *Localisation Ireland*. À compter de 2007, le périodique ne devrait paraître qu'une fois l'an (plutôt que quatre fois).

<sup>10</sup> Site Web : <http://www.tilponline.org/>

statut d'ordre professionnel, au même titre que le Barreau, la Chambre des notaires et l'Ordre des traducteurs, terminologues et interprètes agréés du Québec, par exemple. Le TILP comporte trois principales catégories de membres : étudiants, professionnels et émérites. Une quatrième catégorie s'adresse à quiconque s'intéresse à la localisation : membres associés (*associate member*). Les membres professionnels se répartissent en trois groupes : les langagiers, les gestionnaires de projet et les experts techniques. Pour adhérer à titre de membre professionnel, les candidats doivent passer par un rigoureux processus d'évaluation au cours duquel un comité examine la formation et l'expérience professionnelle des candidats. Quant aux membres émérites, il s'agit d'experts dans leur domaine de travail respectif qui sont nommés par le TILP Council; ils jouent un rôle de consultation.

Le TILP s'emploie à atteindre plusieurs objectifs (Schäler, 2004, p. 9) : donner l'agrément professionnel, représenter les professionnels de la localisation, être le point de référence à l'échelle mondiale pour les intervenants de l'industrie de la localisation et ceux désirant obtenir de l'information, favoriser l'industrie au moyen de diverses publications et activités, fournir l'infrastructure nécessaire pour mener des activités à l'appui du développement de l'industrie et, enfin, maintenir un contact direct avec les entreprises de localisation, les ministères et organismes gouvernementaux, les chercheurs, les étudiants, les médias et les sociétés de consultation internationales. Parmi ces objectifs, deux occupent la majeure partie des travaux du TILP : le perfectionnement professionnel et la reconnaissance professionnelle. Un moyen d'action connexe a été l'élaboration d'un programme de formation standard à l'intention des professionnels de la localisation, le *Certified Localisation Professional*.

Au moyen du programme *Certified Localisation Professional*, le TILP souhaitait mettre en place un processus d'agrément professionnel pour l'industrie de la localisation. Pour ce faire, il comptait sur un plan d'action comprenant les étapes suivantes (Sutcliffe, 1999, p. 7) :

[...] defining the work and roles in the localisation industry and standardising these, performing a skills and competency analysis for each standardised role, developing a skills and competency based assessment system, producing an independent industry-supported accreditation system and specifying curricula and training & development programmes.

C'est finalement en septembre 2004 que le TILP lance le programme de formation *Certified Localisation Professional*, qui comporte trois volets, à savoir l'ingénierie, la gestion de projets et la linguistique. Le programme s'adresse aux gestionnaires de projets, ingénieurs, testeurs, spécialistes de l'internationalisation, langagiers et autres professionnels de la localisation qui souhaitent obtenir un agrément professionnel.

#### **1.5.4 La Globalization and Localization Association<sup>11</sup>**

Fondée en 2002, la Globalization and Localization Association (GALA) a pour mission d'encourager la collaboration entre les entreprises fournissant des produits et des services dans les domaines de la traduction, de l'internationalisation, de la localisation et de la globalisation. Comptant quinze entreprises membres à ses débuts, l'association en compte environ 220 aujourd'hui. Ce qui distingue la GALA des autres associations, c'est le critère d'adhésion. Seules les entreprises de fait peuvent devenir membres de la GALA. Hans Fenstermacher, président et fondateur d'ArchiText Inc., membre fondateur de la GALA, justifie ce critère d'adhésion : « the *bona fide* criterion [is] meant to distinguish

---

<sup>11</sup> Site Web : <http://www.gala-global.org/>

GALA from the mission of other organizations that focus on individuals or loose affiliations of individuals. Everything about our organization is focused on the interests and objectives of companies in our industry » (Locke, 2003, p. 109).

En plus de participer à une foule de conférences et de salons professionnels, la GALA organise régulièrement des activités à l'intention de ses membres. Fait notable, l'association a remporté pendant quatre années consécutives le prix *Industry Association of the Year* décerné par ClientSideNews<sup>12</sup>.

### **1.5.5 Le Localization Institute<sup>13</sup>**

Contrairement aux organisations mentionnées précédemment, le Localization Institute est une organisation à but lucratif. Fondé à l'automne 1996, il fournit une foule de services en matière de localisation, d'internationalisation et de commerce international aux entreprises qui souhaitent conquérir des marchés étrangers. Il organise notamment des séances de formation et des conférences et assure des services de consultation adaptés aux besoins des entreprises. Enfin, le Localization Institute participe à la *Localization Metrics Initiative*, une importante initiative qui vise à établir des paramètres industriels standards pour guider et évaluer les décisions en matière de globalisation et de localisation.

### **1.5.6 Projet de groupe de travail sur la localisation**

Dans son rapport final déposé en 1999, le Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction accorde une place importante à la localisation, qu'il considère comme un des trois

<sup>12</sup> « The CSN Excellence Awards recognize companies who demonstrate professional excellence and innovation in their role as a localization service provider, technology producer or industry association. » <http://www.articles-hub.com/Article/67249.html>

<sup>13</sup> Site Web : <http://www.localizationinstitute.com/>

secteurs du marché mondial des services et produits de traduction. Pour que le Canada tire profit de ce secteur émergent, le Comité (1999, p. 90) formule diverses recommandations, dont celle-ci : « Créer un groupe de travail sur la localisation ». Huit ans plus tard, nous n'avons relevé aucune trace de l'existence d'un tel groupe de travail. Il semble que personne n'ait cru bon de donner suite à la recommandation du Comité.

Toutefois, une des recommandations formulées par le Comité n'est pas tombée dans l'oubli : « Recommandation 38 : Tenir à jour les programmes de formation et de perfectionnement en y intégrant les domaines de pointe comme la localisation, les outils informatiques d'aide à la traduction et la gestion de projets en traduction. Créer les programmes et les cours requis par les besoins évolutifs de l'industrie. » (Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction, 1999, p. 108) À l'instar de leurs homologues étrangères, certaines universités canadiennes mettent sur pied des programmes de formation en localisation. Examinons à présent la question de l'enseignement de la localisation.

### **1.6 Mise sur pied de programmes de formation en localisation**

Comme nous l'avons vu précédemment, la localisation est un secteur d'activité en pleine émergence au début des années 1990. Percevant une occasion de faire grimper leur chiffre d'affaires, de nombreuses entreprises de traduction deviennent du jour au lendemain fournisseurs de services de localisation. À l'époque, l'apprentissage sur le tas est la seule façon d'apprendre les rudiments de ce nouveau domaine de travail, car il n'existe encore aucun programme de formation en localisation. Malgré la croissance phénoménale de l'industrie, les établissements d'enseignement, plus particulièrement les universités, tardent à

s'intéresser à la localisation. Il est vrai cependant que certaines écoles de traduction offrent déjà des cours de traduction de logiciels, mais elles ne sont pas légion. Dès 1990, l'Université Rennes 2 donne aux étudiants la possibilité de suivre un cours pendant lequel ils procèdent à la traduction d'un logiciel de gestion de production assistée par ordinateur (Gouadec, 2003). Toujours en Europe, à l'Université de la Sarre, en Allemagne, un cours en localisation de logiciels est offert à la session d'hiver 1993-1994. Il s'agit d'un cours optionnel qui consiste en un projet de localisation vers l'anglais ou le français d'un logiciel de gestion terminologique Windows en allemand. Dix étudiants et quatre professeurs ont participé à ce que nous pourrions considérer comme l'ancêtre des cours actuels de localisation (Freigang, 2001).

### **1.6.1 Début de l'enseignement universitaire en localisation**

Le tout premier programme de formation universitaire en localisation voit le jour en 1997 dans le berceau de la localisation, l'Irlande. En collaboration avec le Localisation Resources Centre (maintenant le Localisation Research Centre), la University of Limerick lance son *Graduate Diploma/Master of Science in Software Localisation*. Relevant du *Department of Computer Science and Information Systems*, le programme d'études supérieures attire immédiatement un grand nombre d'étudiants venant de différents domaines. Pendant ses quatre premières années d'existence, le programme accueille annuellement entre 50 et 70 étudiants. Selon Reinhard Schäler (2001, p. 26), le succès du programme s'explique par le fait qu'il permet aux étudiants ayant peu d'expérience en informatique et possédant déjà un diplôme de s'initier aux principaux concepts de l'informatique et de la localisation. Les cours suivants étaient offerts en 2001 : *Localization Engineering Fundamentals*, *Localization*

*Process, Language Engineering, Programming Global Applications* et *Quality and Localization* (Schäler, 2001, p. 23). Une fois leur diplôme en localisation obtenu, les étudiants possèdent les compétences et les connaissances nécessaires pour occuper diverses fonctions dans une entreprise de localisation.

### **1.6.2 Le LISA Education Initiative Taskforce**

En 1998, motivée par la grande demande de professionnels de la localisation, la LISA met sur pied un groupe de travail chargé de déterminer l'offre et la demande en ce qui concerne la formation en localisation et de développer un programme modèle d'enseignement dans le domaine. Formé de représentants d'universités américaines et européennes, le LISA Education Initiative Taskforce (LEIT) a comme premier mandat d'évaluer l'état de l'enseignement de la localisation offert dans le monde. Pour ce faire, le LEIT établit cinq profils d'emplois propres à l'industrie de la localisation : les gestionnaires de projets de localisation, les traducteurs participant à des projets de localisation, les ingénieurs en logiciels développant et internationalisant des logiciels, les rédacteurs techniques préparant de la documentation à localiser et les cadres supérieurs qui prennent des décisions ayant une incidence sur le processus d'internationalisation et de localisation.

Le LEIT existe toujours, mais il a été contraint à l'inaction au cours des dernières années en raison d'un manque de financement et de participation<sup>14</sup>. Il n'a donc pu mener à terme son premier mandat, mais a tout de même publié les résultats d'une étude menée auprès de membres de la LISA visant à déterminer les compétences de base et les compétences

---

<sup>14</sup> Communication personnelle avec Arle Lommel, gestionnaire des publications de la LISA, le 29 septembre 2006.

supplémentaires dont ont besoin les professionnels de la localisation. Nous reviendrons sur les résultats de cette étude au deuxième chapitre.

### 1.6.3 Situation actuelle de l'enseignement de la localisation au Canada

En 2007, il existe une douzaine de programmes de formation universitaire en localisation partout dans le monde, dont quatre au Canada seulement<sup>15</sup>. L'Université de Montréal propose deux programmes, à savoir un certificat de premier cycle et un microprogramme de deuxième cycle en localisation, l'Université Concordia offre un certificat anglais-français en langues et techniques de localisation et l'Université du Québec en Outaouais (UQO) propose un diplôme d'études supérieures spécialisées en localisation et en rédaction hypermédia. Premier établissement francophone à offrir un programme universitaire en localisation en Amérique du Nord, l'UQO a enregistré une baisse constante des inscriptions depuis le lancement du programme (23 inscriptions en 2001, 10 en 2002, 6 en 2003 et 5 en 2004<sup>16</sup>). À l'automne 2006, l'UQO a placé le programme sous un régime qui bloque les inscriptions, mesure qui pourrait mener ultimement à la fermeture du programme. Jean Quirion, responsable du DESS de 2001 à 2003, souligne cependant que le phénomène n'est pas propre à l'UQO. Quirion (2003b, p. 8) émet trois hypothèses pour expliquer le manque d'intérêt à l'égard des programmes de formation en localisation au Canada :

Premièrement, le marché de l'emploi n'est pas favorable à une surspécialisation. Les exigences d'accession aux programmes de localisation au Québec se comparent *grosso modo*, en ce sens que tous exigent une connaissance préalable de la traduction. Or, les spécialistes de la traduction font l'objet d'une forte demande au pays, les conditions de travail séduisent, les étudiants sont régulièrement sollicités avant même de quitter l'université. La perspective de poursuivre sa formation aux cycles supérieurs dans un tel cours des choses est

<sup>15</sup> Pour consulter la liste des programmes offerts partout dans le monde, reportez-vous à l'annexe A.

<sup>16</sup> Données de l'Association canadienne des écoles de traduction, dans *Action prioritaire relative à la traduction et l'interprétariat* (Aubin, 2006).

rarement attrayante. Deuxièmement, le rythme universitaire, même si le DESS est offert à temps partiel, est lourd lorsqu'il est combiné à un emploi à temps plein, ce qui est le cas de tous les candidats, sauf exception. Troisièmement, il faut noter l'apathie généralement répandue dans le milieu professionnel canadien en ce qui a trait à la localisation. Il semble que la croissance du secteur canadien soit suffisante pour qu'on ne juge pas nécessaire de s'intéresser à celui de la localisation. Bref, le Canada doit former des localisateurs pour prendre la part qui lui revient du gâteau mondial de la localisation, mais ce dernier lui semble inintéressant. Les signaux envoyés aux éventuels candidats localisateurs indiquent plutôt que leurs services sont instamment requis comme traducteurs.

Pour attirer davantage d'étudiants, les universités canadiennes auraient peut-être intérêt à privilégier l'école de pensée adoptée par la grande majorité des établissements offrant des programmes de formation en localisation, notamment la University of Limerick : accueillir quiconque est intéressé par la localisation et non seulement les professionnels de la langue.<sup>17</sup>

Certes, les traducteurs constituent un maillon important dans la chaîne de la localisation, mais ils ne peuvent assumer seuls l'ensemble des fonctions. Comme nous le verrons au deuxième chapitre, plusieurs acteurs interviennent dans le processus de localisation.

La localisation captive l'intérêt d'un nouveau groupe à la fin des années 1990 : les traductologues.

### **1.7 Incursion de la localisation dans le discours de la traduction**

Longtemps considérée comme un secteur des technologies de l'information, la localisation s'est tardivement taillée une modeste place dans le milieu de la traductologie. Anthony Pym (2004a, p. 1) raconte la rencontre des deux disciplines :

---

<sup>17</sup> C'est l'optique que privilégie la Faculté de l'éducation permanente de l'Université de Montréal dans le cadre de son certificat de premier cycle en localisation. Tel que mentionné sur le site Web de la Faculté, « [l]e programme s'adresse à des étudiants de diverses provenances : les langagiers des domaines de la traduction, de la terminologie, de la rédaction, des langues vivantes et des communications; les informaticiens; et les personnes intéressées par la gestion de projets en localisation » (<http://www.fep.umontreal.ca/localisation/index.html>).

Translation Studies has met the concepts of localization rather late, starting in the late 1990s. The first encounters were not especially academic, since localization was and largely remains an industry discourse, with some technical rigour but few humanistic preoccupations. Translation Studies has instead met localization through the training institutions, particularly through the need to prepare students for real-world employment.

Il faudra donc attendre la fin des années 1990 pour lire les premiers articles sur la localisation dans l'optique de la traduction. Jusque-là, la majorité des ouvrages et des articles sur la localisation portaient davantage sur les aspects technologiques que traductologiques. Minako O'Hagan (2006, p. 40) explique que les théoriciens de la traduction ont d'abord considéré la localisation comme une discipline relevant de l'ingénierie logicielle, mais qu'à présent, ils la considèrent comme une nouvelle forme de traduction. Parmi ces théoriciens, Anthony Pym est certainement un des plus versés dans le domaine. Il a été le premier à se pencher sur le sujet. En 1999, il publiait un texte intitulé *Localizing Localization in Translator-Training Curricula* dans la revue *Linguistica Antverpiensa*. Il se questionnait alors sur la place que devrait occuper la localisation dans la formation des futurs traducteurs.

Aujourd'hui, Anthony Pym demeure un des rares théoriciens de la traduction à s'intéresser activement au phénomène de la localisation. Auteur de plusieurs textes sur le sujet<sup>18</sup>, Pym a notamment publié en 2004 un livre intitulé *The Moving Text: Localization, translation and distribution*, qui ne traite cependant pas que de localisation. Certes, Pym aborde le sujet, mais il le fait sous un angle très théorique. Anthony Pym est également à l'origine du collectif *Translation Technology and its Teaching (with much mention of localization)* paru en 2006.

---

<sup>18</sup> Pour consulter ces textes, visitez le site Web d'Anthony Pym à l'adresse suivante : <http://www.tinet.org/~apym/>.

Il n'en demeure pas moins que la contribution des théoriciens de la traduction à la littérature sur la localisation est encore minimale, et ce, malgré l'existence de deux périodiques consacrés à la localisation : *MultiLingual* (anciennement *MultiLingual Computing & Technology*) et *Localisation Focus: The International Journal for Localisation* (anciennement *Localisation Ireland*). Le fait est que ces deux périodiques traitent surtout des questions technologiques liées à la localisation. Pour avoir une idée de l'ampleur de cette contribution, nous nous sommes prêté à un court exercice. À l'aide de la base de données *Translation Studies Bibliography* de John Benjamins, nous avons pu établir le nombre approximatif d'articles et d'ouvrages sur la localisation parus depuis 1995 dans le milieu de la traduction. La version en ligne de la *Translation Studies Bibliography* est une « annotated bibliography of the vast field of Translation and Interpreting Studies<sup>19</sup> ». La troisième version de la base de données renferme près de 12 000 entrées bibliographiques d'articles de revues, de monographies, de chapitres de collectifs, de critiques, de documents de référence, d'essais et de textes inédits. Nous avons donc effectué une recherche par mot-clé (*localisation* et *localization*), qui nous a permis d'obtenir 65 résultats. Autrement dit, seulement 65 textes de toutes sortes traitant de la localisation ont été publiés entre 1995 et 2007. À titre comparatif, 178 textes portant sur l'adaptation, autre branche de la traduction, sont parus au cours de la même période. Il est donc clair que l'intérêt des théoriciens de la traduction à l'égard de la localisation est encore minime aujourd'hui.

### **1.8 Le marché de la localisation au Canada en 2007**

Aujourd'hui, l'industrie de la localisation est, semble-t-il, plus que jamais florissante. Elle génère des revenus d'environ 8,8 milliards de dollars américains par année à l'échelle

<sup>19</sup> Extrait de la base de données en ligne accessible à l'adresse suivante : <http://www.benjamins.com/online/tsb/>.

planétaire (Dunne, 2006, p. 1). Il semble cependant que le Canada ne fasse pas partie des pays qui génèrent le plus de revenus. Examinons brièvement la situation du marché de la localisation au Canada.

Selon le site Web *Réseau des entreprises canadiennes*<sup>20</sup> du ministère de l'Industrie du Canada, une base de données centrale consultable qui porte sur 50 000 entreprises canadiennes, seulement 43 entreprises fournissent des services de localisation<sup>21</sup>. Cependant, comme l'inscription au Réseau est facultative, ce nombre n'est peut-être pas représentatif de la situation réelle. Nous considérons tout de même qu'il s'agit d'une source fiable nous permettant d'avoir une bonne vue d'ensemble des entreprises offrant des services de localisation au Canada. Une analyse du profil de ces entreprises nous permet de constater que la majorité, voire la quasi-totalité, des entreprises répertoriées sont d'abord des fournisseurs de services de traduction.

Par ailleurs, selon le rapport *Action prioritaire relative à la traduction et à l'interprétariat* commandé par l'Association des universités de la francophonie canadienne, la localisation, en tant qu'activité professionnelle, ne compte que pour 3 % des activités du secteur de la traduction, comparativement à 88 % pour la traduction, à 7 % pour l'interprétation et à 2 % pour la terminologie. Les auteurs du rapport tentent d'expliquer ces faibles chiffres par le fait que « les localisateurs se cachent souvent sous l'appellation de traducteurs. Il se peut que des localisateurs n'aient pas répondu à nos sollicitations » (Aubin, 2006, p. 13).

---

<sup>20</sup> <http://strategis.ic.gc.ca/app/ccc/search/cccBasicSearch.do?language=fre&portal=1>

<sup>21</sup> Selon une recherche effectuée le 18 octobre 2006.

Nous convenons qu'il est assez difficile, voire impossible, d'établir la demande en services de localisation au Canada. Cependant, nous jugeons que les chiffres présentés précédemment donnent une bonne idée de la situation. Dans un même ordre d'idées, dans une entrevue accordée à *MultiLingual Computing & Technology* en 2004, Gilles Gamas, président de la Société Gamma inc., une importante entreprise de traduction au Canada, tenait les propos suivants : « the demand for localization in the Canadian market might be overrated » (Shadbolt, 2004, p. 40). De plus, il indiquait que la plupart de ses clients s'occupaient eux-mêmes de l'adaptation technique et culturelle de leurs produits et faisaient affaire avec des entreprises de traduction pour la question de l'adaptation linguistique, à savoir la traduction.

Comme nous l'avons constaté dans les pages qui précèdent, la localisation tire son origine de considérations d'ordre économique. C'est d'abord et avant tout pour conquérir de nouveaux — et lucratifs — marchés que les concepteurs de logiciels ont investi ce créneau commercial que représentent l'adaptation et la traduction de leurs produits. Les traducteurs professionnels ont naturellement été mis à contribution, et c'est ainsi que s'est peu à peu développée une nouvelle facette de leur profession. La localisation constitue un secteur d'activité florissant si l'on en juge par le nombre d'associations et d'organismes qui en découlent. Les universités ont fini par se lancer aussi dans l'aventure de la localisation, et les traductologues ont emboîté le pas, non sans une certaine réserve.

Dès à présent, on peut voir que la localisation est une activité aux multiples facettes, d'où l'engouement qu'elle suscite auprès de groupes aux intérêts les plus divers : entreprises du

secteur de l'informatique et informaticiens, professionnels de la traduction, traductologues, établissements d'enseignement, etc.

Après ce tour d'horizon historique, nous allons maintenant nous pencher sur le processus de localisation que nous décrirons en passant en revue les étapes qui le constituent et le rôle des divers spécialistes auquel il fait appel.

## Chapitre 2 – La localisation, un processus multidisciplinaire

Nous venons d'établir qu'il existe bel et bien une industrie de la localisation. Mais savons-nous ce qu'est réellement la localisation? Dans le présent chapitre, nous examinerons le processus de localisation, ce qui permettra de mieux saisir le concept même de localisation et d'illustrer son caractère multidisciplinaire. Nous procéderons en trois étapes. Nous situerons d'abord la localisation dans les contextes plus large de la mondialisation et de l'internationalisation. Ensuite, nous donnerons un aperçu des étapes qui interviennent dans le processus de localisation et des intervenants qui y participent. Enfin, nous présenterons le profil de compétences d'un de ces intervenants clés, le localisateur.

### 2.1 Mondialisation, internationalisation et localisation

Une thèse sur la localisation serait incomplète sans une présentation sommaire de deux notions étroitement liées à celle de localisation. Ce réseau notionnel a donné lieu à un acronyme largement utilisé depuis quelques années dans l'industrie de la localisation : GILT. Cet acronyme signifie *Globalization, Internationalization, Localization, Translation*, un processus complexe dans lequel s'intègre la localisation. Le but de la présente section n'est pas d'approfondir les concepts de mondialisation et d'internationalisation, mais plutôt de situer la localisation par rapport à eux.

