

Université de Montréal

La collaboration en traduction (*Crowdsourcing in Translation*) :
l'exemple d'un concours de traduction en ligne

par Gulnara Shaydullina

DÉPARTEMENT DE LINGUISTIQUE ET DE TRADUCTION

Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de
Maître ès arts (M.A.) en traduction
option recherche

septembre 2017

© Gulnara Shaydullina, 2017

Résumé

Le « *crowdsourcing* », en traduction comme dans d'autres secteurs d'activité, est une réalité de plus en plus fréquente dont certains aspects, cependant, demeurent inexplorés. En vue de contribuer à combler cette lacune, le présent mémoire prend pour cas d'étude un concours de traduction en ligne organisé par un bureau de traduction de Moscou, en Russie.

Plus spécifiquement, à partir d'une analyse de la structure et du fonctionnement de ce concours, nous tenterons de démontrer 1) en quoi ce concours représente bien un exemple de *crowdsourcing* ; 2) la validité de ce mode de production appliqué à la traduction. Notre cadre théorique se base sur les travaux de Daren Brabham, chercheur en nouveaux médias et relations publiques, qui s'est intéressé à la définition de la notion du *crowdsourcing* et sur le potentiel de cette forme de travail, ainsi que ceux du journaliste économique américain James Surowiecki, qui a proposé et défini le concept de la « foule sage ».

Notre mémoire analyse les différents aspects de la collaboration massive en ligne, dont les motivations des participants, leur influence sur la structure organisationnelle du concours, ainsi que la façon dont les consommateurs-devenus-producteurs élaborent et appliquent leurs critères de sélection du meilleur produit final.

Par cette étude, nous cherchons à montrer que, appliqué à la traduction, dans la mesure où il transforme les consommateurs en producteurs ou « prosommateurs » (*prosumers*), le *crowdsourcing* est une forme de collaboration à la fois créative et efficace.

Mots clé : *crowdsourcing* en traduction, *crowdvoting*, « foule sage », concours de traduction, prossomateur

Abstract

Crowdsourcing in translation, just like in other industries, is a frequent contemporary phenomenon; however, certain aspects of it remain unexplored. This thesis attempts to fill that gap by examining the case study of an online translation contest, held by a Moscow-based translation agency.

This study analyzes the structure and functioning of the contest in order to assess, firstly, whether this online translation contest does represent a case of crowdsourcing and, secondly, to what extent crowdsourcing is an efficient mode of production in translation. The theoretical framework is based on the work by Daren Brabham, a researcher in new media and public relations who developed a definition of crowdsourcing and studied the potential of this practice, and on the work by James Surowiecki, an American finance columnist who proposed and defined the concept of a “wise crowd.”

The thesis analyzes various aspects of the translation context, such as the motivation of the participants, their influence on the organizational structure of the contest, and how these producers-turned-consumers formulate and apply their criteria in the selection of the best product.

In our case study, we shall demonstrate that crowdsourcing in translation is a fruitful form of creative collaboration because it transforms consumers into producers thus forming a new class of agents – prosumers.

Keywords : crowdsourcing in translation, crowdvoting, wise crowd, translation contest, prosumer

Remerciements

Je souhaite avant tout remercier ma directrice de mémoire, Hélène Buzelin, pour les outils méthodologiques indispensables à la rédaction et pour le temps qu'elle a pris pour discuter de mon sujet. Chacun de ces échanges m'a aidé à faire avancer mon travail, et son exigence m'a grandement stimulée.

J'aimerais ensuite remercier tous les membres du jury d'avoir accepté de juger ce travail.

TABLE DE MATIÈRES

RÉSUMÉ	I
ABSTRACT	II
REMERCIEMENTS	III
TABLE DE MATIÈRES	IV
INTRODUCTION	1
PROBLÉMATIQUE	2
CADRE THÉORIQUE	3
MÉTHODOLOGIE	4
CORPUS	5
HYPOTHÈSES	8
CHAPITRE 1. LE TRAVAIL COGNITIF COLLECTIF DANS LA SOCIÉTÉ CONTEMPORAINE. UN	
ÉTAT DE LA QUESTION	11
1.1. LA « FOULE SAGE » SELON SUROWIECKI	12
1.2. L'ARRIVÉE DU WEB 2.0	15
1.2.1. LE WEB 2.0 ET LA TECHNOLOGIE	16
1.2.2. LE WEB 2.0 ET LA COGNITION HUMAINE	18
1.2.3. LE WEB 2.0 ET LA SOCIÉTÉ	20
1.3. LA « FOULE SAGE » + LE WEB 2.0 = LE CROWDSOURCING	26
1.3.1. LA NAISSANCE DES PROSSOMATEURS	26
1.3.2. LE CROWDSOURCING : « QU'Y A-T-IL POUR TOI EN MON PRÉNOM... »	28
1.3.3. DAREN C. BRABHAM SUR LE CROWDSOURCING ET SUR CE QUI NE L'EST PAS	31