#### 2.1.1 Globalization

Le mot *globalization*<sup>22</sup> a plusieurs acceptions, mais, dans le contexte de la localisation, il désigne le grand processus qui englobe les processus d'internationalisation et de localisation.

---

<sup>22</sup> La forme abrégée *g11n* (11 étant le nombre de lettres se trouvant entre la première et la dernière lettre du mot *globalization*) est très courante dans l'industrie de la localisation.

Une foule de définitions de *globalization* existe; nous avons retenu, pour bien cerner le sens du terme, deux des plus récentes, à savoir celles de la LISA et de la revue *MultiLingual* :

Globalization addresses all of the enterprise issues associated with making a company truly global. For the globalization of products and services this involves integrating all of the internal and external business functions with marketing, sales, and customer support in the world market. (LISA, dans Folaron, 2006, p. 200)

[...] process that addresses business issues associated with launching a product globally, such as integrating localization throughout a company after proper internationalization and product design. (MultiLingual, 2006, p. 71)

Il ressort de ces deux définitions que la mondialisation<sup>23</sup> est un processus qui met l'accent sur les intérêts commerciaux des entreprises. Comme le souligne Bert Esselink (2000, p. 4), « the concept of globalization (“g11n”) is typically used in a sales and marketing context, i.e. it is the process by which a company breaks free of the home markets to pursue business opportunities wherever its customers may be located ».

### 2.1.2 *Internationalization*<sup>24</sup>

L'internationalisation est la première étape du processus de mondialisation. Elle vise à faciliter la localisation et, du même coup, la traduction. En localisation de logiciels, l'internationalisation intervient au moment du développement du produit. Les programmeurs sont donc les principaux responsables de l'internationalisation. Toutefois, les rédacteurs techniques doivent également internationaliser tous les documents connexes au produit à localiser. Voici comment la LISA et *MultiLingual* définissent l'internationalisation :

<sup>23</sup> Nous avons rendu le terme *globalization* par *mondialisation*, car au Québec, le terme *globalisation* est peu employé et est considéré comme un anglicisme. Une recherche dans Termium et le Grand dictionnaire terminologique nous a permis d'en arriver à cette conclusion. Cependant, il semblerait qu'ailleurs dans la francophonie, on privilégie le terme *globalisation*.

<sup>24</sup> Tout comme *globalization*, le terme *internationalization* possède une forme abrégée construite selon le même modèle, *i18n*.

Internationalization is the process of generalizing a product so that it can handle multiple languages and cultural conventions without the need for redesign. Internationalization takes place at the level of program design and document development. (LISA, dans Folaron, 2006, p. 200)

[...] the process of generalizing a product so that it can handle multiple languages and cultural conventions (currency, number separator, dates) without the need for redesign. (MultiLingual, 2006, p. 71)

Les deux définitions sont pratiquement identiques. Nous pouvons en déduire une compréhension commune du terme *internationalization*, soit la neutralisation d'un produit informatique pour lui permettre de prendre en charge une multitude de langues et de conventions culturelles et, ainsi, faciliter le processus de localisation.

La localisation<sup>25</sup> correspond donc à un processus qui s'inscrit dans un contexte plus large, celui de l'internationalisation, qui, lui, s'inscrit dans un contexte encore plus large, celui de la mondialisation. Nous allons maintenant voir pourquoi la localisation est considérée comme un processus et nous attarder aux étapes qui la caractérisent.

## 2.2 Les étapes et activités qui relèvent de la localisation

Selon *Le Petit Robert* (Rey-Debove et Rey, 1996, p. 1786), un processus est, entre autres, une « suite ordonnée d'opérations aboutissant à un résultat ». En localisation, nous connaissons le résultat : le produit localisé. Mais qu'en est-il des opérations permettant d'y aboutir? Autrement dit, quelles sont les étapes menant à la localisation d'un produit?

---

<sup>25</sup> Tout comme *globalization* et *internationalization*, le terme *localization* possède une forme abrégée construite selon le même modèle, *l10n*.

Bert Esselink considère la localisation comme un processus qui comporte des étapes et des activités. Pour lui, les étapes englobent les activités; autrement dit, plusieurs activités peuvent être menées au cours d'une seule et même étape. Il énumère une liste d'exemples d'activités qui font généralement partie d'un projet de localisation, mais pas nécessairement d'un projet de traduction traditionnel : « multilingual project management, software and online help engineering and testing, conversion of translated documentation to other formats, translation memory alignment and management, multilingual product support, and translation strategy consulting » (Esselink, 2003, p. 69). Toutes ces activités, en plus des activités propres à la traduction, s'intègrent dans le processus de localisation en six étapes, qui se résume ainsi : « project setup, translation, review, production, quality assurance, project closure » (Esselink, 2003, p. 76).

Pour sa part, Daniel Gouadec (2003, p. 529) considère la localisation comme une activité complexe qui englobe plusieurs parts :

- une part de développement logiciel – car la localisation concerne d'abord le produit lui-même avant de concerner ses composantes linguistiques ou langagières;
- une part de traitement informatique du matériau à traduire (traitement du code) et/ou de ses supports en amont et/ou en aval de la traduction;
- une part de retraitement de certaines composantes du produit (logiciel, jeu, ou site) et, notamment, des objets, boutons, boîtes (traitement graphique), mnémoniques, et autres;
- une part de traduction-adaptation d'un matériau linguistique intégré à un produit informatique ou à la composante informatisée d'un produit multimédia;
- une part de traduction plus standard de documentation banale (documentation accompagnant le produit informatique ou multimédia – fichier d'aide, fichier lisez-moi, guide d'utilisateur).

Il ressort que la localisation est un processus complexe se déroulant en plusieurs étapes, qui comprennent, entre autres, la préparation technique du produit, la conversion de fichiers, la préparation des fichiers à traduire, la traduction, les essais et le contrôle de la qualité. Toutes ces étapes nécessitent l'intervention de divers spécialistes. Voyons maintenant qui sont ces spécialistes.

### **2.3 Les intervenants**

Selon Christian Balliu (2003, p. 451), la localisation peut s'effectuer selon deux formules : « soit la collaboration entre traducteurs, informaticiens, spécialistes du domaine, soit, mais c'est plus rare, l'ensemble du travail est confié au localisateur, ce traducteur en prise avec son époque, qui a su s'adapter à toutes les facettes, traduisantes, techniques, juridiques, de ce nouveau métier ».

Selon nous, la seconde formule est utopique. Il semble qu'Anthony Pym (2006, p. 4) soit également de cet avis : « Within this localization process, there is work for people competent in terminology, revising, testing, software engineering, and yes, translation. But all those things are usually done by different people. There is no one person there who acts as an all-round "localizer". »

Nous croyons donc à la première formule selon laquelle des spécialistes de divers domaines collaborent pour mener à bien le processus de localisation. Ces collaborateurs, Daniel Gouadec les appelle « opérateurs de la globalisation ». Ils sont les concepteurs, développeurs, graphistes, maquettistes, le rédacteur, « le traducteur, qui localise les éléments linguistiques et, souvent, toutes formes de codes (éventuellement assisté d'un terminologue,

d'un documentaliste, d'un relecteur, d'un réviseur, ou même d'un rewriter) » et divers spécialistes techniciens (Gouadec, 2003, p. 528). Compte tenu de la diversité des tâches à accomplir, il est difficile de concevoir qu'une seule personne puisse remplir toutes ces fonctions.

Pour sa part, Olivier André (2000, p. 33), à l'époque responsable de la localisation de logiciels dans une société de Boston, distingue neuf intervenants dans le processus de localisation. D'abord, il y a le traducteur spécialisé en localisation. Ce dernier s'occupe non seulement de la traduction, de la révision et du contrôle de la qualité, mais aussi de diverses tâches dites techniques, comme la saisie d'écrans, la modification de fichiers graphiques et de boîtes de dialogue, la compilation des logiciels et des systèmes d'aide en ligne et des essais. André souligne qu'en plus de maîtriser parfaitement les techniques de traduction, ce traducteur doit posséder une foule de compétences techniques, dont des notions de programmation. Le deuxième intervenant est le traducteur indépendant, qui se charge exclusivement de la traduction et de la révision de l'aide en ligne et de la documentation des logiciels. En troisième lieu, il y a le valideur technique. André précise qu'en règle générale, il s'agit d'un ingénieur en mesure de corroborer la terminologie utilisée et les renseignements fournis dans la documentation. Vient ensuite le terminologue, qui prépare des glossaires et des bases de données qui assurent l'uniformité terminologique. « Le plus souvent, ce sont les traducteurs salariés d'éditeurs de logiciels qui assument cette fonction ». (André, 2000, p. 34) Le cinquième intervenant est le testeur, qui est soit un traducteur spécialisé en localisation, soit un ingénieur. Ce dernier teste les versions du logiciel pour trouver les bogues tant linguistiques que techniques. Trois ingénieurs participent également au processus, soit

l'ingénieur en contrôle qualité, l'ingénieur en localisation et l'ingénieur en internationalisation. Enfin, toute cette équipe est dirigée par un chef de projet chargé de gérer le projet du début à la fin. Il agit comme interface entre tous les membres de l'équipe.

Bref, il apparaît évident que la localisation est un processus multidisciplinaire faisant appel à un grand nombre de spécialistes. Parmi ceux-ci, il y a le traducteur ou, comme Balliu le désigne, le localisateur. Qui est-il? Le rôle du localisateur est loin d'être clair. C'est pourquoi nous consacrons la prochaine section à la définition du profil de compétences du localisateur.

#### **2.4 Le profil de compétences du localisateur**

Parmi les intervenants dans le processus de localisation, un mérite notre attention : le traducteur qui participe à un projet de localisation, parfois appelé *localisateur*. Mais qu'entend-on exactement par *localisateur*? Selon Bert Esselink (2000, p. 16), « often linguists who translate software applications are called “localizers” because they also get involved in other project activities such as software user interface resizing ». Le localisateur est donc un traducteur. Quelle est sa tâche? Selon James Archibald (2004, p. 3), le localisateur doit « analyser, adapter, traduire et rhabiller les matériaux pour les rendre acceptables internationalement et localement à la fois ». Voilà une tâche immense qui nécessite des compétences et des connaissances particulières. Nous profitons de la présente section pour examiner le profil de compétences du localisateur, profil réparti en trois catégories : les compétences linguistiques, les compétences technologiques et les compétences diverses.

### **2.4.1 Les compétences linguistiques**

Il a déjà été établi que le localisateur est d'abord un traducteur. Il devrait donc posséder l'ensemble des compétences propres à n'importe quel traducteur ou, pour reprendre les mots de Gouadec (2003, p. 534), « exercer la totalité des métiers de la traduction spécialisée : documentation, terminographie, relecture, révision, etc. ». Il est donc primordial qu'un localisateur sache non seulement traduire dans une foule de domaines, souvent spécialisés, mais aussi adapter, car la localisation implique également une bonne part d'adaptation. En outre, le localisateur devrait avoir une « aptitude à analyser, reformuler, condenser, post-éditer, tout en respectant des contraintes d'espace » (Gambier, 2000, p. 93). Ces contraintes d'espace sont particulièrement propres à la localisation de logiciels, où la traduction des menus, boîtes de dialogue et autres éléments exige un effort de concision de la part du localisateur. En plus de devoir être concis, le localisateur doit assurer la cohérence et la cohésion quand vient le temps de traduire des chaînes de caractères, souvent fournies sans contexte. Contrairement au traducteur « traditionnel », le localisateur de logiciels n'a pas souvent l'occasion de traduire de longs textes suivis (sauf dans le cas des manuels d'utilisation). Ce dernier est plutôt appelé à rendre des phrases extraites d'un logiciel et fournies sous forme de liste dans une base de données. Quiconque a déjà traduit sait combien le contexte est utile au traducteur, lui évitant bien des « faux sens ». Le localisateur de logiciels doit, plus souvent qu'à son tour, se débrouiller seul pour tenter de rendre une phrase de la façon la plus intelligible qui soit. Si besoin est, il peut tout de même recourir aux services des autres membres de l'équipe de projet, par exemple des programmeurs.

### **2.4.2 Les compétences technologiques**

Selon Gouadec (2003, p. 536), « le localiseur/localisateur est également (d'abord et avant tout) un virtuose de l'informatique ». En effet, il doit maîtriser une vaste gamme d'outils informatiques « pour traiter les matériaux à localiser, modifier les menus, les icônes, les boîtes de dialogue, etc. » (Quirion, 2003a, p. 550). Il doit également posséder une connaissance de base du développement logiciel, de la programmation, des bases de données, des différents formats de fichiers et des ensembles de caractères. À cela s'ajoute tout ce qui concerne le Web, notamment les nombreux langages de programmation que l'on trouve sur la Toile (HTML, XML, Java, etc.). Certes, les localisateurs disposent aujourd'hui d'outils d'aide à la localisation qui leur facilitent grandement la tâche quand vient le temps de traduire des documents HTML. Une bonne connaissance des différentes balises s'avère toutefois très utile. En outre, au rythme auquel l'informatique évolue, le localisateur doit être doté d'une « capacité d'adaptation aux changements (rapides) touchant les équipements techniques » (Gambier, 2000, p. 93). Les outils utiles aujourd'hui seront désuets demain.

### **2.4.3 Les compétences diverses**

« Un localisateur doit allier les qualités d'un excellent gestionnaire, d'un linguiste et d'un technicien ou ingénieur chevronné » (Trincaretto, 2004, p. 99). Va pour le linguiste et le technicien ou ingénieur, car nous venons de démontrer la nécessité pour un localisateur d'être ferré en langue et en informatique. Marie Trincaretto soulève cependant un troisième domaine dans lequel le localisateur doit s'y connaître : la gestion. Mais, au fait, la gestion de quoi? Gouadec (2003) en mentionne trois types : la gestion de la qualité, la gestion de projet et la gestion d'équipes de projets. Quirion (2003a, p. 550), pour sa part, explique qu'« étant

donné l'ampleur habituelle des contrats et les exigences de livraison simultanée dans plusieurs marchés qui leur sont habituellement associées », des habiletés de gestion de projet s'avèrent utiles à tout localisateur.

Comme tout traducteur, le localisateur doit avoir des méthodes de recherche efficaces. Austermühl (2006) signale que le localisateur doit être capable d'effectuer des recherches thématiques approfondies et de constituer une solide base de connaissances comprenant la terminologie et la phraséologie de base du domaine. Gambier (2000, p. 93) abonde dans le même sens en parlant d'« aptitude à la recherche documentaire et terminologique ».

Pour conclure cette section, voici comment Daniel Gouadec (2003, p. 537) perçoit le localisateur. Nous n'aurions pas pu trouver une meilleure façon de tracer le portrait de ce traducteur nouveau genre :

Le localiseur/localisateur apparaît, au terme de cette analyse de son profil de compétences, comme un excellent traducteur spécialisé (multispécialisé) maîtrisant parfaitement tous les métiers de la traduction ou métiers contribuant à la prestation du traducteur (documentation, terminographie, phraséographie, rédaction, relecture, révision, adaptation, réécriture, gestion, achat-vente...), maîtrisant les outils standard et trouvant, dans l'informatique et par l'informatique, des marchés à très fortes plus-values.

Nous venons d'établir le profil de compétences du localisateur. À présent, faisons un parallèle avec le profil de compétences du traducteur.

#### **2.4.4 Rapprochement entre le traducteur et le localisateur**

Dans le premier chapitre, nous avons fait état d'une étude effectuée par le LEIT qui visait à déterminer les compétences de base et les compétences supplémentaires dont ont besoin les

professionnels de la localisation. Les résultats de cette étude méritent d'être examinés ici, plus particulièrement, les compétences des traducteurs qui participent à des projets de localisation. D'entrée de jeu, il est intéressant de constater que le LEIT n'emploie pas le mot *localisateur* pour désigner ces traducteurs. Voici donc, par ordre d'importance, les six compétences de base que devraient posséder ces traducteurs (Localization Industry Standards Association, 1998, p. 21) :

- Proficiency in translation skills and methodologies
- Awareness of cultural issues
- Basic word-processing skills
- Basic terminology management and research skills
- Proficiency in a number of languages
- Basic Internet and web skills

Et les cinq principales compétences supplémentaires :

- Culture-specific translatability problems
- Familiarity with translation-oriented terminology management
- Flexibility to work in technical fields
- Familiarity with translation technology tools
- Translation memory systems

À première vue, ce profil de compétences ressemble étrangement à celui du traducteur « traditionnel » du XXI<sup>e</sup> siècle. Nous appuyons notre assertion sur deux études effectuées au cours des dernières années qui visaient à déterminer les compétences que devraient posséder tout traducteur. En premier lieu, le Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction a publié, dans son rapport final, les résultats d'une enquête menée auprès d'intervenants du milieu de la traduction. Parmi les compétences les plus souvent citées par les répondants, mentionnons « être doté d'une solide culture », « maîtriser une troisième langue » et « maîtriser les outils informatiques » (Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la

traduction, 1999, p. 97). Deuxièmement, Lynne Bowker, professeure à l'Université d'Ottawa, a publié un article intitulé *What Does It Take to Work in the Translation Profession in Canada in the 21<sup>st</sup> Century? Exploring a Database of Job Advertisements* (Bowker, 2004). Dans cet article, Bowker dévoile les résultats d'une étude qui consistait à épilucher diverses offres d'emplois en traduction diffusées entre janvier 2000 et décembre 2002 dans diverses sources. La compétence en tête de liste est la connaissance de base des outils informatiques (60,5 % des offres). Les employeurs cherchent également des traducteurs ayant des compétences spécialisées dans les technologies de la traduction (18,3 %), de l'expérience en traduction de sites Web et une connaissance des langages balisés (11,3 %).

Bref, les études du LEIT, du Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction et de Lynne Bowker montrent un rapprochement évident entre le profil de compétences du localisateur et celui du traducteur. Les similitudes sont telles que nous pourrions nous poser la question suivante : le localisateur n'est-il pas tout simplement le traducteur du XXI<sup>e</sup> siècle qui doit s'adapter aux nombreux changements découlant de l'arrivée de l'informatique dans son travail? Il serait intéressant d'approfondir la question, mais tel n'est pas l'objectif de la présente thèse.

## **2.5 La traduction en localisation**

Et la traduction dans tout ça? Dernier élément de l'acronyme GILT, la traduction n'en est pas moins importante. Comme nous l'avons vu à la section 2.2, elle fait partie intégrante du processus de localisation. Cependant, encore aujourd'hui, la frontière délimitant la

localisation et la traduction est souvent floue aux yeux de certains (Lommel, 2006, p. 223). Pourtant, Bert Esselink (2000, p. 4) résume clairement cette différence : « Translation is only one of the activities in localization; in addition to translation, a localization project includes many other tasks such as project management, software engineering, testing, and desktop publishing ». Pour sa part, Arle Lommel (2006, p. 223) pousse plus loin la différence entre localisation et traduction :

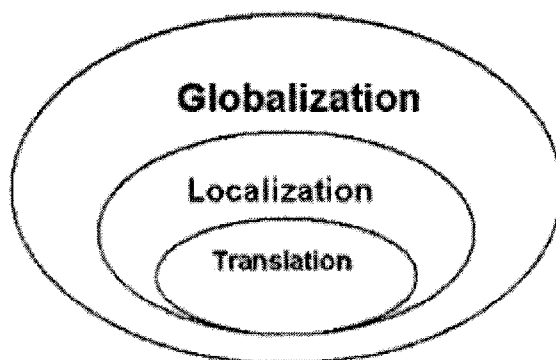
Localization, the process of adapting products and associated materials for specific markets, is often thought of as a recent endeavor, an outgrowth of the development of the consumer software industry beginning in the 1980s, and is usually considered distinct from translation per se in three respects: first, it has commercial emphasis on products and associated collateral rather than simple texts; second, localization often focuses on the non-linguistic cultural aspects of a product; third, localization often involves the use of computer-assisted translation (CAT) tools.

Contrairement à la traduction, la localisation met l'accent sur des produits et leurs documents accompagnateurs ainsi que sur les aspects culturels non linguistiques. Toutefois, la troisième différence soulevée par Lommel nous paraît discutable, car, aujourd'hui, la majorité des traducteurs utilisent des outils d'aide à la traduction pour accroître leur productivité.

La traduction n'est peut-être qu'une des activités de la localisation, mais elle peut être considérée comme la plus importante. Par exemple, chez Microsoft, il y a quelques années, les coûts de traduction représentaient environ le tiers des coûts associés à la globalisation (ingénierie 20 %, essais 28 %, traduction 35 %, gestion de projet 17 %) (Brooks, 2000, p. 45). Pour sa part, Joan Parra (2000, p. 244) donne cinq raisons selon lesquelles la traduction est l'opération la plus importante du processus de localisation d'un logiciel :

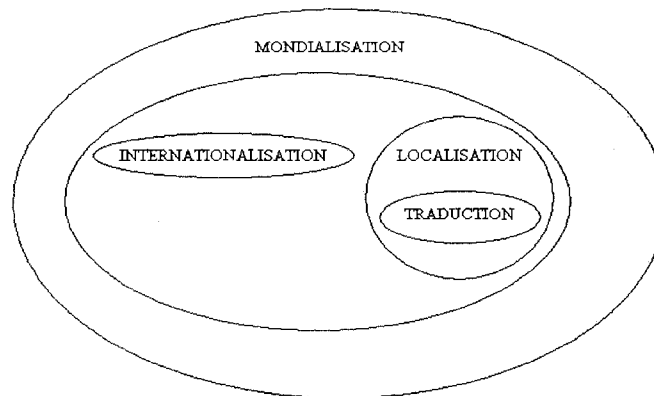
- a. The translation phase is the one which involves the greatest volume of human resources and co-ordination.
- b. It represents the highest cost in economic terms.
- c. It is one of the main causes of errors in localized product functioning.
- d. It is one of the main causes of delays in final product delivery date.
- e. Its results are the most visible to the final user.

En résumé, la traduction fait partie du processus de localisation qui, lui, fait partie, en compagnie de l'internationalisation, du processus de mondialisation. La figure ci-dessous est tirée d'un texte de Minako O'Hagan. Elle résume bien la relation entre les concepts de mondialisation, de localisation et de traduction.



**Figure 2.1** Relation entre les concepts de mondialisation, de localisation et de traduction  
(Tirée de O'Hagan, 2006, p. 40)

On pourrait compléter la figure proposée par O'Hagan en y ajoutant le concept d'internationalisation, qui se situerait dans un ovale distinct de celui de la localisation, car l'internationalisation précède la localisation dans le processus de mondialisation.



**Figure 2.2** Relation entre les concepts de mondialisation, d'internationalisation, de localisation et de traduction

La localisation, comme nous l'avons vu, est un processus multidisciplinaire qui comporte plusieurs étapes et qui fait appel à des spécialistes aux compétences diverses. Elle s'inscrit dans un grand processus appelé *mondialisation*. Pour conclure le présent chapitre, nous présentons un tableau récapitulatif énumérant les grandes étapes et les principaux intervenants de chacun des concepts examinés, à savoir la mondialisation, l'internationalisation, la localisation et la traduction.

Processus	Étapes	Intervenants
<b>Internationalisation</b>	Neutralisation du produit	Programmeurs Rédacteurs techniques
<b>Localisation</b>		
	Gestion de projet	Gestionnaires de projet
	Ingénierie logicielle	Programmeurs
	Conversion de fichiers	Programmeurs
	Alignement et gestion des mémoires de traduction	Traducteurs
	Modification des fichiers graphiques et des boîtes de dialogue	Traducteurs
	Préparation de glossaires	Terminologues ou traducteurs
	<b>Traduction</b>	Traducteurs
	Compilation des logiciels	Programmeurs
	Essais	Programmeurs
	Contrôle de la qualité technique	Programmeurs
	Contrôle de la qualité linguistique	Traducteurs

<b>Mondialisation</b>		Programmeurs, traducteurs, terminologues, rédacteurs techniques, spécialistes en marketing et gestionnaires
-----------------------	--	---

**Tableau 2.1** Étapes et intervenants du processus de mondialisation

Au terme des deux premiers chapitres, nous avons démontré l'existence d'une industrie de la localisation et avons décrit le processus de localisation. Dans le chapitre suivant, nous concentrerons notre propos sur le terme *localisation*, plus précisément sur son origine et sa signification.

## Chapitre 3 – Le terme *localisation* : origine et signification

Le présent chapitre est entièrement consacré au terme *localisation*. Il se divise en trois sections dans lesquelles seront présentés les premiers emplois du terme, les éléments en faveur de l'emploi de ce terme et enfin, les réticences quant à son emploi.

### 3.1 Apparition du terme *localisation*

Le mot *localisation* existe depuis plus de 200 ans. Introduit dans la langue française en 1803, il revêt aujourd'hui trois sens généraux : « Action de situer en un certain lieu, en un point déterminé », « Le fait d'être localisé en un certain point » et « Action de circonscrire, de limiter dans l'espace » (Rey-Debove et Rey, 1996, p. 1296). Depuis une dizaine d'années, le mot est employé dans un sens spécialisé, celui qui nous intéresse dans le contexte de la présente thèse, et qui vient tout juste d'être consigné dans un dictionnaire général, le *Petit Larousse illustré 2007*<sup>26</sup>.

Puisque le mot *localisation* relève d'un domaine de spécialisation, nous le désignerons comme un terme qui, selon Dubuc (2002, p. 33), est « l'appellation d'un objet propre à un domaine donné ». Emprunt de l'anglais *localization*<sup>27</sup>, le terme français *localisation* ne s'est pas implanté dans l'usage courant aussi rapidement que son équivalent. En effet, le terme anglais a fait son apparition à la fin des années 1980 dans le milieu de l'informatique. Nous pouvons difficilement établir la date du premier emploi du terme, mais nous avons relevé une

<sup>26</sup> Nous reviendrons dans le chapitre 4 sur la définition que propose le *Petit Larousse*. Mentionnons que le *Petit Robert*, principal adversaire du *Petit Larousse*, demeure pour sa part muet sur une quelconque nouvelle acception du mot *localisation*, tout comme les dictionnaires monolingues anglais courants. Les dictionnaires que nous avons consultés sont énumérés au chapitre 4.

<sup>27</sup> Nous constatons deux graphies courantes (*localization* et *localisation*). À des fins d'uniformité, nous emploierons la graphie américaine (*localization*).

occurrence datant de 1988. Elle se trouve dans un livre intitulé *Text, ConText, and HyperText: Writing with and for the Computer*. Dans son texte, John Kirkman (1988, p. 347), consultant en communication technique, emploie le terme *localisation*, sans toutefois préciser ce dont il s'agit :

The originator of the text in English, the designer of the document, and the developer of the program (or whoever is responsible for creating on-screen messages or forms to be filled in) must all foresee problems of accommodating translated text within limits of book lay-out, coding and/or file-structure, and screen design. If they do not, they cause great problems for translators, designers and programmers responsible for "internationalisation" or "localisation" of books and on-screen material.

L'emploi des guillemets nous laisse croire que l'usage du terme n'est pas encore courant et que *localisation* est considéré comme un néologisme.

Dans le milieu de la traduction, il est difficile d'établir précisément le moment où l'on a commencé à parler de localisation plutôt que de traduction ou d'adaptation de logiciels. Nous avons cependant mis la main sur deux textes qui, sans nous fournir de réponse exacte, constituent un bon indice. En 1989, à l'occasion de la onzième conférence *Translating and the Computer*, Siegrun O'Sullivan donne un exposé intitulé *Problems in software translation and how to avoid them* (O'Sullivan, 1990). Deux ans plus tard, lors de la treizième conférence de la série, Graham Bason, employé de Lotus Development, décrit le processus de localisation employé par son entreprise, dans une allocution intitulée *Software Localisation: A Case History* (Bason, 1992). Il semble donc que le terme ait commencé à s'utiliser en anglais entre 1989 et 1991.

En 1991, Nancy Hoft, alors présidente d'International Technical Communication Services, donne un exposé à l'occasion de la *9th Annual International Conference on Systems Documentation*. Intitulé *Preparing for the Inevitable: Localizing Computer Documentation*, l'exposé fait de Hoft une pionnière dans un domaine qui, à cette époque, en est à ses balbutiements. Nos nombreuses recherches dans les bases de données nous laissent supposer qu'il s'agit du premier article publié portant principalement sur la localisation. La localisation, dit-elle, est le mot utilisé par les spécialistes en commerce international « to describe communicating in local terms to a locale », où « locale » désigne les caractéristiques linguistiques, culturelles et juridiques d'une nation, d'un groupe ethnique, d'une entreprise ou d'un individu (Hoft, 1991, p. 37).

Toujours en 1991, l'entreprise américaine Digital Equipment Corporation (DEC) est l'une des premières à publier un livre traitant en profondeur de localisation, le *Digital Guide to Developing International Software*. La localisation y est définie comme suit : « The process that includes all activities required to create a product variant from the international product. » (Digital Equipment Corporation, 1991, p. 363) Il s'ensuivra la parution d'autres livres sur la localisation, notamment : *Guide to Macintosh Software Localization* d'Apple (1992), *Software Internationalization and Localization: An Introduction* d'Uren, Howard et Perinotti (1993), *Developing and Localizing International Software* de Madell, Parsons et Abegg (1994), *Developing International Software for Windows 95 and Windows NT: A Handbook for International Software Design* de Kano (1995) et *A Practical Guide to Software Localization* d'Esselink (1998).

Comme dans le cas du terme anglais, il est difficile, voire impossible, de dater précisément la première occurrence du terme *localisation* en français. Les premiers emplois semblent remonter au début des années 1990. La première occurrence que nous avons relevée date de 1993. Christian Boitet (1993, p. 111) fait alors une distinction entre la traduction dite « traditionnelle » et trois autres types de traduction, dont la localisation, qui est « largement pratiquée pour les manuels de micro-ordinateurs, qui vise à adapter un contenu à un environnement culturel particulier ».

### 3.2 Acceptation du terme français *localisation* et de ses dérivés

Selon le Grand dictionnaire terminologique de l'Office québécois de la langue française, le terme *adaptation locale* a déjà été proposé comme équivalent de *localization*. Cet équivalent n'est cependant pas entré dans l'usage, et voici comment on explique l'intégration du terme *localisation* dans la langue française (Office québécois de la langue française) :

Mais, de toute évidence, c'est le terme *localisation* qui s'est implanté, et ce, malgré le fait qu'il soit employé dans des sens très différents en français et qu'il soit parfois contesté pour désigner le concept traité ici. Il faut dire qu'il a l'avantage de bien s'intégrer au français, sur les plans graphique et phonétique, en plus de posséder des capacités de dérivation intéressantes (*localiser*, *localisateur*, etc.).

Bien que la fiche du GDT vante les mérites du terme, elle fait aussi état de contestation. Nous verrons plus loin les raisons qui poussent certains spécialistes à ne pas employer le terme *localisation*.

À l’instar de l’Office québécois de la langue française, James Archibald (2004, p. 5) énumère cinq raisons pour lesquelles le terme *localisation* et ses dérivés (*localiser*, *localisateur*, *localisant*, etc.) sont aujourd’hui acceptés par un grand nombre d’auteurs francophones :

- ces termes « francisés » décrivent avec précision la nouvelle donne de la traduction;
- ils s’utilisent largement dans le milieu professionnel et le milieu commercial;
- les lexiques et dictionnaires tendent à reconnaître ces emprunts de bon aloi;
- les organismes internationaux acceptent ce nouvel usage;
- ce sont des termes ayant des équivalents dans plusieurs langues, ce qui contribue à la traduisibilité des textes et à la communication interculturelle.

Pourtant, le « malaise persiste », pour reprendre les mots d’Archibald (2004, p. 6). Ces raisons ne semblent pas assez convaincantes pour certains auteurs francophones qui refusent d’employer ces nouveaux termes à la mode, particulièrement *localisation*.

### 3.3 Réticences à l’emploi du terme *localisation* en français

Même si le terme *localisation* semble désormais bien implanté dans la langue française, force est d’admettre qu’il s’agit d’un terme vide de sens. Sa banalité explique sans doute pourquoi certains auteurs hésitent à l’employer ou refusent carrément de le faire. C’est le cas notamment de Benoît Thouin, ancien professeur à l’Université d’Ottawa. Thouin, qui fait de la traduction et de l’adaptation de logiciels depuis une trentaine d’années, « a le sentiment que “localisation” n’est qu’un autre de ces calques de l’anglais adopté par facilité<sup>28</sup> ». Comme nous l’avons vu à la section 1.2, Thouin publiait un premier texte sur le sujet en 1985. Onze ans plus tard, à l’occasion du colloque *Perspectives d’avenir en traduction*, il donnait un exposé intitulé *L’adaptation de logiciels ou l’avenir conjugué au présent* (Thouin,

---

<sup>28</sup> Communication personnelle avec Benoît Thouin, le 15 novembre 2006.

1995). Même si le terme *localisation* est en vogue au milieu des années 1990, Thouin préfère plutôt parler d'adaptation de logiciels.

Daniel Gouadec, quant à lui, emploie bien malgré lui le terme *localisation*. Voici comment il justifie l'utilisation du terme (2003, p. 542) :

[...] la localisation était déjà inscrite dans le cursus sans que quiconque s'en soit aperçu avant que la dénomination devienne familière. Nous pratiquions intensivement la localisation sans le savoir dès 1990 (traduction d'un logiciel de gestion de production assistée par ordinateur) et ces pratiques sont longtemps restées confinées à la rubrique générique de « traductions spécialisées » sans que cela posât le moindre problème. C'est uniquement pour des raisons d'affichage vis-à-vis des employeurs et pour doper les C.V. parce que la dénomination se répandait dans les milieux de la traduction, que la dénomination « localisation » est apparue en tant que telle dans les descriptifs de nos cursus en 1998. Mais cela demeure, aux yeux de tous, de la traduction spécialisée avec, tout au plus, cinq à six heures de spécialisation particulière en « localisation » où il s'agit d'apprendre les outils – pas les techniques, qui sont déjà connues. On observera ici que ceux qui considèrent la localisation comme une activité nouvelle et se gargarisent de « tradaptation » ne peuvent le faire que parce qu'ils avaient une représentation archaïque et une conception réductive de la traduction.

### 3.4 Sens du terme *localisation*

Que signifie le terme *localisation* aujourd'hui? Comme le signalent Bob Clark *et al.* (2006, p. 46), « we still have a problem knowing what people mean when they use the term localization ». Qui plus est, selon Reinhard Schäler (2004, p. 2), directeur du LRC, « there are as many definitions of localisation as there are localisation service providers and that is, according to the Globalisation and Localisation Association (GALA), five thousand [...] ». Autrement dit, personne ne semble s'entendre sur ce qu'est réellement la localisation.

Pourtant, au début des années 1990, lorsque le terme *localisation* est apparu dans le monde de l'informatique, son sens ne faisait aucun doute. Grosso modo, la localisation était

l'adaptation, y compris la traduction, de logiciels. Rien de plus, rien de moins. Jusqu'à la fin des années 1990, le sens est resté sensiblement le même. Puis, il a commencé à s'élargir, phénomène linguistique coïncidant avec le fait que des spécialistes d'autres secteurs d'activité ont commencé à s'intéresser à la localisation. Cet intérêt n'est pas étonnant : la localisation, comme nous l'avons décrit au chapitre 2, est un processus qui s'effectue en plusieurs étapes et qui fait appel à des spécialistes aux compétences diverses. Désormais, le terme et le concept de localisation n'appartiennent plus seulement au domaine de l'informatique.

Malgré le fait que certains refusent de l'employer, le terme *localisation* a donc trouvé sa place dans le vocabulaire de spécialistes de divers domaines, dont les traducteurs et les traductologues. D'après nos recherches, le terme *localisation* a traversé trois grandes étapes. Il est d'abord apparu comme néologisme dans le domaine de l'informatique au début des années 1990. À la fin de la décennie, l'industrie de la localisation est née et s'est approprié le terme. Enfin, les milieux de la traduction et de la traductologie, sans doute sous l'influence de l'industrie de la localisation, ont à leur tour adopté le terme *localisation*. Par ailleurs, c'est le terme anglais qui a d'abord été utilisé, avant d'être calqué en français. Même si le terme est en usage depuis maintenant plus de quinze ans, la question de son sens ne semble toujours pas réglée. C'est du moins le postulat de base sur lequel repose l'hypothèse que nous avançons dans la présente thèse et que nous souhaitons vérifier dans le prochain chapitre.

## **Chapitre 4 – Analyse du concept de localisation**

Les trois chapitres qui précèdent ont permis de brosser un tableau de la localisation en tant que secteur d'activité, en tant que processus multidisciplinaire et en tant qu'unité terminologique. Ces trois chapitres, surtout descriptifs, étaient essentiels pour bien situer notre objet d'étude et pour en arriver au cœur de la thèse, soit l'analyse du concept de localisation en vue de vérifier notre hypothèse. Notre point de départ pour cette analyse : 55 définitions et contextes définitoires recueillis dans diverses sources. La méthodologie employée pour établir le corpus de textes ayant fait l'objet du dépouillement sera décrite plus loin.

Le présent chapitre comporte quatre grandes sections. Les deux premières sections servent à rappeler l'hypothèse qui sous-tend notre travail et à décrire la méthodologie employée pour vérifier cette hypothèse. Dans la troisième section, nous procédons à l'analyse du corpus de définitions. Dans la dernière section, nous présentons les éléments importants découlant de cette analyse.

### **4.1 Rappel de l'hypothèse**

Comme nous l'avons expliqué à la section 0.3, l'hypothèse qui est à la base de notre travail est que l'ambiguïté qui caractérise le concept de localisation découle du caractère multidisciplinaire de ce dernier. Les spécialistes des divers domaines concernés par le processus de localisation ne semblent pas s'entendre quant à la nature du produit faisant l'objet de ce processus. Nous allons donc tenter d'infirmer ou de rejeter cette hypothèse, ce

qui nous permettra du même coup de dégager une image plus claire du concept de localisation.

## 4.2 Méthodologie

Pour parvenir à nos fins, nous avons procédé à l'analyse d'une série de définitions et de contextes définitoires du terme *localisation*. Nous employons ici le terme *définition* dans le sens que lui attribue Robert Dubuc (2002, p. 29), c'est-à-dire comme « un condensé des traits sémantiques d'un terme dans une situation d'emploi ». Par *contexte définitoire*, nous entendons des extraits de textes qui « contiennent des descripteurs dont le nombre et la qualité permettent de dégager une image précise de la notion » (Dubuc, 2002, p. 61). Pour éviter d'alourdir le texte, nous allons, dans les pages qui suivent, employer le terme *définition* pour faire référence à la fois aux définitions et aux contextes définitoires qui ont été analysés.

### 4.2.1 Établissement du corpus

Les définitions analysées sont le fruit d'un dépouillement de diverses sources anglaises et françaises, telles que revues spécialisées, monographies, sites Web et banques de terminologie, publiées entre 1991 et 2006. Les revues dépouillées sont les suivantes : *Language International*, *Localisation Focus: The International Journal for Localisation*, *Meta*, *MultiLingual Computing & Technology* et *Traduire*. Les monographies consacrées à la localisation sont peu nombreuses; nous avons dépouillé les « incontournables », à savoir : *Digital Guide to Developing International Software* (Digital Equipment Corporation, 1991), *Developing International Software for Windows 95 and Windows NT* (Kano, 1995), *International Technical Communication: How to export information about high technology*

(Hoft, 1995), *Software Without Frontiers: A Multi-Platform, Multi-Cultural, Multi-Nation Approach* (Hall et Hudson, 1997), *A Practical Guide to Software Localization: For Translators, Engineers and Project Managers* (Esselink, 1998), *A Practical Guide to Localization* (Esselink, 2000), *Translating Into Success: Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age* (Sprung et Jaroniec, 2000), *La localisation : Problématique de la formation* (Archibald, 2004), *Translation Technology and its Teaching* (Pym et al., 2006) et *Perspectives on Localization* (Dunne, 2006). Par ailleurs, nous avons visité les sites Web des organisations phares du milieu de la localisation, soit la LISA, le LRC, la GALA et le Localization Institute, ainsi que ceux des établissements d'enseignement qui offrent des programmes de formation en localisation, notamment ceux des universités canadiennes qui offrent de tels programmes, pour voir si on y proposait une définition du concept de localisation. Enfin, nous avons consulté des dictionnaires de langue anglais et français, des dictionnaires spécialisés de traduction de même que trois grandes banques de terminologie dans l'espoir d'y trouver des définitions. Comme nous le verrons aux sections 4.3.6 et 4.3.7, nos recherches dans les sources lexicographiques et terminologiques ont été peu fructueuses.

Le dépouillement de ces nombreuses sources a permis de dresser une liste de 55 définitions. Nous sommes conscient que cette liste n'est pas exhaustive et qu'elle aurait pu être enrichie davantage. Nous croyons cependant avoir réussi à faire ressortir les principales définitions, et cela, dans les limites qu'impose un travail de recherche de la nature d'une thèse de maîtrise. La liste complète des définitions et contextes définitoires, classés par ordre chronologique, est présentée à l'annexe B.

#### 4.2.2 Répartition des définitions

Pour faciliter l'analyse des définitions, nous les avons classées en sept catégories distinctes.

Les sections qui suivent s'articulent en fonction de ces catégories.

Les cinq premières catégories ont été établies en fonction du domaine d'activité des auteurs des textes analysés, soit le milieu de l'informatique, le milieu de la localisation, le milieu de la traduction professionnelle, le milieu de la traductologie et le milieu de l'enseignement. Nous avons favorisé un tel classement, car, comme le laisse entendre notre hypothèse, nous avons l'intuition que les spécialistes d'un même domaine envisageraient probablement le concept de localisation sous un même angle, et donc, que le flou notionnel entourant le concept de localisation vient probablement de sa multidisciplinarité. En d'autres termes, nous croyons qu'il existe un lien étroit entre le sens attribué au terme *localisation* et le domaine d'activité dans lequel œuvre la personne ou l'organisme qui en propose une définition, ce qui explique notre mode de classification des définitions. Dans la plupart des cas, nous n'avons eu aucune difficulté à établir les domaines d'activité des différents auteurs. En effet, nous avons trouvé l'information nécessaire dans les notices biographiques figurant au début ou à la fin des articles ou des monographies. Dans quelques cas, le nom de l'organisme ou de l'entreprise suffisait pour déterminer le domaine d'activité (par exemple, Microsoft et la LISA). Enfin, dans des cas plus rares, nous avons dû effectuer des recherches dans Internet pour parvenir à déterminer le domaine d'activité d'un auteur.

À ces cinq catégories s'en ajoutent deux autres : l'une qui correspond aux définitions provenant de sources lexicographiques et l'autre, aux définitions provenant de sources terminologiques.

La liste complète des définitions et contextes répartis par catégorie figure à l'annexe C.

### **4.3 Analyse des définitions**

Comme nous l'avons mentionné précédemment, nous concentrerons notre analyse des définitions sur les objets de la localisation, puisque cela semble être le principal élément de mésentente entre les auteurs<sup>29</sup>. Nous analyserons chacune des 55 définitions, à commencer par celles qui ont été proposées par des spécialistes du domaine d'où est née la localisation, l'informatique.

#### **4.3.1 Définitions du milieu de l'informatique**

Comme nous l'avons vu au chapitre 3, le terme *localisation* a fait son apparition dans le milieu de l'informatique vers la fin des années 1980. Étant donné que l'informatique est la discipline « mère » de la localisation, nous jugeons essentiel de lui consacrer une catégorie. Nous avons donc choisi d'établir notre première catégorie avec des définitions qui ont été formulées par des entreprises ou des spécialistes de ce milieu. Cette catégorie compte dix définitions, dont voici les faits saillants.

---

<sup>29</sup> Pour faciliter leur repérage dans les définitions et les contextes qui seront cités plus loin, les références explicites au produit faisant l'objet de la localisation ont été mises en gras.

Jusqu'à la fin des années 1990, le terme *localisation* était employé quasi exclusivement par les spécialistes du milieu de l'informatique, comme en font foi les sept premières définitions répertoriées dans notre liste. Ces définitions partagent deux traits communs : elles proviennent toutes d'intervenants qui œuvrent, de près ou de loin, dans le milieu de l'informatique, et elles désignent toutes le même objet.

D'abord, en 1991, deux importantes entreprises informatiques américaines proposent ce que nous croyons être les premières définitions du terme *localisation* : la Digital Equipment Corporation (DEC) dans son *Digital Guide to Developing International Software* et Microsoft dans la première édition de son *Computer Dictionary*. Ces définitions se lisent comme suit :

The process that includes all activities required to create a **product variant** from the international product. Localization of the international product may, or may not, include translation of the product. Localization does not change the functionality of the international base component. If functionality changes, reengineering has been performed and a new product has been created. (Digital Equipment Corporation, 1991, p. 363)

The process of altering a **program** so that it is appropriate for the area in which it is used. (Microsoft Press, dans Hoft, 1995, p. 11)

Pour bien comprendre l'objet de la localisation chez DEC, nous jugeons utile de présenter la définition qu'elle donne de *product variant* : « A variant of a software product produced as a result of localization. » (Digital Equipment Corporation, 1991, p. 366). Chez Microsoft, l'objet de la localisation ne fait aucun doute, puisque le mot *program* est consigné dans les dictionnaires de langue générale et possède un sens propre au domaine de l'informatique.