<u>CHAPITRE 2. LE CROWDSOURCING EN TRADUCTION</u>	36
2.1. LA TRADUCTION A L'ÂGE INFORMATIQUE : L'ÉTAT DE LA QUESTION	36
2.2. LES DIFFÉRENTES FORMES DE LA COLLABORATION MASSIVE EN TRADUCTION	44
2.3. QUESTIONS D'ÉTHIQUE ET DE LA VISIBILITE DU TRADUCTEUR A L'ÂGE INFORMATIQUE	46
2.4. MESURER L'EFFICACITÉ DES PROJETS COLLABORATIFS	58
<u>CHAPITRE 3 : UN CAS OBSERVABLE DE CROWDSOURCING EN TRADUCTION</u>	64
3.2. L'ORGANISATION ET LE DÉROULEMENT DU CONCOURS	67
3.3. LES PARTICIPANTS : UNE « FOULE SAGE » SELON SUROWIECKI ?	70
3.4. LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE : UN PROJET DE CROWDSOURCING SELON BRABHAM ET SCHENK ET GUITTARD ?	75
<u>CHAPITRE 4 : LES MODALITÉS D'INTERACTION ENTRE LES AGENTS</u>	78
4.1. DISCUSSIONS SUR LES TRADUCTIONS REMISES	79
4.2. DISCUSSIONS RELATIVES À L'ORGANISATION DU CONCOURS	82
4.3. LE VOTE POPULAIRE	87
<u>CHAPITRE V : LA PROSSOMATION EN TRADUCTION</u>	92
5.1. DISCUSSIONS AUTOUR DU « PRODUIT IDÉAL »	92
5.2. LES LECTEURS TRADUISANT	101
<u>CONCLUSION</u>	107
<u>ANNEXE 1. LE CONCOURS DE TRADUCTION : L'HISTORIQUE ET LES STATISTIQUES</u>	111
<u>ANNEXE 2. CHANGEMENTS LEXICAUX</u>	113
<u>ANNEXE 3. CHANGEMENTS SYNTAXIQUES</u>	114
<u>ANNEXE 4. CHANGEMENTS STYLISTIQUES</u>	116

<u>ANNEXE 5. CONCOURS NUMÉRO 22 : TEXTE À TRADUIRE (TIRÉ DU ROMAN <i>SILK</i> PAR CAITLIN KIERNAN)</u>	118
<u>ANNEXE 6. CONCOURS NUMÉRO 22 : TRADUCTION NUMÉRO 1 (AARON)</u>	119
<u>ANNEXE 6. CONCOURS NUMÉRO 22 : TRADUCTION NUMÉRO 117 (VUKUL)</u>	121
<u>BIBLIOGRAPHIE</u>	123

INTRODUCTION

La traduction a traditionnellement été vue comme une activité cognitive plutôt solitaire qui ne nécessite pas souvent d'effort collectif. Pourtant, le « *crowdsourcing* » en traduction prend de plus en plus d'ampleur. Notre projet de recherche a pour but d'observer certains aspects de son fonctionnement et d'en évaluer les résultats, en prenant pour cas d'étude un concours de traduction en ligne organisé trois fois par année par un bureau de traduction littéraire basé à Moscou. Le but du concours est de sélectionner des étudiants pour son école de traduction qui par la suite obtiendront l'emploi avec l'agence.

La traduction collective suppose inévitablement le délicat équilibre des contributions individuelles, de la gestion du processus et des débats pour parvenir à produire un texte cible ou, dans le jargon économique contemporain, un « produit ». Comme constatent les chercheurs en traductologie, dont O'Hagan, M. (2009), McDonough Dolmaya, J. (2011), Cronin, M. (2013) et Jiménez-Crespo (2011, 2014, 2017), ce sont souvent les consommateurs des textes traduits qui s'organisent volontairement pour un projet, souvent non rémunéré, de traduction collective. Par conséquent, aussitôt qu'une communauté de consommateurs participe à la production d'un texte, la dynamique des relations du travail change, et le rapport producteur-consommateur évolue. Les participants à un effort collectif se rendent vite compte, d'abord, qu'ils créent un produit pour eux-mêmes et peuvent donc le créer à leurs goûts. De plus, comme nous le montrent les exemples fournis par O'Hagan (2009), les participants à un tel projet – que l'on pourrait qualifier de producteurs-consommateurs – découvrent également parfois que ses goûts ne sont pas toujours partagés par les commanditaires du travail, qui en sont en même temps les « experts » et les « gestionnaires ».