Nous avons tiré deux définitions de livres traitant de localisation parus en 1995. Tout d'abord, Nancy Hoft, consultante en communication technique et présidente de International Technical Communication Services, fait paraître *International Technical Communication: How to export information about high technology*, qui contient la définition suivante : « Localization is the process of creating or adapting an **information product** for use in a specific target country or specific target market » (Hoft, 1995, p. 11). Malheureusement, Hoft ne donne pas de définition du syntagme *information product*, mais le titre de son ouvrage nous donne une bonne indication quant à la nature du produit. Ensuite, Nadine Kano, programmeuse-analyste chez Microsoft, publie *Developing International Software for Windows 95 and Windows NT*, un volumineux ouvrage qui traite notamment de localisation et dans lequel elle définit la localisation comme « [t]he process of adapting a **program** for a specific international market, which includes translating the user interface, resizing dialog boxes, customizing features (if necessary), and testing results to ensure that the program still works » (Kano, 1995, p. 10). Nous remarquons que Kano emploie elle aussi le mot *program*, ce qui n'est pas surprenant, compte tenu qu'elle travaille chez Microsoft.

Puis, en 1996, Kenneth Keniston, directeur au Massachusetts Institute of Technology, et Fergus Geraghty, développeur de produits informatiques en Europe, signent de courts articles sur la localisation dans la revue spécialisée *Language International*. Ils y définissent la localisation qui, selon eux, concerne exclusivement le matériel informatique.

[...] the complex process of translation of **software** from one language (usually English) into another. (Keniston, 1996, p. 9)

Localisation is the term that is used today to describe the conversion of a **software** or **hardware product** from one language into another. (Geraghty, 1996, p. 4)

La septième définition de la première catégorie provient d'une autre monographie sur la localisation, *Software Without Frontiers: A Multi-Platform, Multi-Cultural, Multi-Nation Approach*. Les auteurs y définissent la localisation comme suit : « Activities performed to modify a **product** to adapt it to a locale other than that for which it originally developed. » (Hall et Hudson, 1997, p. 323) Hors de son contexte, la définition peut laisser présager des doutes quant à l'objet de la localisation. Toutefois, le titre de l'ouvrage suffit pour dissiper tout doute et établir que les auteurs, Pat Hall, de la Open University (Royaume-Uni), et Ray Hudson, de Cray Systems (Luxembourg), sont des spécialistes en informatique.

L'an 2000 marque la publication d'un livre sur la traduction qui, bien qu'il ne traite pas exclusivement de localisation, en parle abondamment : *Translating Into Success: Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age*. Ce livre présente plusieurs études de cas, dont la plupart ont trait à la localisation. Nous avons extrait les deux définitions suivantes du livre :

Translating the **user-interface**, integrating all **files** into a finished product, and managing the **product** through the release process (abbreviated L10N). (Brooks, 2000, p. 52)

Localization entails the linguistic and cultural adaptation of the **software** and **user-interface** (UI), **documentation** (**books**, **online help**, **tutorial**), and packaging to accommodate requirements in foreign markets. (Thibodeau, 2000, p. 127)

La première définition provient d'un cadre supérieur chez Microsoft, David Brooks. Bien qu'elle désigne l'objet de la localisation comme étant un *product*, la définition comporte

deux termes appartenant au domaine de l'informatique qui précisent la nature de l'objet : *user-interface* et *files*. La deuxième définition, proposée par Ricky P. Thibodeau, apporte un élément nouveau intéressant. Employé chez MapInfo Corporation, une entreprise informatique américaine, Thibodeau fait état d'un objet de la localisation ignoré jusque-là par les auteurs des définitions précédentes. La localisation ne consiste plus seulement en la traduction et l'adaptation du logiciel, mais également de la documentation connexe, c'est-à-dire les livres, l'aide en ligne et les tutoriels qui accompagnent le logiciel.

Enfin, la dernière définition de la première catégorie est la deuxième de Microsoft. En 2002, l'entreprise américaine réédite pour une cinquième fois son *Computer Dictionary*. Nous y trouvons toujours une définition de *localisation*, qui est pratiquement identique à la première proposée en 1991 et qui se lit comme suit : « The process of altering a **program** so that it is appropriate for the geographic area in which it is to be used. » (Microsoft, 2002) À l'exception de l'ajout du mot *geographic*, rien n'a changé. Nous ne pouvons nous étonner de la constance des définitions. Le concept de localisation est né dans le domaine de l'informatique, et il y est toujours présent.

Dans l'ensemble des définitions formulées par les spécialistes du domaine de l'informatique, l'objet de la *localisation* est sans équivoque. Bien qu'il soit désigné de diverses façons, il n'est rien d'autre qu'un produit informatique et, dans un cas (Thibodeau), les documents accompagnateurs. Pour les spécialistes de l'informatique, donc, la localisation, c'est l'adaptation d'un produit informatique aux besoins des utilisateurs d'un pays ou d'un marché différent de celui pour lequel le produit a été développé à l'origine.

Vers la fin des années 1990, l'industrie de la localisation est effervescente. Les principaux acteurs mettent leur grain de sel dans la question du sens du concept de localisation.

#### 4.3.2 Définitions du milieu de la localisation

Comme nous l'avons vu au premier chapitre, l'industrie de la localisation a pris un essor considérable au cours des années 1990. Des entreprises de localisation ont vu le jour, des organisations professionnelles ont été mises sur pied et des programmes de formation ont été créés. Nous avons donc réuni, dans cette deuxième catégorie, des définitions formulées par des spécialistes, des organismes ou des entreprises gravitant autour du milieu de la localisation. Elle comporte quatorze définitions, dont voici les éléments marquants.

Traducteur de formation, Bert Esselink est l'un des pionniers de la localisation, domaine dans lequel il œuvre depuis bon nombre d'années. Davantage praticien que théoricien, il est certainement l'un de ceux qui ont rédigé le plus de textes sur la localisation, ce qui explique le fait qu'il soit souvent cité. Il n'est donc pas étonnant de trouver quatre définitions de son cru dans notre liste.

C'est dans la première édition de son ouvrage phare *A Practical Guide to Software Localization: For Translators, Engineers and Project Managers*, parue en 1998, que nous trouvons la première définition de Bert Esselink. À l'époque, Esselink était gestionnaire en localisation et en globalisation chez ALPNET, une importante entreprise de localisation d'Amsterdam. Dans ce qui peut être considéré comme le premier livre sur la localisation à l'intention des traducteurs, Esselink (1998, p. 2) définit la localisation comme suit : « [...] the process of adapting and translating a **software application** into another language in order

to make it linguistically and culturally appropriate for a particular local market ». Bien que sa définition ressemble énormément aux définitions qu'ont présentées avant lui les intervenants du milieu de l'informatique, Esselink peut difficilement cacher qu'il a reçu une formation de traducteur. Esselink insiste notamment sur les notions de langue et de culture. Sinon, la définition d'Esselink rejoint les autres présentées précédemment, notamment l'objet de la localisation est le même, à savoir les logiciels.

Donc, jusqu'en 1997, l'objet de la localisation ne semblait faire aucun doute. C'était avant que Jaap Van der Meer, un autre pionnier de la localisation de logiciels, publie un article dans *Language International* qui sèmera le doute dans l'esprit de bien des gens gravitant autour du domaine de la localisation. D'entrée de jeu, il pose la question suivante : « What is localization and why are they saying such terrible things about it? » (Van der Meer, 1997, p. 43). Que cherchait Van der Meer en s'interrogeant ainsi? Voulait-il déclencher un débat sur le sens du terme *localisation*? Si tel est le cas, il a certainement réussi son coup, car l'année suivante, dans un article annonçant la mise sur pied du LEIT, nous pouvions lire :

The very definition of the critical terms involved, i.e. globalization (G11N), internationalization (I18N), and localization (L10N) has become the topic of considerable discussion, reflecting variant usage throughout the industry. No one definition has won out at this juncture, but current efforts run along the following lines: [...] Localization: The adaptation of a **product** to a target language and culture (locale). (Language International, 1998b, p. 19)

L'industrie en question, c'est l'industrie de la localisation. La localisation n'est plus l'apanage du monde de l'informatique. Une nouvelle industrie est née, et ses intervenants sentent le besoin d'en définir les termes clés. Mentionnons que la définition précitée a été dévoilée publiquement le 19 octobre 1998 par Alan K. Melby, Arle Lommel,

Sue Ellen Wright et Alison Rowles à l'occasion d'un exposé sur le LISA Education Initiative Taskforce. Selon nos recherches, il s'agit de la toute première définition proposée par la LISA.

Nous jugeons que la définition proposée par la LISA manque d'exactitude. Tout d'abord, contrairement aux définitions proposées précédemment, elle ne désigne pas précisément l'objet de la localisation. En fait, la localisation ne semble plus concerner exclusivement les produits informatiques. Comment expliquer un tel manque de précision? Comme nous l'avons vu au premier chapitre, la LISA a effectué un virage à 180 degrés à la fin des années 1990. L'association, qui s'adressait d'abord aux concepteurs de produits informatiques, a commencé à élargir sa clientèle :

We [LISA] are now ready to focus on the business and development side of what product localization means to *any* global company. [...] Each of these is now confronted by the same fundamental issue of making its product and services available in local languages on a global scale through some kind of user interface. (Language International, 1998a, p. 18)

Voilà qui explique – mais ne justifie pas – la vague définition proposée par la LISA. Il aura fallu attendre sept ans pour voir la LISA se prononcer sur le sens du concept qui sous-tend l'ensemble de ses activités. Toutefois, l'association rattrapera le temps perdu en proposant deux nouvelles définitions en l'espace de trois ans, lesquelles nous examinerons un peu plus loin.

Avant d'enchaîner, nous croyons utile de nous pencher sur le terme *locale*, qui figure dans la définition de la LISA et dans plusieurs autres définitions. Tout comme *localisation*, *locale*

provient du milieu de l'informatique et s'est introduit dans le vocabulaire d'autres disciplines, dont la traduction. D'un point de vue informatique, le terme est défini comme suit par Hall et Hudson (1997, p. 322) : « From a software production point of view locale is a combination of culture, region, language, dialect, character set, keyboard layout, data input and display conventions, and collating sequences. » D'un point de vue plus près de la traduction, Esselink (2000, p. 1) mentionne que *locale* « represents a specific combination of language, region, and character encoding. For example, the French spoken in Canada is a different locale to French spoken in France ». Pour sa part, Anthony Pym estime que le terme *locale* montre comment la terminologie de la localisation peut enrichir le discours de la théorie de la traduction : « “Locale”, for example, is a very neat word for what translation theorists have been calling “linguistic and cultural factors”, “linguaculture”, and similarly unhappy phrases. » (Pym, 2004a, p. 3)

En 2000, Bert Esselink joint les rangs d'une autre importante entreprise de localisation, Lionbridge, à titre de chef des services de consultation en globalisation. Il fait alors paraître une édition revue au titre raccourci de son ouvrage *A Practical Guide to Localization*. Il justifie le nouveau titre comme suit : « For this second edition, I have elected to omit the word “Software” from the title, because the book covers a wide variety of topics useful to people localizing and translating material in other areas, such as web sites or « traditional » documentation » (2003, Préface). La définition de *localisation* que donne Esselink est donc plus large, conséquente au titre du livre. Elle diffère légèrement de celle qu'il avait proposée en 1998 (Esselink, 2000, p. 1) : « [...] localization is the translation and adaptation of a **software or web product**, which includes the **software application** itself and **all related**

**product documentation** ». Évidemment, la principale différence concerne l'objet de la localisation. Ce ne sont plus seulement les logiciels qui sont localisés, mais aussi les produits Web et la documentation connexe. Esselink est le premier à parler de la localisation des sites Web. Certes, nous pouvons considérer cette extension de sens comme normale, puisque nous restons dans le domaine de l'informatique.

Notre liste de définitions compte trois définitions de la LISA. La deuxième est tirée de la première édition du *Localization Industry Primer*, parue en 2000 (Fry) : « Localization involves taking a **product** and making it linguistically and culturally appropriate to the target locale (country/region and language) where it will be used and sold. » Aux dires d'Arle Lommel, cette définition « is probably the most widely accepted one »<sup>30</sup>. Encore aujourd'hui, elle constitue une définition de référence, et de nombreux auteurs la citent, notamment Folaron (2006), Graham (2006, dans Mullamaa et Piñeiro), Koby et Baer (2003), Pym (2004b), Quirion (2003a) et Trincaretto (2004). Parmi eux, Esselink reprend la définition de la LISA dans la deuxième section du premier chapitre de son livre, où il définit les termes clés suivants : *internationalization*, *localization*, *globalization*, *translation* et *language engineering*. À ce sujet, dans une recension de *A Practical Guide to Localization*, Anthony Pym (2001, p. 1) critique la décision d'Esselink de citer la définition de la LISA dans son ouvrage, étant donné qu'il avait déjà défini le concept plus tôt dans son livre :

---

Although 'localization' is loosely defined as "the translation and adaptation of a software or web product" (1), this specification is then lost when adopting the definition given by the Localisation Industry Standards Association (LISA): "Localization involves taking a product and making it linguistically and culturally appropriate to the target locale (country region and language) where it

will be used and sold” (3). From ‘software’ we have gone to ‘a product’, any product; from IT engineering we have moved to global marketing.

Esselink (2003, p. 68) nous fournit tout de même une bonne explication de la définition de la LISA :

Making a product linguistically appropriate to a particular market basically means translating it, and making it technically appropriate means adjusting all product specifications to support standards in the target market. Cultural adaptations are modifications of the source text to reflect situations and examples common in the target market.

Bien qu’elle n’ait été publiée officiellement qu’en 2000, cette définition a été présentée pour la première fois en octobre 1998 à l’occasion d’une conférence à la Kent State University. Selon Arle Lommel, gestionnaire des publications de la LISA, la définition a été rédigée vers la fin de 1997 pour combler un manque. En effet, à l’époque, on employait les mots « enabled » ou « enabling » pour désigner un logiciel ayant fait l’objet d’une localisation (par exemple, « chinese-enabled software »)<sup>31</sup>.

Bien que cette nouvelle définition soit plus longue que la première, elle suscite toujours des interrogations, car l’objet de la localisation est toujours aussi vague. Quirion (2003a, p. 547) le fait remarquer :

[...] il est intéressant de noter que la définition de LISA, au contraire de celle du Comité sectoriel canadien sur l’industrie de la traduction, se contente de parler d’adaptation linguistique et culturelle sans mettre en relief les qualités informatiques des matériaux à localiser. Cette omission étonne, d’autant plus que les intérêts de LISA portent traditionnellement sur l’aspect technologique de la localisation.

---

<sup>31</sup> Communication personnelle avec Arle Lommel, le 25 octobre 2006.

Est-ce que l'omission dont parle Quirion a de quoi étonner compte tenu des nouveaux intérêts de la LISA évoqués précédemment?

Il semble que le fait qu'une des plus grandes associations de l'industrie de la localisation se prononce sur le sens du terme *localisation* ait eu une incidence sur les futures définitions proposées par divers intervenants.

Ayant déjà proposé deux définitions, Bert Esselink revient à la charge en 2002. Cette fois-ci, il s'associe avec Pierre Cadieux, alors directeur de la section Technologie du bulletin de la LISA et président de i18N Inc., pour proposer une nouvelle définition. Dans un ultime effort d'uniformisation des principaux termes utilisés dans le domaine de la localisation, Esselink et Cadieux signent un article intitulé *Feeling GILTy*. Dans cet article, paru quasi simultanément dans deux des principaux périodiques traitant de localisation, *Language International* et *The Globalization Insider*, les auteurs définissaient les termes qui forment l'acronyme GILT, à savoir *globalization*, *internationalization*, *localization* et *translation*. Tenons-nous en au terme qui nous intéresse, soit *localisation*. La définition qu'ils proposent s'éloigne des autres définitions proposées jusque-là, tant par Esselink que par d'autres auteurs. Elle a même de quoi surprendre. La voici : « Localization of a thing is adapting a **thing** to the needs of a given locale ». (Cadieux et Esselink, 2002, p. 23) À l'exception de la notion d'adaptation, nous ne pouvons tirer grand-chose de cette définition. Elle est plutôt vide de sens. Esselink nous avait proposé des définitions concrètes, selon lesquelles les logiciels, les produits Web et la documentation connexe étaient les objets de la localisation.

Maintenant, il laisse entendre que toute chose peut être localisée. Pourrions-nous attribuer ce changement à l'influence de la LISA?

En 2003, la LISA publie la deuxième édition de son *Localization Industry Primer*. Qui dit nouvelle édition dit refonte. La définition du terme *localization* n'y échappe pas : « The Localization Industry Standards Association (LISA) defines localization as “the process of modifying **products** or **services** to account for differences in distinct markets” » (Fry, 2003, p. 13). Cette deuxième édition ignore totalement la définition précédente proposée par la LISA, dont nous ne trouvons aucune trace. L'objet de la localisation est d'autant plus différent : aux produits s'ajoutent les services. Selon la LISA, la localisation consiste en la modification non seulement de produits, mais aussi de services, de manière à répondre aux besoins des utilisateurs de différents marchés.

En 2003, Bert Esselink propose une quatrième définition qui précise un peu plus sa pensée au sujet de l'objet de la localisation. Il emploie de nouveau le mot *thing*, mais ajoute, entre parenthèses, que ces choses sont surtout des logiciels : « Localisation is all about customising **things** (user manuals for products, especially **software**, and the products themselves) for a “local” audience. » (Esselink, 2003, p. 67). Si, selon Esselink, l'objet de la localisation n'était réellement que les logiciels, il aurait sans doute dit « customising software » plutôt que « customising things ».

À la barre du LRC, Reinhard Schäler (2002, p. 266), autorité dans le domaine, affirmait ce qui suit en 2002 :

Over the past 16 years the concept of localization has changed. Around 1985, when software localization as we know it emerged, it was defined as: *The adaptation of software to the requirements of a foreign market*. Today, it has to be re-defined to reflect the changing circumstances as: *The provision of services and technologies for the management of multilinguality across the global information flow*.

Cette nouvelle définition adaptée à la situation actuelle sort de l'ordinaire par rapport aux autres définitions. Schäler en vante les mérites comme suit (2004, p. 2) :

This definition goes far beyond and is, at the same time, considerably more succinct than the more "traditional" definitions, referring to localisation as the linguistic and cultural adaptation of products to the requirements of a foreign market.

La définition précédente a sans doute mené à l'élaboration de la définition officielle du LRC, que voici :

The linguistic and cultural adaptation of **digital content** to the requirements of a foreign market and the provision of services and technologies for the management of multilingualism across the digital global information flow. (Localisation Research Centre, « Localisation Glossary »)

En nous appuyant sur cette définition, nous pouvons assurément adhérer à l'idée de Schäler selon laquelle le concept de localisation a évolué. Comme la LISA, le LRC considère maintenant les services comme des objets de la localisation, mais précise que : « it [la localisation] is always and exclusively applied to **digital** matter » (Schäler, 2004, p. 2).

Donc, l'objet de la localisation n'est plus seulement le logiciel, mais concerne toujours exclusivement le domaine de l'informatique.

Nous avons également recueilli les définitions de deux autres importantes organisations de l'industrie de la localisation. Nous ne pouvons pas les dater, puisque nous les avons prises dans le site Internet des organisations. Les voici :

Describes the process of adapting a **product** to a specific international language or culture so that it seems natural to that particular region, which includes translation, but goes much farther. True localization considers language, culture, customs, technical and other characteristics of the target locale. While it frequently involves changes to the software's writing system, it may also change the keyboard usage, fonts, date, time and monetary formats. Graphics, colors and sound effects also need to be culturally appropriate. In L10N, the common abbreviation for localization, the 10 refers to the ten letters between the L and the N.

(Globalization and Localization Association, « Terminology »)

Localization is the process of creating or adapting a **product** to a specific locale, i.e., to the language, cultural context, conventions and market requirements of a specific target market. With a properly localized product a user can interact with this product using his/her own language and cultural conventions. It also means that all user-visible text strings and all user documentation (printed and electronic) use the language and cultural conventions of the user. Finally, the properly localized product meets all regulatory and other requirements of the user's country/region.

(The Localization Institute, « Terminology »)

Si nous examinons seulement la définition (à savoir la première phrase), rien ne nous permet d'affirmer que le produit en question est un logiciel. Cependant, dans les deux cas, si nous lisons plus loin, certains indices ne mentent pas. En effet, l'emploi des mots *keyboard usage*, *fonts*, *date*, *time* et *monetary formats*, dans la définition de la GALA, et l'utilisation de l'expression *user-visible text strings*, dans la définition du Localization Institute, suffisent pour comprendre que le produit est un logiciel.

Nous avons tiré deux définitions du livre *Perspectives on Localization* : la première de Donald A. DePalma, fondateur et président de Common Sense Advisory, Inc, une entreprise de localisation située aux États-Unis, et la seconde, d'Arle Lommel, gestionnaire des

publications et analyse des sondages à la LISA. Selon DePalma (2006, p. 15), la localisation est « [...] the process of adapting **software, products, documentation, or Web sites** to local market needs ». Elle concerne donc l'informatique. Pour ce qui est de Lommel (2006, p. 223), sa définition rejoint nécessairement celle de la LISA : « the process of adapting **products and associated materials** for specific markets ». Nous ne pouvons affirmer avec certitude que l'objet est informatique.

La dernière définition associée au milieu de la localisation provient de la revue *MultiLingual* (anciennement *MultiLingual Computing & Technology*). Sur son site Web, la revue se définit comme « the leading industry magazine for Web site globalization, international software development and language technology<sup>32</sup> ». Chaque numéro contient un court glossaire définissant les termes, abréviations et acronymes qui méritent d'être définis. Voici la définition de *localization* : « In this context, the process of adapting a **product or software** to a specific international language or culture so that it seems natural to that particular region. » (MultiLingual, 2006, p. 71) Dans quel contexte? En lisant la définition qui précède, nous pouvons comprendre le contexte : « Internationalization (i18n). Especially in a computing context, the process of generalizing a product so that it can handle multiple languages and cultural conventions (currency, number separators, dates) without the need for redesign. » (MultiLingual, 2006, p. 71) Nous comprenons alors que le produit est sans doute informatique.

---

<sup>32</sup> <http://fm.multilingual.com/FMPro?-DB=vendors&-lay=CGI&-format=magazine/indexMag.htm&-find>

Dans l'ensemble, les spécialistes du milieu de la localisation ne s'accordent pas. Pour certains, l'objet de la localisation est un produit de type informatique, pour d'autres, il est un produit tout court. D'autres vont même jusqu'à intégrer les services dans les éléments à localiser. Bref, une mésentente existe, et il semble qu'elle persistera.

Ironiquement, c'est l'association qui a favorisé le développement de l'industrie de la localisation qui semble avoir provoqué le débat sur le sens du terme *localisation*, débat auquel ont ensuite grandement contribué les localisateurs. C'était tout à fait légitime de leur part. Deux autres groupes ont également mis leur grain de sel dans ce débat qui ne semble plus finir. Tout d'abord, les traducteurs professionnels, puis les traductologues.

#### **4.3.3 Définitions du milieu de la traduction professionnelle**

Comme nous l'avons vu au deuxième chapitre, le traducteur est un maillon important dans la chaîne de la localisation. Malgré cela, nous n'avons recueilli qu'un faible nombre de définitions proposées par des intervenants du milieu de la traduction, surtout des praticiens. Nous avons cru nécessaire de distinguer les gens du milieu de la traduction, c'est-à-dire les praticiens, des professeurs ou chercheurs du domaine, les traductologues, la catégorie suivante. Bref, notre troisième catégorie se compose de définitions proposées par des représentants du milieu de la traduction et ne compte que quatre définitions.

La vague de la localisation a atteint le Canada vers la fin des années 1990. En 1999, un comité formé de représentants du milieu de la traduction au Canada dépose son rapport final, dans lequel étaient examinées de nombreuses questions liées à l'avenir du secteur de la

traduction au pays. Il s'agit du Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction, qui semble avoir été le premier à proposer une définition de *localisation* au Canada. Dans son rapport, le Comité (1999, p. 48) abordait notamment le secteur de la localisation, laquelle était définie comme suit : « l'adaptation à une langue et une culture étrangères de **logiciels et de documents techniques accompagnateurs** ». À première vue, nous pourrions croire que le Comité, contrairement à plusieurs autres, n'a pas subi l'influence de la LISA, car sa définition concorde avec celles des spécialistes du milieu de l'informatique. Les objets de la localisation sont les logiciels et les documents connexes. Toutefois, en feuilletant les pages du rapport, nous constatons une contradiction dans les propos du Comité. Soudainement, il élargit le concept de localisation, plus précisément l'objet de la localisation : « Il existe différentes formes de localisation : logiciels, documentation (information de produits, brochures, manuels d'entretien, matériels de formation), vidéo (publicité, formation) et emballages (contenants, étiquettes) » (1999, p. 62). La définition proposée précédemment ne tient plus. La localisation englobe beaucoup plus que les logiciels et leurs documents accompagnateurs. Elle porte également sur un nouvel objet : la vidéo. Le concept semble s'être élargi. Puis, le Comité ajoute : « On assistera dans les années à venir à l'élargissement du concept de localisation à diverses formes de communication. » (1999, p. 62) L'élargissement du concept se serait-il produit à l'insu des membres du Comité? Le Comité est toutefois muet au sujet de ces diverses formes de communication.

Comme nous l'avons mentionné à la section 4.6.1, le livre *Translating Into Success: Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age* est paru en 2000. Sous la direction de Robert C. Sprung, à l'époque président de Harvard Translations, une entreprise de traduction

technique américaine, le livre présente plusieurs études de cas, dont la plupart ont trait à la localisation. Dans l'introduction, Sprung (2000, p. x) définit comme suit la localisation :

Taking a **product** (ideally, one that has been internationalized well) and tailoring it to an individual local market (e.g., Germany, Japan). "Localization" often refers to translating and adapting software products to local markets.

Nous comprenons que l'emploi de l'adverbe *often* implique que la localisation ne concerne pas seulement les logiciels. Il nous suffit de lire quelques pages plus loin pour comprendre la vision qu'a Sprung de la localisation. Bien qu'il renvoie souvent à la traduction et à l'adaptation de produits logiciels, le concept de la localisation est bien plus large. Sprung donne, en exemple, les fabricants d'automobiles qui doivent localiser leurs produits en fonction du pays où ils seront utilisés : « The decision to actually make a given batch of cars left-steering would be a case of localization. » (2000, p. xvii). Nous sommes très loin des premiers objets de la localisation : les logiciels. Pour Sprung, les automobiles peuvent être des objets de la localisation. Voici son explication (Sprung, 2000, p. xvii) :

Localization is most commonly associated with the software industry, since it is one of the largest consumers of such services. However, we define it more broadly, to include the adaptation of any **good** or **service** to a target market, since the principles applied in both cases are similar.

Selon Sprung, la localisation est l'adaptation de tout bien ou service à un marché cible, comme le démontre son exemple portant sur les automobiles. Toutefois, les autres auteurs qui ont contribué à l'ouvrage ne semblent pas se rallier à l'opinion de Sprung, car la plupart considèrent les produits informatiques comme objets de la localisation. Les définitions de Brooks et de Thibodeau vues précédemment en sont la preuve.

Pour terminer l'analyse des définitions de traducteurs, nous présentons une définition d'un traducteur travaillant dans une entreprise de localisation de logiciels, Olivier André, et celle d'une ancienne gestionnaire de projets au Bureau de la traduction du gouvernement du Canada, Lucie Langlois.

[...] l'adaptation d'un **logiciel** ou d'un **matériel informatique** dans une langue étrangère tout en tenant compte des spécificités culturelles du marché cible. (André, 2000, p. 32)

[...] the linguistic and cultural adaptation of a **technical product** to a target locale. (Langlois, 2002, p. 262)

Ces définitions désignent toutes les deux la localisation comme l'adaptation linguistique et culturelle d'un produit informatique. Langlois précise dans son texte que le *technical product* peut être une application, un site Web, un jeu vidéo, etc.

Nous constatons que, même chez les traducteurs, l'objet de la localisation ne fait pas l'unanimité. Pour certains, il s'agit de l'adaptation de produits informatiques, pour d'autres, c'est simplement de l'adaptation de produits, peu importe la nature du produit.

Découvrons à présent comment le milieu de la traductologie perçoit le concept de localisation.

#### 4.3.4 Définitions du milieu de la traductologie

Le milieu universitaire de la traduction, particulièrement au Canada, a mis passablement de temps à s'intéresser à la localisation. Pourtant, aujourd'hui, nul ne peut nier le rôle important que joue le traducteur dans la chaîne de la localisation. Après quelques années, la localisation

a finalement fait son entrée dans le discours de la traduction. Toutefois, les professeurs de traduction ne partagent pas tous la même opinion quant à l'objet de la localisation. En effet, c'est dans cette catégorie que nous remarquons le plus d'avis divergents. Nous avons ici regroupé 17 définitions proposées par des gens du milieu de l'enseignement de la traduction d'un peu partout sur la planète. Voyons comment se dessine le portrait.

Un des premiers traductologues à plonger dans l'univers de la localisation est Anthony Pym, qui a tout de suite perçu la localisation comme un secteur d'activité lucratif pour les futurs traducteurs. Professeur à la Universitat Rovira I Virgili, en Espagne, Pym est sans contredit un des traductologues les plus intéressés au phénomène de la localisation. Il compte à son actif un grand nombre de publications sur le sujet, dont une monographie, *The Moving Text: Localization, translation and distribution*. Bien qu'il ait publié un premier texte en 1999, il faut attendre en 2002 pour connaître le sens général que donne Pym au terme *localisation*. Selon lui, *localisation* « is a buzzword for the translation and adaptation of **documents** to meet the requirements of new “locales” (country/regions and languages), especially in the fields of software and websites » (Pym, 2002a, p. 1). La localisation, un *mot en vogue* qui désigne la traduction et l'adaptation de documents, mais surtout dans le domaine des logiciels et des sites Web. Nous insistons sur le fait que pour Pym, les objets de la localisation sont des documents.

Il faut dire que Pym a une vision bien particulière de la localisation, qu'il la considère comme un moyen d'enrichir le discours de la traductologie (2005, p. 4) :

“Localization”, as the adaptation of an internationalized text to a particular locale, covers everything that theorists of translation have been trying to legitimize for several decades, incorporating extensive rewriting as part of standard cross-language transfer. As such, it should be viewed as a potentially useful addition to the vocabulary of Translation Studies, if and when it is not given to belittling the concept of “translation” itself.

Donc, Pym tient à faire entrer le terme *localisation* dans le discours des traductologues, mais sous un tout nouveau sens. Deux autres définitions de Pym répertoriées abondent dans le même sens.

[...] the processes by which a generic (“international”) **product** is adapted to the requirements of a “locale”, a place with a specific union of cultural and linguistic features. (Pym, 2002b, p. 3)

[...] a general set of discourses informing cross-cultural **text** production and adaptation in the fields of software, product documentation, web technology, and some international news services. (Pym, 2006, p. 1)

En 2003, le Intercultural Studies Group de la Universitat Rovira i Virgili, Anthony Pym en tête, organise une conférence en direct sur la localisation et la formation des traducteurs, *Localization and Translator Training*. La conférence réunit quelque 530 participants, qui ont débattu sur des textes soumis par des représentants d'écoles de traduction des quatre coins de la planète. Ces derniers étaient invités à répondre à une liste de questions, dont la suivante qui nous intéresse tout particulièrement : « What, for you, is meant by “localization” and the “localization industry”? » Pourquoi poser une telle question? Sûrement parce que le milieu de l'enseignement universitaire en traduction ne s'entend pas sur le sens du terme *localisation* et tient à le clarifier. Les réponses à cette question sont finalement publiées trois ans après la tenue de la conférence dans *Translation Technology and its Teaching*, paru sous la direction d'Anthony Pym, d'Alexander Perekrestenko et de Bram Starink. En fin de compte, les réponses fournies par les participants montrent que la perception du terme varie

d'un auteur à l'autre. Aucun ne définit la localisation de la même manière. Certes, nous constatons certaines similitudes, mais des différences marquées aussi. Voici donc les diverses définitions tirées des réponses à la question posée en 2003 et de diverses séances de discussion tenues à l'occasion de la conférence. Nous présenterons les définitions en deux volets. Nous commencerons par les définitions qui désignent l'objet de la localisation comme étant un produit informatique. Puis, nous énumérerons ensuite les autres définitions qui, selon nous, donnent un tout nouveau sens au terme *localisation*.

[...] the interdisciplinary process of adapting an **electronic product (software, website, Help file, CD, etc.)** to the needs or expectations of a specific target audience (group of users, country, etc.). (Drouin, 2006, p. 49)

[...] the concept [which] involves the convergence of language and technology, necessary to adapt any kind of **digital content (software, websites, portals, online support systems, etc.)** to a given target locale. (Bravo et Enríquez, 2006, p. 55)

Localization can be seen as an industrial process applied to **content** that is predominantly in **digital form** and needs to be adapted to target requirements. (O'Hagan, 2006, p. 39)

Ces trois définitions lient la localisation aux nouvelles technologies, à savoir les produits électroniques et le contenu numérique. Dans la première définition, Patrick Drouin, professeur à l'Université de Montréal, donne des exemples de produits électroniques pouvant être localisés : les logiciels, les sites Web, l'aide en ligne et les CD-ROM. Dans la deuxième définition, Vanessa Enríquez, du Intercultural Studies Group, est, elle aussi, claire quant à l'objet de la localisation. Il s'agit bien de contenu numérique, par exemple les logiciels, les sites Web, les portails et les systèmes d'aide en ligne. Enfin, la définition de Minako O'Hagan, de la Dublin City University en Irlande, laisse entrevoir la possibilité d'une extension de l'objet de la localisation avec l'emploi de l'adverbe *predominantly*.

Jetons maintenant un coup d'œil à la deuxième série de définitions tirées de la conférence *Localization and Translator Training*. Contrairement aux définitions précédentes, celles-ci ne sont pas aussi précises en ce qui concerne l'objet de la localisation.

[...] the process of adapting **anything** to a target locale. (Clark *et al.*, 2006, p. 45)

[...] translation PLUS any number of changes to the necessarily **composite material** to be “localized”. (Gouadec, dans Bravo et Enríquez, 2006, p. 55)

[...] the preparation of a **text** or **part text** for insertion in documentation for the locale in question. (Graham, dans Mullamaa et Piñeiro, 2006, p. 60)

[...] localization is the translation of the new age. (Oliver, dans Mullamaa et Piñeiro, 2006, p. 60)

[...] adapting a **text** (or a **product**) to a local audience [...] (Sandrini, dans Mullamaa et Piñeiro, 2006, p. 57)

Ces définitions, quoique intéressantes, ne nous aident pas à atteindre notre objectif, c'est-à-dire clarifier l'objet de la localisation. Tout d'abord, Bob Clark, Jo Drugan, Tony Hartley et Daming Wu, de la University of Leeds, au Royaume-Uni, proposent une définition qui n'est pas sans rappeler la définition de Bert Esselink et de Pierre Cadieux. Selon eux, la localisation s'applique à toute chose (*anything*) qui doit être adaptée à un groupe particulier.

Daniel Gouadec est l'auteur de la deuxième définition. Comme nous l'avons vu au troisième chapitre, Gouadec emploie bien malgré lui le terme *localisation*. Il l'emploie, pour ainsi dire, par défaut. La définition qu'il propose semble refléter sa vision de la localisation, c'est-à-dire d'abord de la traduction, puis des opérations techniques. Gouadec ne dit mot sur l'objet de la localisation, sauf qu'il s'agit d'un *composite material*.

John Graham, de la BDU, à Stuttgart, et Peter Sandrini, de la University of Innsbruck, formulent des définitions qui rejoignent la vision de Pym. Selon eux, les objets de la localisation sont des textes. Sandrini semble hésiter à considérer les produits comme des objets de la localisation, comme le démontre l'emploi des parenthèses.

Enfin, Jim Oliver propose une définition qui, sans établir l'objet de la localisation, nous permet de connaître sa vision bien particulière de la localisation. Selon lui, la localisation n'est rien d'autre que de la traduction, la traduction du XXI<sup>e</sup> siècle. Autrement dit, elle s'applique à tout type de matériau.

En 2004 sortait le collectif *La localisation : Problématique de la formation* qui, comme son titre l'indique, portait sur l'aspect enseignement de la localisation. Parmi les participants, Mathieu Guidère (2004, p. 75), pour qui localiser, c'est :

[...] adapter un **produit (site Web perçu comme une vitrine promotionnelle de l'entreprise, aide ou bande défilante en ligne, brochure promotionnelle, etc.)** afin de le rendre conforme à l'attente du public d'accueil à la fois du point de vue linguistique et du point de vue culturel.

Cette définition peut sembler particulière; c'est pourquoi nous devons la placer en contexte. D'abord, il importe de préciser que le domaine d'intérêt de Guidère est la publicité. Or, la localisation telle que définie par Guidère est une localisation dite publicitaire, qui (2004, p. 74) :

[...] consiste à adapter une communication commerciale à un *locus* (région, pays, continent) en prenant en charge la totalité du processus d'adaptation. Cela signifie que le traducteur est maître d'ouvrage pour l'intégralité du message et qu'il est responsable à la fois de la traduction du texte, des retouches éventuelles de l'image qui l'accompagne et de la mise en forme finale de la communication publicitaire (ajustements éventuels du texte et de l'image).

Ce qui différencie la localisation publicitaire de l'adaptation publicitaire, c'est le volet technologique. Il n'en demeure pas moins que Guidère attribue un nouveau sens au concept de la localisation.

Malgré tous ces nouveaux sens attribués au terme *localisation*, nous trouvons encore des professeurs de traduction, outre ceux déjà mentionnés, pour qui les objets de la localisation sont des produits informatiques. C'est le cas de Joan Parra (2000, p. 243), professeur à la Universitat Autònoma de Barcelona, qui considère la localisation comme « the process of producing specific versions of **software programs** for use in markets other than those for which the original was developed ». De même, Jean Quirion, professeur à l'Université du Québec en Outaouais, pour qui la localisation « consiste en l'adaptation de **produits informatiques**, notamment des **logiciels**, et de leurs **documents accompagnateurs** à une langue et à une culture étrangères [...] » (Quirion, 2002, p. 1).

En 2003, ce même Quirion a publié *La formation en localisation à l'université : pour quoi faire?* dans la revue *Meta*. Il n'y proposait pas de définition de son cru, mais renvoyait à deux définitions déjà mentionnées : celle du Comité sectoriel de l'industrie de la traduction au Canada et celle de la LISA de 2000. Quirion ne cache pas sa préférence pour la première définition, car il estime que la définition de la LISA n'est pas assez précise. Il précise (Quirion, 2003a, p. 547) :

Afin d'assurer une clarté maximale à la notion discutée, précisons que la localisation porte sur des logiciels, des cédéroms, des ordinateurs de poche, des pages Web, etc. Il paraît clair qu'elle renvoie explicitement à des produits informatiques, quels qu'ils soient; si l'on évacue cette composante technologique, on se retrouve alors dans une situation familière, celle de la traduction traditionnelle, avec son lot d'adaptations.

Il est clair que, pour Quirion, l'objet de la localisation est un produit informatique.

À l'instar de leurs collègues, Renate De la Paix, responsable du DESS CIMM, option CAWEB à l'Université March Bloch à Strasbourg, et Marie-Christine Aubin, du Collège universitaire Glendon, parlent de produits de type informatique : « Adaptation technique, linguistique et culturelle d'un **produit informatique** dans une langue étrangère » (De la Paix, 2003, p. 192) et « [...] l'adaptation, à des publics ciblés, de **produits informatisés : logiciels, progiciels, didacticiels, jeux vidéo, sites Web** » (Aubin, 2006, p. 7).

Enfin, Keiran J. Dunne, professeur à la Kent State University, présente dans le texte introductif de *Perspectives on Localization* une définition qui, de son propre aveu, s'inspire de celle de la LISA (2000) et de celle de Pierre Cadieux et de Bert Esselink. Nous considérons cependant la définition de Dunne plus précise que ces deux définitions, puisqu'elle qualifie l'objet de la localisation. Voici la définition en question : « The process by which **digital content and products** developed in one locale (defined in terms of geographical area, language and culture) are adapted for sale and use in another locale. » (Dunne, 2006, p. 4)

Somme toute, nous pourrions qualifier la question de l'objet de la localisation auprès des traductologues comme suit : c'est le désordre des idées. Cette quatrième catégorie comptait non seulement le plus grand nombre de définitions, mais aussi le plus d'avis contraires. Nous avons remarqué chez certains le souci de clarifier le sens du terme *localisation*, mais leurs efforts ne semblent pas avoir produit les résultats escomptés, comme le démontre la vaste

gamme de définitions vue dans cette section. La localisation s'applique à des textes, à des produits informatiques, à des produits de toutes sortes, bref, à une foule de choses.

Restons dans le domaine de l'enseignement pour la prochaine catégorie.

#### 4.3.5 Définitions du milieu de l'enseignement

Nous avons jugé intéressant de découvrir comment les établissements qui offrent des programmes de formation en localisation définissent la localisation. Nous avons donc consulté les sites Web des programmes énumérés à l'annexe A pour découvrir la définition proposée par chacun des établissements. Malheureusement, nous n'avons trouvé que les six définitions suivantes :

The term "software localization" describes the process of altering **software products** and **web services** (including **embedded systems**) for marketing to people who speak languages other than English. (Austin Community College)

Localization (L10N) is the process of adapting **products** and **services** (**web sites documents, manuals** and **software application**) in accordance to linguistic, cultural, technical and other locale-specific requirements of the target market. (California State University, Chico)

La localisation est l'ensemble des opérations de traduction et d'adaptation à la société d'accueil d'un **contenu numérique**. (Université Concordia)

La localisation, telle qu'elle est définie par l'Association LISA (Localization Industry Standards Association), consiste à adapter un **produit** (dans bien des cas un **logiciel** ou un **composant informatique matériel**) aux particularités linguistiques, culturelles et autres d'un environnement ou d'un marché cible donné. Cette activité implique généralement d'utiliser des outils informatiques spéciaux. (Université de Montréal)

La localisation, c'est l'adaptation à une langue et à une culture étrangère des **logiciels** et des **documents techniques** qui les accompagnent. (Université du Québec en Outaouais)

Software Localisation is the adaptation of **computer software packages** and their **associated documentation** to suit the requirements of different languages. (University of Limerick)

Bien qu'ils emploient différents termes pour les désigner, les établissements d'enseignement considèrent toujours les produits dits informatiques comme objets de la localisation. Les définitions de l'Université de Montréal et de la California State University sont cependant moins précises que les quatre autres; elles emploient les parenthèses pour préciser le type de produits généralement concernés par la localisation. Il reste que les établissements d'enseignement ne semblent pas avoir été influencés par tout le débat entourant le sens du concept de localisation. Les cours offerts dans le cadre des différents programmes sont le reflet de la vision « traditionnelle » de la localisation. Citons, en exemple, les cours du DESS en localisation de l'UQO offerts en 2006-2007. Voyons d'abord les objectifs du programme (Université du Québec en Outaouais, « 3201 Diplôme d'études supérieures spécialisées en localisation ») :

L'objectif fondamental du programme est de permettre aux étudiantes et étudiants d'acquérir une connaissance approfondie des notions, des principes et des techniques nécessaires à ces activités langagières spécialisées que sont la localisation et la rédaction hypermédia. La localisation se conçoit comme un prolongement des activités de traduction et de rédaction, car il s'agit fondamentalement de récrire un contenu dans une autre langue en tenant compte des spécificités culturelles des nouveaux lecteurs cibles ainsi que de **l'environnement informatique**. La rédaction hypermédia, quant à elle, cumule les potentialités du texte simple et de l'hypertexte. Localisation et rédaction hypermédia se présentent ainsi comme les deux facettes complémentaires d'un véritable savoir expert langagier.

L'environnement informatique est à la base des cours, qui sont répartis en trois blocs. Le premier bloc comprend trois cours dits « de base » : *Communication, culture, société et hypermédia*, *Environnement technologique et localisation* et *Éléments de programmation*. Voici le contenu des deux derniers cours du premier bloc, qui montre bien la tendance technologique du programme (Université du Québec en Outaouais, idem) :

Fondements de la localisation : concepts et techniques. Principaux systèmes d'exploitation, caractéristiques et fonctionnement. Notion de réseau. Résolution de problèmes en situation. Normes. Jeux de caractères et types de fichiers.

Présentation des principaux éléments de programmation et de leurs principes. Compréhension de ces éléments, du fonctionnement de logiciels et des composants d'un document Internet. Structure de la documentation logicielle et de l'interface utilisateur de produits informatiques.

Vient ensuite le deuxième bloc, « Localisation », qui compte deux cours : *Méthodologie et outils de la localisation I et II*. Enfin, le troisième bloc s'intitule « Rédaction hypermédia » et comporte lui aussi deux cours, à savoir *Méthodologie et outils de la rédaction hypermédia I et II*. Pour compléter leur formation, les étudiants doivent effectuer un stage et choisir un cours optionnel parmi les suivants : *Conception et rédaction de sites Web, Planification et contrôle opérationnels de projet* et *Sujets d'intérêts en localisation*. Bref, il est clair que le programme porte sur la localisation de produits informatiques.

Parmi les six programmes susmentionnés, deux font explicitement référence à la localisation de logiciels (ceux du Austin Community College et de la University of Limerick), comme s'il existait d'autres types de localisation. L'ensemble des définitions analysées jusqu'à présent nous laisse croire que c'est effectivement le cas. Enfin, notons que les deux établissements d'enseignement américains traitent de la localisation des services (comme la LISA et le LRC).

Dans les deux prochaines sections, nous examinerons des définitions tirées de sources lexicographiques et terminologiques.