Problématique

Le présent mémoire a pour but de montrer que le *crowdsourcing*, appliqué à la traduction, peut être une forme de collaboration cognitive à la fois créative et efficace. Le premier chapitre retrace l'histoire du *crowdsourcing*, du « web 2.0 » à la « prosumation », en passant par la « cognition augmentée » et le « Web social »¹. Ce survol servira à démontrer que cette forme d'organisation du travail, touchant toutes les sphères de l'économie contemporaine, y compris la traduction, découle à la fois de l'évolution technologique et des changements sociaux. À partir d'une étude de cas, qui partage des traits communs avec la traduction collaborative, la deuxième partie du mémoire analyse comment cette forme de travail collectif peut s'appliquer à la traduction.

Comme l'observe Surowiecki (2004), les êtres humains se sont rassemblés en « foules sages » depuis les millénaires ; mais, comme nous l'explique Brabham (2013), ce n'est que récemment, sous l'impulsion du web 2.0, qu'une certaine forme d'organisation d'une telle foule s'est développée, donnant naissance à la classe des « prosumateurs ». Il s'agit donc de tenter de déterminer en quoi ce nouveau mode de travail influence tant le processus de traduction que le produit final.

L'un des objectifs de la recherche est une meilleure compréhension de la composition de la communauté collaborative et de la motivation des participants. Nous tenterons aussi de faire ressortir la façon dont cette forme d'organisation du travail influence le résultat. Nous interrogerons, à quel point cette pratique est productive dans la nouvelle réalité du web participatif et social. Ces objectifs contribueront à vérifier l'hypothèse selon laquelle le *crowdsourcing* en traduction est une forme de collaboration valable et productive.

Notons que cette recherche portera uniquement sur les traductions réalisées dans le

¹ Ces concepts seront définis dans le premier chapitre.

cadre d'un concours de traduction en ligne organisé par un bureau de traduction. Dans le cas que nous étudierons, ce bureau – qui lance l'appel aux participants et nomme le jury – est à la fois commanditaire de la traduction, gestionnaire du projet et expert. La communauté des participants au concours, de son côté, joue le rôle de la « foule sage ». Le travail de traduction et d'évaluation effectué dans le cadre de ce concours sera considéré comme exemple d'un projet de *crowdsourcing*. Il est important de souligner que notre cas présente une forme de travail collectif, mais ce processus ne donne pas lieu à la traduction collaborative.

Cadre théorique

Traduire nécessite un effort cognitif visant la production d'un texte. Par ailleurs, la diversité des traductions possibles d'un seul texte a le potentiel de nous raconter une histoire. Ainsi, en participant à l'acte de traduction, un collectif de traducteurs acquiert la capacité de négocier et de construire un ensemble des critères pour une qualité désirée du texte final.

Selon Surowiecki (2004), la sagesse collective d'une « foule » surpasse la sagesse individuelle de ses membres. Cette affirmation soulève une série de questions. Si telle est la sagesse de l'activité intellectuelle collective en général, qu'en est-il en traduction ? Et si une activité intellectuelle collective peut produire des résultats valables, les résultats de cette activité, ici la traduction, sont-ils mesurables ? Les traducteurs sont-ils capables de collaborer efficacement ou bien se perdent-ils en discussions infertiles ? Surowiecki soutient que chaque forme de l'activité cognitive se prête au travail collectif. Cela s'applique à la rédaction de textes (de type Wikipédia), mais aussi à la traduction qui peut aussi rassembler des collaborateurs dans le but d'inventer d'autres modes de coopération. Ce mémoire exposera en premier lieu la notion de « sagesse des foules » de Surowiecki et la dynamique de son fonctionnement. Afin de bien mener notre analyse, nous nous attarderons sur les critères de la

« foule sage » définis par Surowiecki dans son ouvrage *The Wisdom of Crowds* (2004), dont la traduction française *La sagesse des foules* a été publiée en 2008.

Construite suivant le concept de Surowiecki, notre analyse cherche à déterminer si le cas étudié constitue bien un exemple de *crowdsourcing*. Pour conduire l'analyse, nous empruntons le vocabulaire employé par Daren Brahma dans son livre *Crowdsourcing* (2013) où il décrit les conditions requises pour que le travail collectif des membres d'une « foule sage » puisse être défini comme une forme de *crowdsourcing*.

Le raisonnement de Brahma est basé, entre autres, sur son analyse de la « foule sage » de Surowiecki. Il est important, toutefois, de noter que selon Brahma, la « foule sage » doit être organisée d'une certaine façon pour être un exemple du *crowdsourcing*.

Méthodologie

Pour comprendre les règles de fonctionnement du *crowdsourcing* en traduction, nous procéderons à l'étude d'un concours de traduction en ligne. Ce cas sera analysé à travers le prisme des concepts et des principes applicables à la notion de la « foule sage » et du *crowdsourcing*. Ce faisant, nous visons les objectifs suivants :

- 1) faire un bref survol des travaux sur le phénomène du *crowdsourcing* en traduction ;
- 2) analyser sous les angles sociaux, économiques et professionnels un cas particulier de *crowdsourcing* : nous nous intéresserons notamment à la motivation des participants, à la composition du groupe et sa diversité, à la dynamique de l'interaction, ainsi qu'à l'organisation spécifique du concours de traduction en ligne.

Le cadre théorique sera exposé plus en détail dans le premier chapitre consacré à un état de la question. Notre méthodologie comporte donc deux volets : le survol théorique et historique des tendances et des notions et l'analyse des textes choisis pour notre étude de cas.

Les principes méthodologiques et les concepts utilisés appartiennent à divers horizons théoriques, principalement, aux sciences informatiques, à la philosophie du web, aux sciences cognitives, aux sciences sociales et aux sciences de communication.

Corpus

Notre corpus se compose de deux types de documents : les textes traduits, de l'anglais vers le russe, par des participants au concours de traduction en ligne et les échanges postés sur la plateforme d'un forum en ligne, en russe, entre ces participants et les organisateurs du concours. C'est un cabinet de traduction situé à Moscou, travaillant étroitement avec plusieurs maisons d'édition en Russie, qui organise les concours, et ce, trois fois par année. Tous les textes et le forum de discussion sont en libre accès sur le site web du cabinet.

Le concours consiste à produire une traduction de l'anglais vers le russe d'un texte d'environ 500 mots, qui présentent un extrait d'œuvre d'un auteur contemporain. Les participants offrent leurs versions du texte traduit, discutent des difficultés de traduction et des critères d'une « bonne traduction » puis votent pour la traduction qu'ils considèrent comme la mieux réussie. L'organisateur du concours, qui dirige le cabinet de traduction, nomme le jury qui dressera, selon ses propres critères, une liste courte des meilleures traductions. Par la suite, le chef du cabinet considère le choix populaire et les traductions de la liste courte pour en choisir le gagnant. Pour notre analyse, nous avons sélectionné les documents relatifs à trente concours qui se sont tenus de 2006 à 2016.

Nous procéderons à l'analyse des textes – soit les traductions et des peritextes (le forum de discussion) – produits dans le cadre de trente concours selon les étapes suivantes :

- a) Lecture du texte de départ et des traductions offertes ;
- b) Observation et comparaison des approches et des stratégies favorisées par le jury et par les participants ;

c) Lecture et analyse des échanges des participants sur le forum de discussion.

Les échanges des participants sur le forum constituent une partie importante de notre corpus, qui est atypique pour le domaine de traductologie. Pourtant, l'analyse des forums de discussions est assez répandue dans la science de la gestion, la sociologie, la politologie et le marketing. Par exemple, Marcoccia (2004), en analysant le forum de discussion comme corpus, cite de nombreux ouvrages sur les divers aspects des échanges dans les forums de discussion. L'auteure définit ces derniers comme des « échanges discursifs médiatisés par ordinateur », « une correspondance électronique archivée automatiquement, un document numérique dynamique, produit collectivement de manière interactive ». (Marcoccia, 2004, p. 23-24)

Comme tout autre type de corpus, le forum de discussion possède ses problématiques spécifiques. Une des failles d'un tel corpus, selon Marcoccia, est dans « l'établissement du corpus : il s'agit d'un corpus sans début ni fin (sauf situation exceptionnelle). La question de sa clôture devient problématique. » (Marcoccia, 2014, p. 25) En ce qui concerne notre corpus, les débuts de chaque nouvelle discussion sont bien définis, mais, dans certains cas, les « clôtures » des discussions sont arbitraires : il arrive que de nouveaux messages soient ajoutés aux discussions pour les concours terminés il y a quelques mois ou même quelques années.

Ainsi, on pourra considérer que la spécificité d'un forum de discussion est qu'il s'inscrit explicitement dans une histoire des échanges plus longue, qu'il se présente le plus souvent comme inachevé. (Marcoccia, 2014, p. 25)

Le deuxième aspect problématique de notre corpus est dans la « digression thématique à l'intérieur d'un forum » (Marcoccia, 2014, p. 25) lorsque la discussion se divise en

conversations parallèles. Cela nous oblige de prêter plus d'attention au déroulement des discussions pour bien suivre les thèmes et les résumer.

La troisième faille de notre corpus est dans le fait que plusieurs participants au concours ont choisi de ne pas s'exprimer dans le cadre du forum de discussion : le nombre des participants enregistrés comme traducteurs des textes est plus élevé que le nombre des participants au forum de discussion.