#### 4.3.6 Définitions de sources lexicographiques

Quiconque souhaite connaître le sens d'un mot consulte d'abord un dictionnaire. C'est ce que nous avons fait pour les besoins de notre recherche. Nous avons consulté les éditions récentes de quelques dictionnaires de langue français et anglais pour trouver des définitions de *localisation*. Voici les dictionnaires consultés : *Le Petit Larousse illustré* (2006), *Le Petit Robert* (2007), le *Multidictionnaire de la langue française* (2003), le *Grand Robert* (2001), le *Merriam Webster's Collegiate* (2004), le *Collins COBUILD English dictionary for advanced learners* (2001), le *Oxford American Dictionary and Thesaurus* (2003), le *Canadian Oxford Dictionary* (2004) et le *Encarta Webster's Dictionary of the English Language* (2004). Précisons que nous cherchions à trouver le nouveau sens du mot *localisation*, un sens différent de ceux présentés à la section 3.1.

Nous avons été surpris de constater que, parmi tous les dictionnaires, seulement deux attribuent un sens nouveau à *localisation* : le *Multidictionnaire* et le *Petit Larousse*. Nous pouvons en déduire que *localisation* est toujours considéré comme appartenant à un domaine de spécialité. Que disent ces deux dictionnaires au sujet de la localisation?

Tout d'abord, du côté du *Multidictionnaire de la langue française*, *localisation* fait son entrée dans la 4<sup>e</sup> édition de l'ouvrage, qui date de 2003. Quatrième entrée de l'article, *localisation* est considéré comme un néologisme et est défini comme suit : « Adaptation d'un **produit** à un contexte particulier, à une culture déterminée » (de Villers, 2003, p. 875). Voici l'exemple fourni sous la définition : « La localisation d'un disque multimédia destiné à divers marchés. » Mis à part l'exemple, nous ne trouvons aucune précision quant au domaine

de spécialité associé à la localisation. Donc, selon le *Multidictionnaire*, la localisation s'applique à tout type de produit.

En ce qui concerne le *Petit Larousse*, l'article *localisation* compte deux définitions qui nous intéressent. La première attribue un sens général au mot (Jeuge-Maynard *et al.*, 2006, p. 639) : « Adaptation d'un **produit**, d'une **activité productrice** ou **commerciale** à une zone géographique en fonction de différents facteurs naturels, techniques, économiques, culturels et sociaux. » La seconde y attribue un sens spécifique : « Spécial. Action de localiser un **produit multimédia (cédérom, DVD)** dans un pays étranger. » Que devons-nous conclure de ces deux définitions? La fin du débat sur le sens du terme *localisation*? Car, selon le *Petit Larousse*, le terme *localisation*, malgré une légère extension, conserve son sens d'origine en informatique et fait maintenant partie de la langue générale. Était-ce le destin du terme?

Comme les recherches dans les dictionnaires de langue générale n'ont pas été concluantes, nous nous sommes tourné vers les sources terminologiques.

#### 4.3.7 Définitions de sources terminologiques

Notre dernière catégorie comprend des définitions tirées de sources terminologiques. Pour l'établir, nous avons consulté trois grandes banques terminologiques et trois dictionnaires spécialisés de traduction. En bout de ligne, nous avons trouvé deux définitions, qui forment la dernière catégorie.

Comme leur nom l'indique, les banques de données terminologiques sont axées sur les termes. Nous avons donc bon espoir d'y trouver des définitions de *localisation*. Nous avons commencé par consulter Termium Plus, la base de données terminologiques et linguistiques du gouvernement du Canada. Nous étions curieux de savoir comment le Bureau de la traduction définit le terme *localisation*. À notre grande surprise, le Bureau ne propose pas de définition originale, mais reprend plutôt la première définition proposée par Bert Esselink en 1998. Il se permet même de la traduire pour créer la fiche française du terme : « Processus d'adapter et de traduire une **application logicielle** dans une autre langue de façon à ce qu'elle convienne linguistiquement et culturellement à un marché local particulier. » (Bureau de la traduction) Nous sommes d'autant plus surpris d'observer qu'aucune source n'indique la provenance de la définition, qui selon nous, est plutôt restrictive. En effet, le terme *application logicielle* limite les objets de la localisation possibles. Par exemple, les sites Web ne font pas partie des objets localisés.

Du côté du Grand dictionnaire terminologique (GDT), de l'Office québécois de la langue française, le terme *localisation* a d'abord été défini pour la première fois en 2004. Voici la définition : « Adaptation d'un **produit**, sur les plans linguistique, culturel, ergonomique, religieux, etc., pour un groupe cible qui appartient à une zone géographique précise. » (Office québécois de la langue française) En 2006, une nouvelle définition vient remplacer la première. Plus courte, elle se lit comme suit : « Adaptation d'un **produit** selon les besoins particuliers d'une clientèle cible appartenant à une zone géographique précise. » (Office québécois de la langue française) Pour connaître le type du produit, nous devons nous reporter aux domaines de la fiche terminologique, c'est-à-dire commerce et informatique.

Hors de ces deux domaines de spécialité, le terme perd tout son sens. Donc, le produit est nécessairement de type informatique. Par ailleurs, les notes de la fiche nous fournissent des détails intéressants sur l'objet de la localisation : « Comme la localisation concerne presque exclusivement les logiciels, les termes français *localisation de logiciels* et anglais *software localization* et *software location*, quoique plus précis, sont redondants. » (Office québécois de la langue française). Or, jusqu'à présent, notre analyse nous a permis de constater que la localisation ne semble plus concerner exclusivement les logiciels et qu'il y aurait lieu, comme certaines universités le font, de préciser le type de localisation. Nous croyons que la fiche du GDT devrait être mise à jour de manière à dire que la localisation concerne « notamment » les logiciels.

Enfin, nous nous sommes tourné vers l'Europe pour consulter une troisième banque terminologique, la Inter Active Terminology for Europe (IATE). Résultat de la fusion de cinq banques de données (Eurodicautom, TIS, Euterpe, Euroterms et CDCTERM), la IATE est, depuis 2004, la nouvelle de banque de données terminologiques interinstitutionnelle de l'Union européenne. D'après les résultats de nos recherches, il semble que la IATE soit davantage un outil d'équivalence terminologique qu'une banque de données terminologiques. En effet, nous y avons cherché les termes *localization* et *localisation* en anglais et *localisation* en français. Nous avons obtenu respectivement 28, 41 et 259 fiches pour chaque terme. Ces fiches n'étaient évidemment pas toutes pertinentes, car elles portent sur divers domaines. Nous avons trouvé les fiches anglaises et françaises du domaine qui nous intéressait, soit *Information technology and data processing*. Cependant, ni la fiche anglaise ni la fiche française ne proposent de définitions du terme. Nous avons tout de même

trouvé un élément intéressant, à savoir la date de création de la fiche (01/02/1988). Il nous a fallu consulter la fiche espagnole pour trouver une définition du terme... en anglais! La définition citée est celle de Fergus Geraghty, que nous avons vue à la section 4.3.1.

Nous avons finalement consulté une dernière source terminologique, soit les dictionnaires spécialisés de traduction. Comme nous l'avons vu à la section 1.7, le milieu de la traduction a mis du temps à s'intéresser à la localisation. Cet intérêt tardif semble se refléter dans les dictionnaires portant sur la traduction. En effet, comme le souligne Pym (2004b, p. 29), ni le *Dictionary of Translation Studies* de Shuttleworth et Cowie ni la *Encyclopedia of Translation Studies* de Routledge ne proposent de définition du terme *localisation*. Du côté francophone, l'ouvrage *Terminologie de la traduction*, collectif paru en 1999 sous la direction de Jean Delisle, Hannelore Lee-Jahnke et Monique C. Cormier, ignore également le terme *localisation*. Ces dictionnaires ne nous sont donc d'aucune utilité.

On constate donc que les sources terminologiques situent le terme *localisation* dans le domaine de l'informatique. On peut logiquement en conclure que l'objet du processus de localisation est de type informatique.

#### **4.4 Discussion**

Que pouvons-nous conclure de l'analyse des 55 définitions du terme *localisation*? Certainement une foule de choses. Nous commencerons par faire une synthèse des éléments importants de l'analyse. Puis, nous aborderons un point qui, bien qu'il n'ait pas fait l'objet de

notre analyse, est tout de même intéressant. Il s'agit d'une notion qui revient constamment dans l'ensemble des définitions analysées : l'adaptation.

#### **4.4.1 Éléments importants de l'analyse**

Notre analyse nous a permis de démontrer au moins une chose : la question de l'objet de la localisation n'est pas réglée. Elle suscite des opinions divergentes non seulement entre les spécialistes des différents domaines d'activité, mais aussi parmi les spécialistes d'un même domaine. Seul le milieu de l'informatique est resté fidèle au sens du concept d'origine au fil des années, la preuve étant que les deux définitions proposées par Microsoft sont quasi identiques. Certes, nous constatons une légère extension du concept, mais l'objet demeure dans le domaine de l'informatique. Bref, selon les spécialistes en informatique, on localise des programmes, des logiciels, du matériel informatique et de la documentation connexe aux produits.

Dans les milieux de la localisation, de la traduction et de la traductologie, le concept de localisation, particulièrement en ce qui a trait à l'objet de la localisation, est loin d'être sans équivoque. Nous constatons tant des avis similaires que des avis opposés parmi les spécialistes de ces trois secteurs. Les spécialistes du milieu de la localisation ont pris un concept aux contours clairs, se l'ont approprié, puis l'ont embrouillé, si bien qu'aujourd'hui, le concept de localisation est flou. Nous avons dressé un tableau qui présente la répartition des objets de la localisation dans ces trois domaines d'activité. Il démontre bien la mésestante :

	Milieu de la localisation	Milieu de la traduction professionnelle	Milieu de la traductologie
Logiciel	7	2	1
Matériel informatique		1	
Produit	6	1	2
Produit Web	2		
Chose	2		1
Service	1		
Contenu numérique	1		3
Documentation	2	1	1
Produit informatique		1	5
Texte			3

**Tableau 4.1** Objets de la localisation par domaine d'activité

Il semble que le logiciel soit toujours considéré comme le principal objet de la localisation. Parmi les auteurs des trois domaines d'activité, le logiciel est l'objet qui revient le plus souvent (10 occurrences). Vient ensuite le produit de toute sorte (9 occurrences). Puis, au troisième rang, nous trouvons le produit informatique (6 occurrences), qui se veut en quelque sorte une combinaison des deux premiers. Il est plus restrictif que le logiciel, mais plus précis que le simple produit. Il englobe tous les types de produits informatisés : les logiciels, les progiciels, les didacticiels, les jeux vidéos, les sites Web, etc.

Pour trois spécialistes (deux en localisation et un en enseignement de la traduction), toute chose peut être localisée. Nous avons vu, par exemple, que les automobiles doivent être localisées pour répondre aux exigences des marchés internationaux.

Trois spécialistes du milieu de l'enseignement de la traduction considèrent que les textes peuvent être localisés. Mais la localisation de textes, n'est-ce pas de la traduction? Est-ce que

la définition proposée par Oliver mettrait fin à toutes les discussions sur le sens du concept de localisation? Rappelons que, selon ce dernier, la localisation est « the translation of the new age » (Oliver, dans Mullamaa & Piñeiro, 2006, p. 60).

En dépit du désaccord existant quant à l'objet de la localisation, les spécialistes des différents domaines semblent s'entendre sur un point : la localisation est une forme d'adaptation.

#### **4.4.2 La localisation : un processus d'adaptation**

Malgré la confusion générale qui règne par rapport à l'objet de la localisation, quatre notions reviennent généralement dans les définitions : la langue, la culture, la technologie et l'adaptation. La majorité des auteurs s'entendent sur le fait que la localisation est un processus d'adaptation. En effet, les 3/4 des définitions (41 sur 55) comportent la notion d'adaptation, qui se présente sous diverses formes (*adapting, to adapt, adaptation, adapted* et *adapter*). De plus, dans 18 définitions, le mot *adaptation* est l'incluant. Donc, nul doute que la localisation est une forme d'adaptation. L'Office québécois de la langue française avait même proposé l'équivalent *adaptation locale* pour rendre l'anglais *localization*. Si l'on fait abstraction du produit, la localisation consiste simplement à adapter un produit aux attentes d'un groupe de destinataires particuliers. Alors pourquoi ne pas employer le terme *adaptation* au lieu de *localisation*? L'objectif de la présente section n'est pas de trouver réponse à cette question, qui pourrait faire l'objet de travaux ultérieurs.

Mais en quoi l'adaptation diffère-t-elle de la traduction? Certains voient une différence bien marquée entre les deux disciplines et justifient l'emploi du terme *localisation* précisément

par cette différence : « The use of the term localization is intended to make clear that this is not just a question of translation in its narrower sense, i.e. the transfer of texts, but of adapting the entire product to the sociocultural conditions and formal requirements of the foreign market. » (Freigang, dans Wilss, 1999, p. 229) Thibodeau (2000, p. 127) abonde dans le même sens :

Creating a version of a program that is appropriate for a group of users in a particular part of the world entails not only translating text into the target group's language, but also recognizing relevant aspects of the locale culture. Since "localize" means to adapt for a specific locale, it is more accurate than "translate".

Mais de l'adaptation, n'est-ce pas ce que font les traducteurs? Il semble que ce soit l'avis de Biau Gil et de Pym (2006, p. 14) : « Translation scholars, on the other hand, might argue that localization is only a fancy name for the act of adapting a text for a specific target readership, which is something translators have been doing for millennia. » Et Quirion (2002, p. 3) en rajoute :

Pour plusieurs, si la localisation n'est pas considérée comme une supercherie, du moins est-elle abordée avec suspicion. Car la localisation pouvant être définie comme une forme d'adaptation culturelle, les universitaires clament que c'est précisément ce qu'enseignent depuis toujours les programmes de traduction.

Toutefois, l'industrie de la localisation ne semble pas réserver la tâche d'adaptation aux traducteurs. D'autres spécialistes s'en occupent (Pym, 2002b, p. 4) :

The natural-language strings requiring translation are leveraged out from the rest of the product codes. They are then usually sent to people who just translate, and who only receive pay for just translating. The adaptive and more lucrative parts of localization projects go to specialists in alternative modes of mediation.

Enfin, malgré le fait qu'il désigne sensiblement la même notion que le terme *adaptation*, le terme *localisation* semble bien implanté dans la langue française. Quirion (2003a, p. 547) laisse même présager la possibilité que *localisation* supplante *adaptation* dans le sens d'adaptation locale, mais rappelle que, pour l'instant, la localisation renvoie exclusivement aux produits informatiques :

Ainsi, on traduit les aventures de Harry Potter de l'anglais au français, en adaptant plus ou moins (les noms des lieux et des personnages, par exemple). À la limite, un traducteur pourrait sans doute aller jusqu'à dire, par extension de sens, qu'il localise pour le Québec les péripéties de Harry Potter si, par exemple, il en déplace l'action de la Grande-Bretagne au Québec. Cependant, l'usage, à l'heure actuelle du moins, réserve encore « adaptation » pour désigner ce « procédé de traduction qui consiste à remplacer une réalité socioculturelle de la langue de départ par une réalité propre à la socioculture de la langue d'arrivée convenant au public cible du texte d'arrivée » (Delisle et al., 1999 : 9). Au sens propre, localiser ne devrait s'employer que pour les marchandises électroniques de la vaste gamme d'articles dérivés du célèbre personnage, comme les jeux vidéo. Bien sûr, ces derniers ne feront pas l'objet d'une adaptation différente du livre, mais l'interface, les commandes, les boutons et autres matériaux seront localisés.

## Chapitre 5 – Conclusion

Bien que le terme *localisation* soit en usage depuis une quinzaine d'années, les spécialistes ne s'entendent toujours pas sur le sens de celui-ci. Le concept de localisation tel que décrit dans les textes et ouvrages spécialisés demeure flou et ambigu, particulièrement en ce qui a trait à la nature du produit localisé. L'objectif général de la présente thèse était donc de proposer une réflexion sur le concept de localisation afin de tenter de le désambiguïser. Nous avons voulu vérifier l'hypothèse selon laquelle le flou qui entoure le concept de localisation découle du caractère multidisciplinaire du processus de localisation et du fait que les spécialistes des divers milieux concernés ont leur propre perception de ce concept.

Avant d'aborder directement le concept de localisation, il nous a semblé important de remonter aux origines de cette industrie somme toute relativement récente et d'en présenter les grands jalons historiques, ce que nous avons fait au premier chapitre. Nous avons ainsi pu constater que la localisation est née dans le secteur de l'informatique au milieu des années 1980, qu'une industrie de la localisation s'est développée au début des années 1990, que le monde de l'enseignement universitaire et de la traduction a commencé à s'y intéresser vers la fin des années 1990 et que, en 2007, le marché de la localisation est florissant.

Nous avons ensuite voulu illustrer le fait que la localisation est un processus auquel des spécialistes de divers domaines sont appelés à participer. Ainsi, dans le deuxième chapitre, nous avons d'abord situé la localisation dans le contexte plus large de l'internationalisation et de la mondialisation, avant de décrire les étapes du processus de localisation, de présenter les

intervenants qui y participent, de tracer le profil de compétences du localisateur et de réfléchir à la différence entre traduction et localisation.

Le troisième chapitre, bien que bref, a néanmoins permis de cerner l'emploi du terme *localisation*, d'en retracer l'apparition et de mettre en lumière les arguments favorables et défavorables quant à son emploi en français.

Enfin, dans le chapitre 4, nous avons analysé le concept de localisation au moyen d'un corpus de 55 définitions et contextes définitoires en vue de vérifier notre hypothèse. Sans parvenir à désambiguïser le concept, nous avons cependant réussi à démontrer que la localisation est un concept ambigu, que les types de produits localisés sont nombreux et que la localisation est un processus d'adaptation. Notre hypothèse de départ était que le concept de localisation est perçu différemment selon le domaine d'activité de la personne ou de l'organisme qui le définit. Nous avons pu confirmer cette hypothèse. En effet, nous nous sommes rapidement rendu compte qu'effectivement, la perception que l'on a du produit localisé varie d'un domaine à l'autre. Nous avons par ailleurs eu la surprise de constater que cette perception varie également à l'intérieur d'un même domaine. Chez certains, la localisation se résume à l'adaptation de logiciels. Chez d'autres, le concept est plus vaste et englobe toute une gamme de produits informatiques : logiciels, matériel, sites Web. D'autres élargissent davantage le concept en y intégrant toutes sortes de produits : la vidéo, la publicité, les automobiles. Enfin, d'autres considèrent les textes comme des objets de la localisation. En fait, le texte a toujours fait partie du processus de localisation. Les chaînes de caractères ou l'aide en ligne d'un logiciel à localiser en sont de bons exemples. Sauf qu'ici,

selon l'opinion de certains auteurs, ce sont tous les types de textes qui peuvent être localisés, ce qui ramène à dire que la localisation est de la traduction. Dans l'avenir, pour bien se faire comprendre, les auteurs devront peut-être préciser le type de localisation auquel ils font référence : localisation de logiciels, de sites Web, de brochures publicitaires, etc.

### **5.1 Pistes de recherche**

Le présent projet de thèse nous a permis d'établir que le concept de localisation n'est pas clair, du moins, en ce qui concerne la nature du produit localisé. Il nous a aussi permis de soulever un certain nombre de questions susceptibles d'être examinées de plus près dans le cadre de travaux de recherche ultérieurs. Par exemple, les spécialistes des divers domaines concernés par la localisation s'entendent-ils sur le fait que la localisation est une activité de transfert à la fois linguistique et culturelle? Les définitions et contextes rassemblés dans notre corpus représentent un matériau qui pourrait certainement être exploité pour répondre à ce genre de question. Nous nous en sommes tenu à l'analyse des éléments définitoires ayant trait au produit localisé, mais il serait tout à fait envisageable d'entreprendre une analyse similaire à partir d'autres éléments définitoires.

Par ailleurs, pour avoir une idée encore plus juste de la nature des produits qui font l'objet d'une adaptation locale, il serait certes intéressant d'entendre directement le son de cloches des entreprises qui offrent des services de localisation. Qu'est-ce que ces entreprises localisent exactement? Quels sont les services qu'elles englobent sous l'appellation *localisation*?

Enfin, au terme de notre étude, nous sommes d'autant plus convaincu que la localisation est un secteur d'activité qui, même s'il n'est plus si récent, demeure méconnu. Plusieurs aspects restent à démystifier et à explorer. Notamment, à la section 2.4.4., nous avons établi un rapprochement évident entre le profil de compétences du traducteur et celui du localisateur, et nous sommes posé la question suivante : le localisateur n'est-il pas tout simplement le traducteur du XXI<sup>e</sup> siècle qui doit s'adapter aux nombreux changements découlant de l'arrivée de l'informatique dans son travail? Le cas échéant, les programmes de formation en traduction devraient probablement faire l'objet d'une mise à jour. Pour ce qui est des programmes universitaires axés essentiellement sur la localisation, il y aurait sans doute lieu de déterminer avec précision quel concept de localisation est enseigné aux étudiants et peut-être même de revoir le profil des étudiants que l'on souhaite admettre dans ces programmes.

C'est seulement grâce à des études telles que celles que nous venons de décrire qu'il sera possible de mieux cerner le concept de localisation, de situer la place de la localisation dans le contexte de la traduction et de la traductologie et de mieux comprendre le rôle du localisateur. Nous espérons, par la présente thèse, avoir contribué à une meilleure compréhension du concept de localisation.

## Bibliographie

- André, Olivier. 2000. « La Localisation ». *Traduire*, n° 186, p. 31-40.
- Archibald, James. 2004. « La tâche du localisateur ». Chap. in *La localisation : Problématique de la formation*, p. 1-7. Brossard : Linguattech éditeur inc.
- Aubin, Marie-Christine. 2006. *Action prioritaire relative à la traduction et l'interprétariat*. Rapport préparé à l'intention de la Commission de planification de l'Association des universités de la francophonie canadienne, 62 p. Sur Internet : [http://www.aufc.ca/enjeux\\_interventions/RA-traduction\\_et\\_interpretariat.pdf](http://www.aufc.ca/enjeux_interventions/RA-traduction_et_interpretariat.pdf). Page consultée le 20 septembre 2006.
- Austermühl, Frank. 2006. « Training translators to localize ». In *Translation Technology and its Teaching*, sous la dir. d'Anthony Pym, Alexander Perekrestenko et Bram Starink, p. 69-81. Tarragona (Espagne) : Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili. Sur Internet : <http://isg.urv.es/library/papers/isgbook.pdf>. Page consultée le 1<sup>er</sup> septembre 2006.
- Austin Community College. « ACC Localization Certificate Program », <http://www.austincc.edu/techcert/accGIL.html>. Page consultée le 5 octobre 2006.
- Baker, Mona, et Kirsten Malmkjær (dir.). 1998. *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. London et New York : Routledge, 654 p.
- Balliu, Christian. 2003. Compte rendu de *(Multi)Media Translation, Concepts, Practices and Research* de Y. Gambier et H. Gottlieb (dir.) (Amsterdam et Philadelphie, John Benjamins Publishing Company). *Meta*, vol. XLVIII, n° 3, p. 450-453.
- Barber, Katherine (dir.). 2004. *Canadian Oxford dictionary*. 2<sup>e</sup> édition, Don Mills : Oxford University Press, 1830 p.
- Bason, Graham. 1992. « Software Localisation: A case history ». In *Translating and the Computer 13: The Theory and Practice of Machine Translation – A Marriage of Convenience? Papers presented at a conference jointly sponsored by Aslib, The Association for Information Management, Aslib Technical Translation Group, The Institute of Translation and Interpreting (28-29 novembre 1991)*, sous la dir. de Catriona Picken, p. 71-77. Londres.

- Biau Gil, José Ramòn, et Anthony Pym. 2006. « Technology and translation (a pedagogical overview) ». In *Translation Technology and its Teaching*, sous la dir. d'Anthony Pym, Alexander Perekrestenko et Bram Starink, p. 5-19. Tarragona (Espagne) : Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili. Sur Internet : <http://isg.urv.es/library/papers/isgbook.pdf>. Page consultée le 1<sup>er</sup> septembre 2006.
- Boitet, Christian. 1993. « La TAO comme technologie scientifique : le cas de la traduction automatique fondée sur la dialogue ». In *La traductique*, sous la dir. de Pierrette Bouillon et d'André Clas, p. 109-148. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.
- Bowker, Lynne. 2004. « What Does It Take to Work in the Translation Profession in Canada in the 21st Century? Exploring a Database of Job Advertisements ». *Meta*, vol. XLIX, n° 4, p. 960-972.
- Bravo, Conceiçã, et Vanessa Enríquez. 2006. « Summary of discussion on Localization and Translator Training ». In *Translation Technology and its Teaching*, sous la dir. d'Anthony Pym, Alexander Perekrestenko et Bram Starink, p. 55-57. Tarragona (Espagne) : Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili. Sur Internet : <http://isg.urv.es/library/papers/isgbook.pdf>. Page consultée le 1<sup>er</sup> septembre 2006.
- Brooks, David. 2000. « What Price Globalization? Managing Costs at Microsoft ». In *Translating Into Success: Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age*, sous la dir. de Robert C. Sprung et Simone Jaroniec, p. 43-57. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company.
- Bureau de la traduction. *Termium Plus*. Base de données sur Internet : [http://www.termium.gc.ca/site/accueil\\_home\\_f.html](http://www.termium.gc.ca/site/accueil_home_f.html).
- Cadieux, Pierre, et Bert Esselink. 2002. « Feeling GILTy: Defining the Terms Globalization, Internationalization, Localization and Translation ». *Language International*, vol. 14, n° 3, juin 2002, p. 22-25.
- California State University, Chico. « The Localization Program », <http://www.csuchico.edu/localize/whatislocalization.html>. Page consultée le 5 octobre 2006.
- Clark, Bob, Jo Drugan, Tony Hartley et Daming Wu. 2006. « Training for localization: (replies to a questionnaire) ». In *Translation Technology and its Teaching*, sous la dir. d'Anthony Pym, Alexander Perekrestenko et Bram Starink, p. 45-47. Tarragona (Espagne) : Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili. Sur Internet : <http://isg.urv.es/library/papers/isgbook.pdf>. Page consultée le 1<sup>er</sup> septembre 2006.

- Collins COBUILD English dictionary for advanced learners. 2001. 3<sup>e</sup> édition, Glasgow : Collins, 1824 p.
- Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction. 1999. *L'industrie canadienne de la traduction : Stratégie de développement des ressources humaines et d'exportation*. 112 p. Sur Internet : <http://www.uottawa.ca/associations/csict/stratf.pdf>. Page consultée le 15 juillet 2006.
- De la Paix, Renate. 2003. « La localisation et la conception de sites Web multilingues : Nouveaux débouchés pour les étudiants en Langues Étrangères Appliquées ». In *Traduction, terminologie et rédaction : Actes des universités d'été et d'automne 2002 et du colloque international : Spécialités et spécialisations dans la pratique professionnelle et la formation des traducteurs*, sous la dir. de Daniel Gouadec et Daniel Toudic, p. 191-198. Paris : La Maison du dictionnaire.
- Delisle, Jean, Hannelore Lee-Jahnke et Monique C. Cormier (dir.). 1999. *Terminologie de la traduction / Translation Terminology / Terminología de la traducción / Terminologie der Übersetzung*. coll. « FIT », vol. 1, Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company, 433 p.
- DePalma, Donald A. 2006. « Quantifying the return on localization investment ». In *Perspectives on Localization*, sous la dir. de Keiran J. Dunne, p. 15-36. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company.
- Digital Equipment Corporation. 1991. *Digital Guide to Developing International Software*. Bedford (Massachusetts) : Digital Press, 381 p.
- Drouin, Patrick. 2006. « Training for localization: (replies to a questionnaire) ». In *Translation Technology and its Teaching*, sous la dir. d'Anthony Pym, Alexander Perekrestenko et Bram Starink, p. 49-53. Tarragona (Espagne) : Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili. Sur Internet : <http://isg.urv.es/library/papers/isgbook.pdf>. Page consultée le 1<sup>er</sup> septembre 2006.
- Dubuc, Robert. 2002. *Manuel pratique de terminologie*. 4<sup>e</sup> édition. Brossard : Linguattech éditeur inc., 194 p.
- Dunne, Keiran J. 2006. « A Copernican revolution ». Chap. in *Perspectives on Localization*, p. 1-11. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company.
- Esselink, Bert. 1998. *A Practical Guide to Software Localization: For Translators, Engineers and Project Managers*. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company, 309 p.

- Esselink, Bert. 2000. *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company, 488 p.
- Esselink, Bert. 2003. « Localisation and translation ». In *Computers and Translation: A translator's guide*, sous la dir. de Harold Somers, p. 67-86. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company.
- Esselink, Bert. 2006. « The Evolution of Localization ». In *Translation Technology and its Teaching*, sous la dir. d'Anthony Pym, Alexander Perekrestenko et Bram Starink, p. 21-29. Tarragona (Espagne) : Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili. Sur Internet : <http://isg.urv.es/library/papers/isgbook.pdf>. Page consultée le 1<sup>er</sup> septembre 2006.
- Folaron, Debbie. 2006. « A discipline coming of age in the digital age ». In *Perspectives on Localization*, sous la dir. de Keiran J. Dunne, p. 195-219. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company.
- Freigang, Karl-Heinz. 2001. « Teaching Theory and Tools: Translation Technology and Software Localization at the University of Saarland ». *Language International*, vol. 13, n° 4, août 2001, p. 20-23.
- Fry, Deborah. 2000. *Localization Industry Primer*. Féchy, Suisse, Localization Industry Standards Association.
- Fry, Deborah. 2003. *The Localization Industry Primer*. 2<sup>e</sup> édition, revue par Arle Lommel. 52 p. Sur Internet : <http://www.lisa.org/interact/LISAprimer.pdf>. Page consultée le 23 octobre 2006.
- Gambier, Yves. 2000. « Profil du traducteur pour écrans ». In *Formation des traducteurs. Actes du Colloque international de Rennes 2*, (24-25 septembre 1999), sous la dir. de Daniel Gouadec, p. 89-94. Paris : Maison du dictionnaire.
- Geraghty, Fergus. 1996. « Localisation in Norway and Scandinavia: The opportunities and dangers ». *Language International*, vol. 8, n° 6, p. 4.
- Globalization and Localization Association. « Terminology », [http://www.gala-global.org/index.php?action=view\\_terminology&category=&filter\\_letter=L](http://www.gala-global.org/index.php?action=view_terminology&category=&filter_letter=L). Page consultée le 15 novembre 2006.
- Gouadec, Daniel. 2003. « Le bagage spécifique du localiseur/localisateur : Le vrai "nouveau profil" requis ». *Meta*, vol. XLVIII, n° 4, p. 526-545.

- Guidère, Mathieu. 2004. « De l'adaptation à la localisation publicitaire ». In *La localisation : Problématique de la formation*, sous la dir. de James Archibald, p. 71-95. Brossard : Linguattech éditeur inc.
- Guitard, Agnès. 1984. « Informatisation et qualité de langue : influence bénigne ou maligne ». In *Traduction et Qualité de langue*, Actes du colloque, Société des traducteurs du Québec/Conseil de la langue française, Québec : Éditeur officiel du Québec. Sur Internet : <http://www.cslf.gouv.qc.ca/Publications/PubD116/D116-4.html#c>. Page consultée le 23 septembre 2006.
- Hall, Pat, et Ray Hudson. 1997. *Software Without Frontiers: A Multi-Platform, Multi-Cultural, Multi-Nation Approach*. Toronto : John Wiley & Sons, Inc., 338 p.
- Hoft, Nancy. 1991. « Preparing for the Inevitable: Localizing Computer Documentation ». In *Proceedings of the 9<sup>th</sup> annual international conference on Systems Documentation*, Chicago, Illinois, United States, p. 37-43. New York : ACM Press.
- Hoft, Nancy L. 1995. *International Technical Communication: How to export information about high technology*. New York : John Wiley & Sons, Inc., 372 p.
- Inter Active Terminology for Europe. Base de données sur Internet : <http://iate.europa.eu/iatediff/>.
- Jeuge-Maynard, Isabelle, et al. (dir.). 2006. *Le Petit Larousse illustré 2007*. Nouvelle édition. Paris : Larousse, 1855 p.
- Kano, Nadine. 1995. *Developing International Software for Windows 95 and Windows NT*. Redmond (Washington) : Microsoft Press, 743 p.
- Keniston, Kenneth. 1996. « Cultural assumptions in software ». *Language International*, vol. 8, n° 5, p. 9.
- Kirkman, John. 1988. « How "Friendly" Is Your Writing for Readers Around the World? ». In *Text, ConText, and HyperText: Writing with and for the Computer*, sous la dir. d'Edward Barrett, p. 343-364. Cambridge (Massachusetts) : The MIT Press.
- Koby, Geoffrey S., et Brian James Baer. 2003. « Task-based instruction and the new technology: Training translators for the modern language industry ». Chap. in *Beyond the Ivory Tower: Rethinking translation pedagogy*, p. 211-227. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company.

- Langlois, Lucie. 2002. « Localization at the Translation Bureau of Canada ». In *La traduction : des idées nouvelles pour un siècle nouveau : Actes du XVIe Congrès de la FIT* (Vancouver, 7-10 août 2002), p. 261-265. Paris : Fédération internationale des traducteurs.
- Language International. 1998a. « Localization Gets a Little Less Local: An Interview with LISA Director Michael Anobile ». *Language International*, vol. 10, n° 2, p. 18-19 et 44.
- Language International. 1998b. « Wanted: Trained Localizers! ». *Language International*, vol. 10, n° 4, p. 19.
- Localisation Research Centre. « Localisation Glossary », <http://www.localisation.ie/resources/Glossary.htm>. Page consultée le 23 octobre 2006.
- Localization Industry Standards Association. 1998. *LEIT phase I final report*. 25 p. Sur Internet : <http://leit.lisa.org/pubs/public.pdf>. Page consultée le 23 octobre 2006.
- Locke, Nancy. 2003. « New Organizations Serve the Localization Industry ». *Localization Reader 2003–2004*, p. 107-110.
- Lommel, Arle. 2006. « Localization standards, knowledge- and information-centric business models, and the commoditization of linguistic information ». In *Perspectives on Localization*, sous la dir. de Keiran J. Dunne, p. 223-239. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company.
- Merriam-Webster's Collegiate Dictionary. 2004. 11<sup>e</sup> édition, Springfield : Merriam-Webster, Inc., 1623 p.
- Merten, Pascaline. 1998. « La place des outils dans la formation : former ou informer? ». In *Quelle formation pour le traducteur de l'an 2000? : Actes du Colloque International tenu à l'ESIT les 6, 7 et 8 juin 1996*, coll. de Traductologie n° 9, sous la dir. de Fortunato Israel, p. 165-190. Paris : Didier Érudition.
- Microsoft. 2002. *Microsoft Computer Dictionary*. 5<sup>e</sup> édition, Redmond : Microsoft Press, 637 p. Disponible sur Internet par le réseau de la bibliothèque de l'Université d'Ottawa.
- Mullamaa, Kristina, et Olga Núñez Piñeiro. 2006. « Summary of discussion on Is localization just technology? ». In *Translation Technology and its Teaching*, sous la dir. d'Anthony Pym, Alexander Perekrestenko et Bram Starink, p. 59-61. Tarragona (Espagne) : Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili. Sur Internet : <http://isg.urv.es/library/papers/isgbook.pdf>. Page consultée le 1<sup>er</sup> septembre 2006.

- MultiLingual. 2006. « Basic terminology ». *MultiLingual*, vol. 17, n° 7, novembre 2006, p. 71-72.
- Office québécois de la langue française. *Le grand dictionnaire terminologique*. Base de données sur Internet :  
[http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r\\_motclef/index800\\_1.asp](http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r_motclef/index800_1.asp)
- O'Hagan, Minako. 2006. « Training for localization: (replies to a questionnaire) ». In *Translation Technology and its Teaching*, sous la dir. d'Anthony Pym, Alexander Perekrestenko et Bram Starink, p. 39-43. Tarragona (Espagne) : Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili. Sur Internet :  
<http://isg.urv.es/library/papers/isgbook.pdf>. Page consultée le 1<sup>er</sup> septembre 2006.
- O'Sullivan, Siegrun. 1990. « Problems in software translation and how to avoid them ». In *Translating and the Computer 11: Preparing for the Next Decade. Proceedings of a conference jointly sponsored by Aslib, The Association for Information Management, Aslib Technical Translation Group, The Institute of Translation and Interpreting (16-17 novembre 1989)*, sous la dir. de Catriona Picken, p. 20-23. Londres.
- Parra, Joan. 2000. « Translation as a Component of Software Localization Projects ». In *Investigating Translation*, sous la dir. de Allison Beeby, Doris Ensinger et Marisa Presas, p. 243-249. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company.
- Pym, Anthony. 1999. « Localizing Localization in Translator-Training Curricula ». *Linguistica Antverpiensa*, vol. 33, p. 127-137.
- Pym, Anthony. 2001. Compte rendu de *A Practical Guide to Localization*, de Bert Esselink (Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company, 1990). Sur Internet : <http://www.tinet.org/~apym/on-line/translation/esselink.pdf>. Page consultée le 30 septembre 2006.
- Pym, Anthony. 2002a. « Localization and the Dehumanization of Discourse ». 5 p. Sur Internet : <http://www.tinet.org/~apym/on-line/translation/dehumanization.pdf>. Page consultée le 30 septembre 2006.
- Pym, Anthony. 2002b. « Localization and the Training of Linguistic Mediators for the Third Millennium ». 7 p. Sur Internet : <http://www.tinet.org/~apym/on-line/translation/beirut.pdf>. Page consultée le 30 septembre 2006.

- Pym, Anthony. 2004a. « Localization from the Perspective of Translation Studies: Overlaps in the Digital Divide? ». 7 p. Sur Internet : <http://www.elda.fr/en/proj/scalla/SCALLA2004/Pymv2.pdf>. Page consultée le 30 septembre 2006.
- Pym, Anthony. 2004b. *The Moving Text: Localization, translation and distribution*. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company, 220 p.
- Pym, Anthony. 2005. « Localization: On its nature, virtues and dangers ». 10 p. Sur Internet : [http://www.tinet.org/~apym/on-line/translation/Localization\\_bergen.doc](http://www.tinet.org/~apym/on-line/translation/Localization_bergen.doc). Page consultée le 30 septembre 2006.
- Pym, Anthony. 2006. « Localization, Training, and the Threat of Fragmentation ». 9 p. Sur Internet : [http://www.tinet.org/~apym/on-line/translation/Localization\\_monterey.doc](http://www.tinet.org/~apym/on-line/translation/Localization_monterey.doc). Page consultée le 30 septembre 2006.
- Quirion, Jean. 2002. « La part (in)congrue de la localisation à l'université ». In *Traduction, terminologie et rédaction – Actes du colloque « Traduction spécialisée et technique »*, Rennes (France) (Université Rennes 2, 21-22 septembre 2001), sous la dir. de Daniel Gouadec, p. 93-101. Paris : Maison du dictionnaire.
- Quirion, Jean. 2003a. « La formation en localisation à l'université : pour quoi faire? ». *Meta*, vol. XLVIII, n° 4, p. 546-558.
- Quirion, Jean. 2003b. « Le diplôme d'études supérieures spécialisées en localisation de l'Université du Québec en Outaouais : premier bilan ». Texte inédit, 12 p.
- Rey, Alain (dir.). 2001. *Le Grand Robert de la langue française*. 2<sup>e</sup> édition, Paris : Dictionnaires Le Robert, 6 volumes.
- Rey-Debove, Josette, et Alain Rey (dir.). 1996. *Le Nouveau Petit Robert : Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Nouvelle édition remaniée et amplifiée, Montréal : Dicorobert Inc., 2551 p.
- Rey-Debove, Josette, et Alain Rey (dir.). 2006. *Le Nouveau Petit Robert : Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Nouvelle édition du Petit Robert, Paris : Dictionnaires Le Robert, 2837 p.
- Schäler, Reinhard. 2001. « Learning to Localize in Limerick ». *Language International*, vol. 13, n° 3, juin, p. 22-26.
- Schäler, Reinhard. 2002. « The Cultural Dimension in Software Localization ». In *La traduction : des idées nouvelles pour un siècle nouveau : Actes du XVI<sup>e</sup> Congrès de la FIT* (Vancouver, 7-10 août 2002), p. 266-270. Paris : Fédération internationale des traducteurs.

- Schäler, Reinhard. 2004. « A Framework for Localisation: Position Paper ». 12 p. Sur Internet : <http://www.elda.org/en/proj/scalla/SCALLA2004/shaeler.pdf>. Page consultée le 10 septembre 2006.
- Shadbolt, David. 2004. « The Language Industry in Canada ». *MultiLingual Computing & Technology*, vol. 15, n° 6, septembre, p. 37-40.
- Shuttleworth, Mark, et Moira Cowie. 1997. *Dictionary of Translation Studies*. Manchester : St. Jerome Publishing, 233 p.
- Soukhanov, Anne H. (dir.). 2004. Encarta Webster's dictionary of the English language. 2<sup>e</sup> édition américaine, New York : Bloomsbury, 2166 p.
- Sprung, Robert C., et Simone Jaroniec (dir.). 2000. *Translating Into Success: Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age*. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company, 239 p.
- Sutcliffe, Richard F. E. (dir.). 1999. « Profile of the Localisation Research Centre ». Department of Computer Science and Information Systems, May 1999, 27 p. Sur Internet : [http://www.csis.ul.ie/staff/richard.sutcliffe/localisation\\_research\\_centre\\_report\\_99.rtf](http://www.csis.ul.ie/staff/richard.sutcliffe/localisation_research_centre_report_99.rtf). Page consultée le 7 janvier 2007.
- The Localization Institute. « Terminology », <http://www.localizationinstitute.com/switchboard.cfm?page=terminology>. Page consultée le 15 novembre 2006.
- The Oxford American dictionary and thesaurus : with language guide. 2003. New York : Oxford University Press, 1891 p.
- Thibodeau, Ricky P. 2000. « Making a Global Product at MapInfo Corporation ». In *Translating Into Success: Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age*, sous la dir. de Robert C. Sprung et Simone Jaroniec, p. 127-146. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company.
- Thouin, Benoît. 1986. « Translation and information processing: a Canadian viewpoint ». In *Translating and the Computer 7: Proceedings of a conference jointly sponsored by Aslib, The Association for Information Management, The Aslib Technical Translation Group, The Translators' Guild*, (14-15 novembre 1985), sous la dir. de Catriona Picken, p. 95-108, Londres.

- Thouin, Benoît. 1995. « L'adaptation de logiciels ou l'avenir conjugué au présent ». In *Perspectives d'avenir en traduction: Actes du colloque marquant le dixième anniversaire de l'École de traduction du Collège universitaire de Saint-Boniface* (30 septembre et 1<sup>er</sup> octobre 1994), sous la dir. de Marie-Christine Aubin, p. 159-171, Winnipeg : Presses universitaires de Saint-Boniface.
- Trincaretto, Marie. 2004. « Un modèle didactique en ligne : LOCTRANS ». In *La localisation : Problématique de la formation*, sous la dir. de James Archibald, p. 97-110. Brossard : Linguattech éditeur inc.
- Université Concordia. « Certificat en localisation », [http://francais.concordia.ca/index.php?option=com\\_content&task=view&id=54&Itemid=78](http://francais.concordia.ca/index.php?option=com_content&task=view&id=54&Itemid=78). Page consultée le 5 octobre 2006.
- Université de Montréal. « Localisation », <http://www.fep.umontreal.ca/localisation/localisation.html>. Page consultée le 5 octobre 2006.
- Université du Québec en Outaouais. « DESS en localisation », <http://www.uqo.ca/secteurs/traduction-redaction/localisation.asp>. Page consultée le 5 octobre 2006.
- Université du Québec en Outaouais. « 3201 Diplôme d'études supérieures spécialisées en localisation », <http://www.uqo.ca/programmes-etudes/programmes/3201.htm>. Page consultée le 5 octobre 2006.
- University of Limerick. « Graduate Diploma/Master of Science in Software Localisation », [http://www.csis.ul.ie/software\\_localisation/default.htm](http://www.csis.ul.ie/software_localisation/default.htm). Page consultée le 5 octobre 2006.
- Van der Meer, Jaap. 1995. « Apostle of change in the translation world ». *Language International*, vol. 7, n° 3, p. 9-10.
- Van der Meer, Jaap. 1997. « Van der Meer on "Localization" ». *Language International*, vol. 9, n° 5, p. 43.
- Villers, Marie-Éva de. 2003. *Multidictionnaire de la langue française*. 4<sup>e</sup> édition. Québec Amérique, 1568 p.
- Wilss, Wolfram. 1999. *Translation and Interpreting in the 20th Century: Focus on German*. Amsterdam et Philadelphie : John Benjamins Publishing Company, 256 p.