Il s'agit alors de caractériser ces différents types de participants, selon leur mode d'engagement dans l'interaction. Dans un forum de discussion, on peut faire une première distinction entre ceux qui produisent des messages (et qui sont a priori identifiables) et ceux qui se contentent de lire les messages et qui ne laissent aucune trace dans l'espace de l'interaction (les *lurkers*). (Marcoccia, 2014, p. 30)

Malgré toutes ses faiblesses, le forum de discussion peut être une source de l'information valable pour les chercheurs. Selon Marcoccia (2004), l'analyse des forums de discussion accessibles en ligne permet d'observer plusieurs phénomènes liés à la dynamique des échanges, à la structuration des discussions et à la prise de position par les participants. Dans cette optique, soutient Marcoccia, « il s'agit d'un corpus idéal pour l'analyse des conversations et l'analyse du discours », car, premièrement, « il s'agit d'échanges authentiques produits en l'absence de l'analyste qui les enregistre » et, deuxièmement, « ces corpus sont homogènes, définis par leur mise en mémoire et par le dispositif ». (Marcoccia, 2004, p. 25) Dans le contexte de notre étude, nous considérons que notre corpus est représentatif de notre question de recherche : l'observation et l'analyse des échanges dans le cadre d'un forum de discussion nous informent sur la motivation des participants, sur le processus de la production d'idées et de la confrontation d'arguments, sur les résultats du vote, ainsi que sur l'évolution du modèle organisationnel du concours.

Dans la dernière étape, nous procéderons au repérage des éléments de discussions portant sur les trois aspects suivants :

- composition de la communauté des traducteurs : diversité des expériences, compétences et motivations des participants ;
- processus de traduction : principales difficultés de traduction selon les participants ; critères de qualité et stratégies établis par les participants ;
- interaction entre les participants et l’organisateur du concours : régularités dans les opinions exprimées par des participants ; rapport de force entre l’organisateur et les participants ; positions prises envers la décision du jury (des experts).²

Hypothèses

À partir du cas d’étude, nous nous sommes d’abord posé des questions portant sur la composition de la communauté des participants (leurs expériences et leurs compétences) et sur leur motivation. Nous avons ensuite interrogé leurs préférences, leurs stratégies de traduction, leur appréciation du produit final et du choix du jury, ainsi que les résultats du vote populaire. Enfin, nous nous sommes demandée si les données obtenues nous permettaient de qualifier cette communauté de « foule sage » et si la structure organisationnelle du concours de traduction correspondait bien au modèle particulier du *crowdsourcing*.

Notre hypothèse est que la communauté des participants à ce concours est une « foule sage » et que le mode de production observé constitue bien un cas de *crowdsourcing* sous forme de *crowdvoting* (le vote populaire). Étant donné que le phénomène du *crowdsourcing* est clairement défini et décrit en profondeur par de nombreux chercheurs comme un produit

² Tous ces textes étant en accès libre, nous ne sommes pas tenue d’obtenir le certificat d’éthique requis lorsque la recherche compte sur la participation de sujets humains.

de l'évolution technologique et sociale, nous considérons qu'il s'agit d'un mode de travail collectif tout à fait valable pour la traduction et que le concours de traduction en ligne que nous étudions présente un cas observable du *crowdsourcing* en traduction.

Les discours des traducteurs et des membres du jury expriment des dynamiques inhérentes à l'organisation de travail bidirectionnel – descendant (*top-down*) et ascendant (*bottom-up*) – qui caractérisent le *crowdsourcing*. D'autre part, la pratique de la traduction collective telle que nous l'avons observée révèle une grande diversité d'expériences, de motivations et d'opinions des participants.

En règle générale, les traducteurs professionnels ne consomment pas les textes qu'ils traduisent (textes spécialisés, manuels, documents officiels, etc.). Pourtant, dans les cas de traduction littéraire ou de la traduction par les communautés bénévoles, les traducteurs (professionnels comme amateurs) sont souvent motivés par le désir de produire un texte qui leur satisfait le plus en tant que consommateurs. Formulant les normes et les critères désirés de leur travail, ceux-ci se perçoivent à la fois comme producteurs et comme consommateurs des traductions, ce qui les caractérise comme consommateurs-devenus-producteurs.

Le cas que nous présentons est atypique pour la traduction, mais sa structure organisationnelle est similaire à celle qui existe dans le monde du design et de la conception des applications numériques. Dans le *crowdsourcing* des projets créatifs, les chercheurs en science de gestion et en science de communication cernent quatre étapes principales : une entreprise lance un appel sur une plateforme en ligne – une communauté des internautes soumet des solutions au problème ou des échantillons d'un produit – l'entreprise et/ou la communauté votent pour la meilleure solution ou le meilleur produit – le gagnant est récompensé d'une façon ou d'une autre. Les exemples typiques de tels projets sont les cas des

compagnies comme *Threadless* (design des t-shirts), *TopCoder* (création des applications numériques) et *Cuusoo* (le site créatif de la compagnie LEGO).

Le mémoire comporte cinq chapitres. Nous commencerons par présenter le survol de la notion de la « foule sage » de Surowiecki et des recherches sur l'évolution des technologies de la communication et de leur impact sur la cognition et sur la société, en particulier dans le contexte des nouvelles formes d'organisation du travail, dont le *crowdsourcing*. Le deuxième chapitre du mémoire sera consacré à un état de l'art sur le *crowdsourcing* en traduction. Dans le troisième chapitre, nous présenterons le cas d'étude basé sur le concours de traduction. Dans le quatrième et le cinquième chapitres portant sur les données recueillies, nous formulerons les principales conclusions ainsi que les points les plus significatifs qui sont ressortis des textes analysés.

CHAPITRE 1. Le travail cognitif collectif dans la société contemporaine, un état de la question

Intelligence can be exhibited by a network of individuals where each individual is specialized in a particular task so that no two individuals share the same cognitive state (skills, activity, and so on) per se, but that the successful action depends on the activities of the entire network.
(Halpin, 2008a)

Dans ce premier chapitre, nous commencerons par situer notre étude de cas dans un cadre théorique de « la foule sage » élaboré par James Surowiecki dans son ouvrage *La sagesse des foules* (2008). Nous analyserons les concepts clés qui s’y rattachent, révélateurs des particularités qui sous-tendent cette forme d’organisation. Nous tenterons aussi de tracer une brève histoire des évolutions technologiques récentes, dans la mesure où la collaboration cognitive contemporaine est le fruit d’un « mariage » entre une technologie de communication moderne et de nouvelles tendances sociales. Pour ce faire, nous nous inspirerons aussi du livre *Crowdsourcing* (2013) de Daren C. Brabham, chercheur en média contemporain, qui offre une synthèse des recherches sur les traits inhérents au *crowdsourcing*. Brabham a été parmi les premiers à formuler des critères pour définir ce type de travail collectif et pour la distinguer des autres formes d’organisation de travail. Selon lui, les auteurs tels que Surowiecki (2004) et Howe (2006, 2008), qui a introduit le terme *crowdsourcing*, ont toutefois été des pionniers dans l’étude de ce phénomène.

Les ouvrages de Surowiecki (2008) et de Brabham (2013) permettent de comprendre le rapport entre la technologie, les nouvelles formes d’organisation du travail, la production et la consommation. Car pour organiser, sur le mode du *crowdsourcing*, une production collective de biens, qu’ils soient matériels ou intellectuels, on doit reconnaître ce lien

indissociable unissant la technologie et la collaboration motivée. Autrement dit, selon les auteurs, le *crowdsourcing* n'advient que lorsque sont réunies des situations et des conditions bien précises. Dans les sections qui suivent, nous présentons les circonstances dans lesquelles la traduction collective peut aussi présenter un cas de *crowdsourcing*, soit une situation où un collectif constitué de professionnels et d'amateurs se transforme en une équipe productive, processus par lequel la frontière entre les producteurs et les consommateurs va s'estomper.

1.1.La « foule sage » selon Surowiecki

Evidence from decision-making shows that the "wisdom of crowds" - in other words, decision-making guided by the aggregate of information in a social network - reliably makes better decisions than any individual.
(K. Chen, L. Fine, and B. Huberman, p. 2003)

La sagesse des foules de James Surowiecki (2008), ouvrage de référence sur le sujet, brosse un portrait sociologique et mathématique des recherches portant sur la collaboration cognitive. Journaliste financier au magazine *The New Yorker*, Surowiecki décrit les avantages et les limites des efforts collectifs. Les exemples et les observations qu'il présente visent à démontrer que, dans certaines circonstances, une foule peut être plus sage que l'individu le plus intelligent d'une collectivité. La thèse est étayée de nombreux exemples attestant que la réponse d'un groupe d'individus – nombreux, informés et volontaires – à un problème complexe est statistiquement meilleure que celle d'un individu isolé. Elle est même meilleure que la meilleure réponse des seuls experts du groupe.

Selon Surowiecki, les groupes fonctionnent bien dans certaines circonstances et moins bien dans d'autres. Les groupes ont besoin de règles pour maintenir l'ordre et la cohérence, mais c'est aussi important que les membres d'un groupe se parlent et apprennent les uns des

autres. Selon l'auteur, les grands groupes sont difficiles à gérer et donc inefficaces à cause de « trop de communication », ce qui entraîne le « bruit » au lieu d'échange productif. Les groupes trop petits, cependant, manquent de diversité et courent le risque « d'être trop prompts au consensus ». (Surowiecki, 2008, p. 26-27).

Selon l'auteur, pour qu'un groupe puisse devenir une « foule sage », quatre conditions principales doivent être remplies :

- la diversité des opinions et des compétences ;
- l'indépendance et la décentralisation des membres du groupe – l'hétérogénéité géographique, la désynchronisation dans le temps et l'absence de hiérarchie ;
- la liberté d'opinion assurée par l'accès libre et éclairé à l'information ;
- la disponibilité d'une plateforme numérique appropriée (un site web, un forum en ligne, etc.) qui permet l'agrégation d'opinions et la formulation d'un résultat pertinent.