## Annexe A – Programmes de formation en localisation offerts dans le monde

### *Programmes au Canada*

- Université Concordia
  - Certificat anglais-français en langue et techniques de localisation  
Site Web : <http://artsandscience1.concordia.ca/francais/deuxiemecyclelocalisation.html>
- Université de Montréal
  - Certificat en localisation  
Site Web : [http://www.etudes.umontreal.ca/index\\_fiche\\_prog/118553\\_desc.html](http://www.etudes.umontreal.ca/index_fiche_prog/118553_desc.html)
  - Microprogramme de 2<sup>e</sup> cycle en localisation  
Site Web : [http://www.etudes.umontreal.ca/index\\_fiche\\_prog/118553\\_desc.html](http://www.etudes.umontreal.ca/index_fiche_prog/118553_desc.html)
- Université du Québec en Outaouais
  - Diplôme d'études supérieures spécialisées en localisation et en rédaction hypermédia  
Site Web : <http://www.uqo.ca/secteurs/traduction-redaction/localisation.asp>

### *Programmes à l'étranger*

- Austin Community College
  - Localization Certificate Program  
Site Web : <http://www.austincc.edu/techcert/accGIL.html>
- California State University, Chico
  - Certification in Localization  
Site Web : <http://www.csuchico.edu/localize/>
- Institut supérieur de traducteurs et d'interprètes de Bruxelles
  - D.E.S.S. en traduction et industries de la langue  
Site Web : <http://www.heb.be/isti/desstil.htm>
- Institute of Localisation Professionals, The
  - Certified Localisation Professional  
Site Web : <http://www.tilponline.org/CLP/index.shtml>

- Monterey Institute of International Studies
  - MA in Translation/Localization Management  
Site Web : <http://translate.miis.edu/matlm/index.html>
- TGP Consulting
  - Localization Certification Program and Localization Certification Test  
Site Web : <http://www.tgpconsulting.com/certification-program.htm>
- Universitat Rovira I Virgili
  - Masters in Translation and Localization  
Site Web : <http://isg.urv.es/publicity/masters/courses/masters.html>
  - Postgraduate Diploma in Translation and Localization  
Site Web : <http://isg.urv.es/publicity/masters/courses/postgrad.html>
- University of Limerick
  - Graduate Diploma in Localisation Technology  
Site Web :  
[http://www.ul.ie/web/WWW/Services/Research/Graduate%20School/Postgraduate%20Courses/College%20of%20Informatics%20&%20Electronics/Graduate%20Diploma%20in%20Localisation%20Technology%20\(FT\)](http://www.ul.ie/web/WWW/Services/Research/Graduate%20School/Postgraduate%20Courses/College%20of%20Informatics%20&%20Electronics/Graduate%20Diploma%20in%20Localisation%20Technology%20(FT))
  - Master of Science in Global Computing and Localisation  
Site Web :  
[http://www.ul.ie/web/WWW/Services/Research/Graduate%20School/Postgraduate%20Courses/College%20of%20Informatics%20&%20Electronics/MSc%20in%20Global%20Computing%20and%20Localisation%20\(FT%20PT\)](http://www.ul.ie/web/WWW/Services/Research/Graduate%20School/Postgraduate%20Courses/College%20of%20Informatics%20&%20Electronics/MSc%20in%20Global%20Computing%20and%20Localisation%20(FT%20PT))
- Wake Forest University
  - Certificate in Spanish Translation/Localization (STL)  
Site Web :  
<http://lrc.wfu.edu/certificates/translationandinterpreting/undergradreqs.htm>
  - Graduate Certificate in Spanish Translation/Localization (GSTL)  
Site Web :  
<http://lrc.wfu.edu/certificates/translationandinterpreting/gradreqs.htm>

*Programmes « morts »*

- University of Washington
  - Software Localization Certificate  
Site Web : <http://courses.washington.edu/softloc/>

Plusieurs programmes semblent « morts » : University of the Saarland (Germany), Sprachen- und Dolmetscher-Institut München et Localisation Training Centre.

## **Annexe B – Corpus de définitions du terme *localisation***

### **N° 1**

**Digital Equipment Corporation, 1991, p. 363**

« The process that includes all activities required to create a product variant from the international product. Localization of the international product may, or may not, include translation of the product. Localization does not change the functionality of the international base component. If functionality changes, reengineering has been performed and a new product has been created. »

### **N° 2**

**Microsoft Press, dans Hoft, 1995, p. 11**

« The process of altering a program so that it is appropriate for the area in which it is used. »

### **N° 3**

**Hoft, 1995, p. 11**

« Localization is the process of creating or adapting an information product for use in a specific target country or specific target market. »

### **N° 4**

**Kano, 1995, p. 10**

« The process of adapting a program for a specific international market, which includes translating the user interface, resizing dialog boxes, customizing features (if necessary), and testing results to ensure that the program still works. »

### **N° 5**

**Geraghty, 1996, p. 4**

« Localisation is the term that is used today to describe the conversion of a software or hardware product from one language into another. »

### **N° 6**

**Keniston, 1996, p. 9**

« [...] the complex process of translation of software from one language (usually English) into another. »

### **N° 7**

**Hall et Hudson, 1997, p. 323**

« Activities performed to modify a product to adapt it to a locale other than that for which it originally developed. Localization does not change the functionality of the original product. »

**N° 8**

**Esselink, 1998, p. 2**

« [...] the process of adapting and translating a software application into another language in order to make it linguistically and culturally appropriate for a particular local market. »

**N° 9**

**LISA Education Initiative Taskforce (Language International), 1998, p. 19**

« The adaptation of a product to a target language and culture (locale). »

**N° 10**

**Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction, 1999, p. 48**

« L'adaptation à une langue et une culture étrangères de logiciels et de documents techniques accompagnateurs. »

**N° 11**

**André, 2000, p. 32**

« [...] l'adaptation d'un logiciel ou d'un matériel informatique dans une langue étrangère tout en tenant compte des spécificités culturelles du marché cible. »

**N° 12**

**Brooks, 2000, p. 52**

« Translating, the user-interface, integrating all files into a finished product, and managing the product through the release process (abbreviated L10N). »

**N° 13**

**Esselink, 2000, p. 1**

« [...] localization is the translation and adaptation of a software or web product, which includes the software application itself and all related product documentation. »

**N° 14**

**Localization Industry Standards Association (Fry), 2000**

« Localization involves taking a product and making it linguistically and culturally appropriate to the target locale (country/region and language) where it will be used and sold. »

**N° 15**

**Parra, 2000, p. 243**

« the process of producing specific versions of software programs for use in markets other than those for which the original was developed. »

**N° 16****Sprung, 2000, p. x**

« Taking a product (ideally, one that has been internationalized well) and tailoring it to an individual local market (e.g., Germany, Japan). “Localization” often refers to translating and adapting software products to local markets. »

**N° 17****Thibodeau, 2000, p. 127**

« Localization entails the linguistic and cultural adaptation of the software and user-interface (UI), documentation (books, online help, tutorial), and packaging to accommodate requirements in foreign markets. »

**N° 18****Cadieux et Esselink, 2002, p. 23**

« Localization of a thing is adapting a thing to the needs of a given locale. »

**N° 19****Langlois, 2002, p. 262**

« [...] the linguistic and cultural adaptation of a technical product to a target locale. »

**N° 20****Microsoft, 2002**

« The process of altering a program so that it is appropriate for the geographic area in which it is to be used. »

**N° 21****Pym, 2002a, p. 1**

« Localization is a buzzword for the translation and adaptation of documents to meet the requirements of new “locales” (country/regions and languages), especially in the fields of software and websites. »

**N° 22****Pym, 2002b, p. 3**

« [...] the processes by which a generic (“international”) product is adapted to the requirements of a “locale”, a place with a specific union of cultural and linguistic features. »

**N° 23****Quirion, 2002, p. 1**

« Elle [la localisation] consiste en l’adaptation de produits informatiques, notamment des logiciels, et de leurs documents accompagnateurs à une langue et à une culture étrangères [...] »

**N° 24**

**Schäler, 2002, p. 266**

« The adaptation of software to the requirements of a foreign market. »

**N° 25**

**De la Paix, 2003, p. 192**

« Adaptation technique, linguistique et culturelle d'un produit informatique dans une langue étrangère. »

**N° 26**

**Esselink, 2003, p. 67**

« Localisation is all about customising things (user manuals for products, especially software, and the products themselves) for a "local" audience. »

**N° 27**

**Localization Industry Standards Association (Fry), 2003, p. 13**

« The process of modifying products or services to account for differences in distinct markets. »

**N° 28**

**Multidictionnaire de la langue française (Villers), 2003, p. 875**

« (Néol.) Adaptation d'un produit à un contexte particulier, à une culture déterminée. »

**N° 29**

**Guidère, 2004, p. 75**

« [...] adapter un produit (site Web perçu comme une vitrine promotionnelle de l'entreprise, aide ou bande défilante en ligne, brochure promotionnelle, etc.) afin de le rendre conforme à l'attente du public d'accueil à la fois du point de vue linguistique et du point de vue culturel. »

**N° 30**

**Aubin, 2006, p. 7**

« La localisation est l'adaptation, à des publics ciblés, de produits informatisés : logiciels, progiciels, didacticiels, jeux vidéo, sites Web. »

**N° 31**

**Bureau de la traduction, Termium Plus, 2006**

« Processus d'adapter et de traduire une application logicielle dans une autre langue de façon à ce qu'elle convienne linguistiquement et culturellement à un marché local particulier. »

**N° 32****Clark *et al.*, 2006, p. 45**

« [...] the process of adapting anything to a target locale. »

**N° 33****DePalma, 2006, p. 15**

« [...] which we define as the process of adapting software, products, documentation, or Web sites to local market needs. »

**N° 34****Drouin, 2006, p. 49**

« [...] the interdisciplinary process of adapting an electronic product (software, website, Help file, CD, etc.) to the needs or expectations of a specific target audience (group of users, country, etc.). »

**N° 35****Dunne, 2006, p. 4**

« The process by which digital content and products developed in one locale (defined in terms of geographical area, language and culture) are adapted for sale and use in another locale. »

**N° 36****Enríquez, 2006, p. 55**

« [...] the concept [which] involves the convergence of language and technology, necessary to adapt any kind of digital content (software, websites, portals, online support systems, etc.) to a given target locale. »

**N° 37****Gouadec, dans Bravo et Enríquez, 2006, p. 55**

« [...] translation PLUS any number of changes to the necessarily composite material to be “localized”. »

**N° 38****Graham, dans Mullamaa & Pineiro, 2006, p. 60**

« [...] the preparation of a text or part text for insertion in documentation for the locale in question. »

**N° 39****Le Petit Larousse illustré (Jeuge-Maynard *et al.*), 2006, p. 639**

« Adaptation d'un produit, d'une activité productrice ou commerciale à une zone géographique en fonction de différents facteurs naturels, techniques, économiques, culturels et sociaux. Spécial. Action de localiser un produit multimédia (cédérom, DVD) dans un pays étranger. »

**N° 40****Lommel, 2006, p. 223**

« Localization, the process of adapting products and associated materials for specific markets. »

**N° 41****MultiLingual, 2006, p. 71**

« In this context, the process of adapting a product or software to a specific international language or culture so that it seems natural to that particular region. »

**N° 42****Office québécois de la langue française, Le grand dictionnaire terminologique, 2006**

« Adaptation d'un produit selon les besoins particuliers d'une clientèle cible appartenant à une zone géographique précise. »

**N° 43****O'Hagan, 2006, p. 39**

« Localization can be seen as an industrial process applied to content that is predominantly in digital form and needs to be adapted to target requirements. »

**N° 44****Oliver, dans Mullamaa & Pineiro, 2006, p. 60**

« [...] localization is the translation of the new age. »

**N° 45****Pym, 2006, p. 1**

« [...] a general set of discourses informing cross-cultural text production and adaptation in the fields of software, product documentation, web technology, and some international news services. »

**N° 46****Sandrini, dans Mullamaa et Piñeiro, 2006, p. 57**

« [...] adapting a text (or a product) to a local audience [...] »

**N° 47****Austin Community College**

« The term "software localization" describes the process of altering software products and web services (including embedded systems) for marketing to people who speak languages other than English. »

**N° 48****California State University, Chico,**

« Localization (L10N) is the process of adapting products and services (web sites documents, manuals and software application) in accordance to linguistic, cultural, technical and other locale-specific requirements of the target market. »

**N° 49****Globalization and Localization Association, « Terminology »**

« Describes the process of adapting a product to a specific international language or culture so that it seems natural to that particular region, which includes translation, but goes much further. True localization considers language, culture, customs, technical and other characteristics of the target locale. While it frequently involves changes to the software's writing system, it may also change the keyboard usage, fonts, date, time and monetary formats. Graphics, colors and sound effects also need to be culturally appropriate. In L10N, the common abbreviation for localization, the 10 refers to the ten letters between the L and the N. »

**N° 50****Localisation Research Centre, « Localisation Glossary »**

« The linguistic and cultural adaptation of digital content to the requirements of a foreign market and the provision of services and technologies for the management of multilingualism across the digital global information flow. »

**N° 51****The Localization Institute, « Terminology »**

« Localization is the process of creating or adapting a product to a specific locale, i.e., to the language, cultural context, conventions and market requirements of a specific target market. With a properly localized product a user can interact with this product using his/her own language and cultural conventions. It also means that all user-visible text strings and all user documentation (printed and electronic) use the language and cultural conventions of the user. Finally, the properly localized product meets all regulatory and other requirements of the user's country/region. »

**N° 52****Université Concordia**

« La localisation est l'ensemble des opérations de traduction et d'adaptation à la société d'accueil d'un contenu numérique. »

**N° 53****Université de Montréal**

« La localisation, telle qu'elle est définie par l'Association LISA (Localization Industry Standards Association), consiste à adapter un produit (dans bien des cas un logiciel ou un composant informatique matériel) aux particularités linguistiques, culturelles et autres d'un environnement ou d'un marché cible donné. Cette activité implique généralement d'utiliser des outils informatiques spéciaux. »

**N° 54****Université du Québec en Outaouais**

« La localisation, c'est l'adaptation à une langue et à une culture étrangère des logiciels et des documents techniques qui les accompagnent. »

**N° 55****University of Limerick**

« Software Localisation is the adaptation of computer software packages and their associated documentation to suit the requirements of different languages. »

## **Annexe C – Répartition des définitions par domaine d'activité**

### **Milieu de l'informatique (10)**

#### **Digital Equipment Corporation, 1991, p. 363**

« The process that includes all activities required to create a product variant from the international product. Localization of the international product may, or may not, include translation of the product. Localization does not change the functionality of the international base component. If functionality changes, reengineering has been performed and a new product has been created. »

#### **Microsoft Press, dans Hoft, 1995, p. 11**

« The process of altering a program so that it is appropriate for the area in which it is used. »

#### **Hoft, 1995, p. 11**

« Localization is the process of creating or adapting an information product for use in a specific target country or specific target market.

#### **Kano, 1995, p. 10**

« The process of adapting a program for a specific international market, which includes translating the user interface, resizing dialog boxes, customizing features (if necessary), and testing results to ensure that the program still works. »

#### **Geraghty, 1996, p. 4**

« Localisation is the term that is used today to describe the conversion of a software or hardware product from one language into another. »

#### **Keniston, 1996, p. 9**

« [...] the complex process of translation of software from one language (usually English) into another. »

#### **Hall et Hudson, 1997, p. 323**

« Activities performed to modify a product to adapt it to a locale other than that for which it originally developed. Localization does not change the functionality of the original product. »

#### **Brooks, 2000, p. 52**

« Translating, the user-interface, integrating all files into a finished product, and managing the product through the release process (abbreviated L10N). »

**Thibodeau, 2000, p. 127**

« Localization entails the linguistic and cultural adaptation of the software and user-interface (UI), documentation (books, online help, tutorial), and packaging to accommodate requirements in foreign markets. »

**Microsoft, 2002**

« The process of altering a program so that it is appropriate for the geographic area in which it is to be used. »

**Milieu de la localisation (14)****Esselink, 1998, p. 2**

« [...] the process of adapting and translating a software application into another language in order to make it linguistically and culturally appropriate for a particular local market. »

**LISA Education Initiative Taskforce (Language International), 1998, p. 19**

« The adaptation of a product to a target language and culture (locale). »

**Esselink, 2000, p. 1**

« [...] localization is the translation and adaptation of a software or web product, which includes the software application itself and all related product documentation. »

**Localization Industry Standards Association (Fry), 2000**

« Localization involves taking a product and making it linguistically and culturally appropriate to the target locale (country/region and language) where it will be used and sold. »

**Cadioux et Esselink, 2002, p. 23**

« Localization of a thing is adapting a thing to the needs of a given locale. »

**Schäler, 2002, p. 266**

« The adaptation of software to the requirements of a foreign market. »

**Esselink, 2003, p. 67**

« Localisation is all about customising things (user manuals for products, especially software, and the products themselves) for a “local” audience. »

**Localization Industry Standards Association (Fry), 2003, p. 13**

« The process of modifying products or services to account for differences in distinct markets. »

**DePalma, 2006, p. 15**

« which we define as the process of adapting software, products, documentation, or Web sites to local market needs. »

**Lommel, 2006, p. 223**

« Localization, the process of adapting products and associated materials for specific markets. »

**MultiLingual, 2006, p. 71**

« In this context, the process of adapting a product or software to a specific international language or culture so that it seems natural to that particular region. »

**Globalization and Localization Association, « Terminology »**

« Describes the process of adapting a product to a specific international language or culture so that it seems natural to that particular region, which includes translation, but goes much farther. True localization considers language, culture, customs, technical and other characteristics of the target locale. While it frequently involves changes to the software's writing system, it may also change the keyboard usage, fonts, date, time and monetary formats. Graphics, colors and sound effects also need to be culturally appropriate. In L10N, the common abbreviation for localization, the 10 refers to the ten letters between the L and the N. »

**Localisation Research Centre, « Localisation Glossary »**

« The linguistic and cultural adaptation of digital content to the requirements of a foreign market and the provision of services and technologies for the management of multilingualism across the digital global information flow. »

**The Localization Institute, « Terminology »**

« Localization is the process of creating or adapting a product to a specific locale, i.e., to the language, cultural context, conventions and market requirements of a specific target market. With a properly localized product a user can interact with this product using his/her own language and cultural conventions. It also means that all user-visible text strings and all user documentation (printed and electronic) use the language and cultural conventions of the user. Finally, the properly localized product meets all regulatory and other requirements of the user's country/region. »

**Milieu de la traduction professionnelle (4)****Comité sectoriel de l'industrie canadienne de la traduction, 1999, p. 48**

« L'adaptation à une langue et une culture étrangères de logiciels et de documents techniques accompagnateurs. »

**André, 2000, p. 32**

« [...] l'adaptation d'un logiciel ou d'un matériel informatique dans une langue étrangère tout en tenant compte des spécificités culturelles du marché cible. »

**Sprung, 2000, p. x**

« Taking a product (ideally, one that has been internationalized well) and tailoring it to an individual local market (e.g., Germany, Japan). "Localization" often refers to translating and adapting software products to local markets. »

**Langlois, 2002, p. 262**

« [...] the linguistic and cultural adaptation of a technical product to a target locale. »

**Milieu de la traductologie (17)****Parra, 2000, p. 243**

« the process of producing specific versions of software programs for use in markets other than those for which the original was developed. »

**Pym, 2002a, p. 1**

« Localization is a buzzword for the translation and adaptation of documents to meet the requirements of new "locales" (country/regions and languages), especially in the fields of software and websites. »

**Pym, 2002b, p. 3**

« [...] the processes by which a generic ("international") product is adapted to the requirements of a "locale", a place with a specific union of cultural and linguistic features. »

**Quirion, 2002, p. 1**

« Elle [la localisation] consiste en l'adaptation de produits informatiques, notamment des logiciels, et de leurs documents accompagnateurs à une langue et à une culture étrangères [...] »

**De la Paix, 2003, p. 192**

« Adaptation technique, linguistique et culturelle d'un produit informatique dans une langue étrangère. »

**Guidère, 2004, p. 75**

« [...] adapter un produit (site Web perçu comme une vitrine promotionnelle de l'entreprise, aide ou bande défilante en ligne, brochure promotionnelle, etc.) afin de le rendre conforme à l'attente du public d'accueil à la fois du point de vue linguistique et du point de vue culturel. »

**Aubin, 2006, p. 7**

« La localisation est l'adaptation, à des publics ciblés, de produits informatisés : logiciels, progiciels, didacticiels, jeux vidéo, sites Web. »

**Clark *et al.*, 2006, p. 45**

« [...] the process of adapting anything to a target locale. »

**Drouin, 2006, p. 49**

« [...] the interdisciplinary process of adapting an electronic product (software, website, Help file, CD, etc.) to the needs or expectations of a specific target audience (group of users, country, etc.). »

**Dunne, 2006, p. 4**

« The process by which digital content and products developed in one locale (defined in terms of geographical area, language and culture) are adapted for sale and use in another locale. »

**Enríquez, 2006, p. 55**

« [...] the concept [which] involves the convergence of language and technology, necessary to adapt any kind of digital content (software, websites, portals, online support systems, etc.) to a given target locale. »

**Gouadec, dans Bravo et Enríquez, 2006, p. 55**

« [...] translation PLUS any number of changes to the necessarily composite material to be "localized". »

**Graham, dans Mullamaa & Pineiro, 2006, p. 60**

« [...] the preparation of a text or part text for insertion in documentation for the locale in question. »

**O'Hagan, 2006, p. 39**

« Localization can be seen as an industrial process applied to content that is predominantly in digital form and needs to be adapted to target requirements. »

**Oliver, dans Mullamaa & Pineiro, 2006, p. 60**

« [...] localization is the translation of the new age. »

**Pym, 2006, p. 1**

« [...] a general set of discourses informing cross-cultural text production and adaptation in the fields of software, product documentation, web technology, and some international news services. »

**Sandrini, dans Mullamaa et Piñeiro, 2006, p. 57**

« [...] adapting a text (or a product) to a local audience [...] »

### **Milieu de l'enseignement (6)**

#### **Austin Community College**

« The term "software localization" describes the process of altering software products and web services (including embedded systems) for marketing to people who speak languages other than English. »

#### **California State University, Chico**

« Localization (L10N) is the process of adapting products and services (web sites documents, manuals and software application) in accordance to linguistic, cultural, technical and other locale-specific requirements of the target market. »

#### **Université Concordia**

« La localisation est l'ensemble des opérations de traduction et d'adaptation à la société d'accueil d'un contenu numérique. »

#### **Université de Montréal**

« La localisation, telle qu'elle est définie par l'Association LISA (Localization Industry Standards Association), consiste à adapter un produit (dans bien des cas un logiciel ou un composant informatique matériel) aux particularités linguistiques, culturelles et autres d'un environnement ou d'un marché cible donné. Cette activité implique généralement d'utiliser des outils informatiques spéciaux. »

#### **Université du Québec en Outaouais**

« La localisation, c'est l'adaptation à une langue et à une culture étrangère des logiciels et des documents techniques qui les accompagnent. »

#### **University of Limerick**

« Software Localisation is the adaptation of computer software packages and their associated documentation to suit the requirements of different languages. »

### **Sources lexicographiques (2)**

**Multidictionnaire de la langue française (Villers), 2003, p. 875**

« (Néol.) Adaptation d'un produit à un contexte particulier, à une culture déterminée. »

**Le Petit Larousse illustré (Jeuge-Maynard *et al.*), 2006, p. 639**

« Adaptation d'un produit, d'une activité productrice ou commerciale à une zone géographique en fonction de différents facteurs naturels, techniques, économiques, culturels et sociaux. Spécial. Action de localiser un produit multimédia (cédérom, DVD) dans un pays étranger. »

### **Sources terminologiques (2)**

**Bureau de la traduction, Termium Plus, 2006**

« Processus d'adapter et de traduire une application logicielle dans une autre langue de façon à ce qu'elle convienne linguistiquement et culturellement à un marché local particulier. »

**Office québécois de la langue française, Le grand dictionnaire terminologique, 2006**

« Adaptation d'un produit selon les besoins particuliers d'une clientèle cible appartenant à une zone géographique précise. »