Les deux premières caractéristiques sont considérées comme déterminantes pour le succès de la collaboration :

La diversité et l'indépendance sont importantes parce que les meilleures décisions collectives sont le produit de désaccord et d'affrontement, non de consensus et de compromis. Un group intelligent, en particulier quand il est confronté à des problèmes de cognition, ne requiert nullement que ses membres modifient leurs positions afin que le groupe parvienne à une décision satisfaisante pour tous, il s'efforce d'utiliser des mécanismes – comme les prix de marché, ou des systèmes de vote intelligents – pour agréger et produire des jugements collectifs représentatifs non seulement de ce que chacun des membres du groupe pense, mais plutôt, en un sens, de ce qu'ils pensent tous. Paradoxalement, plus chaque personne qui le constitue pensera et agira en toute indépendance, et plus le groupe sera astucieux. (Surowiecki, 2008, p. 27)

Il faut noter, cependant, que c'est la « diversité cognitive », non la « diversité sociologique », que l'auteur considère comme importante pour le fonctionnement efficace de la « foule ». (Surowiecki, 2008, p. 240)

En ce qui concerne la décentralisation, ou l'auto-organisation, l'auteur souligne que cette notion fascinante se trouve au carrefour de plusieurs sciences. Les chercheurs en sciences physiques et en biologie, par exemple, ont observé plusieurs exemples de systèmes décentralisés, comme les colonies des abeilles, qui, malgré l'absence d'un centre coordonnateur, sont vigoureux et adaptables. (Surowiecki, 2008, p. 111) L'avantage de la décentralisation, selon l'auteur, est qu'elle encourage l'indépendance et la spécialisation, tout en permettant aux collaborateurs de coordonner leurs activités et de résoudre les problèmes.

En termes de prise de décision et de solution de problèmes, deux choses caractérisent en propre la décentralisation. Elle nourrit, et est nourrie en retour par la spécialisation du travail, de l'intérêt, de l'attention ou de ce que vous voulez. La spécialisation, nous le savons depuis Adam Smith, a tendance à rendre les gens plus productifs et plus efficaces. Et elle accroît la portée et la diversité des opinions et des informations au sein du système (même si chaque personne réduit le champ de ses intérêts individuels). (Surowiecki, 2008, p. 112)

Quant à l'indépendance, l'auteur souligne qu'elle ne signifie pas l'isolement, mais la liberté relative de l'influence des pairs. Ce principe sert deux buts : prévenir la « corrélation de l'erreur » et offrir de nouvelles informations au lieu de continuer de fournir des informations déjà connues (Surowiecki, 2008, p. 78-79), d'où l'importance de ne pas confondre la prise de décision collective avec la « recherche du consensus ». (Surowiecki, 2008, p. 261) Au contraire, la « sagesse des foules » ressort de la « libre expression de points de vue contradictoires ». (Surowiecki, 2008, p. 261)

En ce qui concerne les deux autres conditions d'une collaboration réussie, soit la liberté d'opinion (accès libre et éclairé à l'information) et la technique appropriée d'agrégation d'opinions, Surowiecki souligne que les technologies de communication contemporaines offrent des possibilités améliorées et pratiquement illimitées pour assurer l'accès à l'information et l'agrégation libre et rapide de diverses opinions. Ainsi,

l'omniprésence des technologies numériques et la migration des réseaux sociaux vers des plateformes web permettent l'organisation de « foules sages » à grande échelle :

Et les chercheurs en sciences sociales portaient une attention accrue à l'importance des réseaux sociaux, qui permettent aux personnes d'entrer en contact et de se coordonner les unes avec les autres sans que quiconque en endosse la responsabilité. Plus important, bien entendu, fut le développement d'Internet qui est, par certains côtés, le système décentralisé le plus visible au monde ainsi que les technologies corollaires comme le transfert de fichiers en peer-to-peer [...] qui démontrait clairement les possibilités (économiques, organisationnelles et autres) qu'offrait la décentralisation. (Surowiecki, 2008, p. 111)

Dans les chapitres suivants, nous verrons que la traduction au sein du concours en ligne dans notre étude de cas tend à illustrer cette tendance. Bien qu'atypique, notre étude de cas démontre une des façons d'organiser la « foule ». Effectivement, aujourd'hui, l'exploitation de l'intelligence collective connaît de multiples formes en passant de la vie réelle à l'espace virtuel, phénomène dont le socle technologique est ce que l'on nomme communément le « web 2.0 ».

1.2. L'arrivée du web 2.0

Within the last few years, a combination of easy-to-use interfaces for creating content and a large number of web-sites that prioritize the social and collaborative creation of content by ordinary users have taken off, leading to the phenomenon known as "Web 2.0," literally the next generation of the Web.
(Halpin, 2008b)

Beaucoup d'ouvrages scientifiques, d'articles de magazines et d'interviews ont été publiés sur l'état, les pratiques et les tendances des communications numériques contemporaines marquées par l'expansion des technologies, dont un des fruits les plus répandus est l'Internet. Les opinions et les appréciations exprimées sur le sujet varient et souvent s'opposent diamétralement. Par exemple, dans son essai très commenté *La civilisation du spectacle* (2012), l'écrivain nobélisé et journaliste Mario Vargas Llosa déplore

l'expansion de l'Internet, son omniprésence et sa facilité d'utilisation. Dans son analyse approfondie de l'état de la civilisation humaine, centrée sur les médias de la communication, la culture et le divertissement, l'auteur soutient que les technologies numériques sont pour les humains contemporains ce que le cirque était au peuple de la Rome antique, surtout lorsque l'ordinateur personnel est apparu dans presque chaque maison. Il regrette le fait que l'image et le son éclipsent la parole et le texte écrit, ce qui, selon lui, décourage la réflexion. L'auteur affirme que ces changements aliènent les individus en les privant des sources de connaissance traditionnelles et que ce que nous apportent les médias contemporains, c'est « plus d'information, moins de connaissance » (*más información, menos conocimiento*). (Llosa, 2012, p. 208)

En même temps, certains philosophes et de nombreux chercheurs en sciences cognitives et en sciences informatiques sont de l'avis contraire. Philosophe et historien des sciences, Michel Serres, par exemple, salue la naissance d'un « nouvel humain » branché. Il soutient que le progrès technologique bouleverse inévitablement la société tout en la changeant en mieux. (Serres, 2011) Selon Serres, ce que certains critiques reprochent aux technologies modernes (soit l'omniprésence, la facilité d'usage, l'instantanéité et la représentation multiforme) est célébré par les scientifiques comme une synergie gagnante qui offre à l'humanité des possibilités jusque-là inconcevables. Il sera juste de mentionner que la cognition humaine bénéficie également de cette évolution technologique et sociale.

1.2.1. Le web 2.0 et la technologie

Les technologies de communication du XXI^e siècle se distinguent par des fonctionnalités qui ont entraîné des changements sociaux importants. Premièrement, leur *simplicité d'usage* a annoncé l'ère de *l'accessibilité* à tout utilisateur sans connaissance

technique spécialisée. Deuxièmement, l'*interactivité* a permis aux utilisateurs de *contribuer*, d'*échanger* et de *collaborer* de façons variées, et ça, en tant qu'*individus* et en tant que *collectivités*. Par conséquent, le web est devenu *social*, et les internautes sont devenus *actifs*, c'est-à-dire qu'ils ne sont plus de simples consommateurs, mais des producteurs. Le web est passé de sa version 1.0 à sa version actuelle.

Introduit par Tim O'Reilly, président de la maison d'édition américaine informatique O'Reilly Media, Inc., le terme anglais *Web 2.0* signifie à la fois l'évolution et la révolution dans le monde des communications numériques. Dans son article publié le 30 septembre 2005, O'Reilly résume les fonctionnalités principales de ce phénomène dont la plus importante est l'implication de l'intelligence collective : « *There's an implicit "architecture of participation", a built-in ethic of cooperation, in which the service acts primarily as an intelligent broker, connecting the edges to each other and harnessing the power of the users themselves.* » (O'Reilly, 2005, p. 2)

O'Reilly décrit le web 2.0 comme un univers reposant sur des systèmes architecturaux plus intelligents, accessibles à tous et basés sur des modèles d'affaires plus légers qui assurent l'agrégation des données et des services. Tout cela caractérise le nouveau web comme un phénomène dont la fonctionnalité principale est « *harnessing collective intelligence, turning the web into a kind of global brain* ». (O'Reilly, 2005, p. 3) Par conséquent, cet univers s'améliore constamment tout en manifestant son principe clef : « *the service automatically gets better the more people use it* ». (O'Reilly, 2005, p. 2)

Laurence Allard, sociologue à l'Université de Lille, souligne que dans le web 2.0 « la dimension massive de l'usage des technologies sociales est frappante » et ce continuum sociotechnique désigne « le deuxième âge d'internet et du web et son tournant expressiviste » (Allard, 2007, p. 2) avec l'élargissement du nombre des producteurs d'information et des

opinions. Des contenus numériques sont publiés et diffusés virtuellement sous plusieurs formes : les blogues, les wikis, les cartes virtuelles, les sites de partage des vidéos, des photos et des textes, ainsi que les plateformes de forums de discussions et des concours en ligne. En somme, les architectures du web 2.0 sont devenues participatives et la contribution est devenue collective « permettant une remarquable ré-mixabilité collaborative, processus par lequel les informations et les médias que nous avons construits et partagés peuvent être recombinaisonnés et créer de nouvelles formes, concepts, idées, mashups et services ». (Allard, 2007, p. 2)

1.2.2. Le web 2.0 et la cognition humaine

Philosophy, artificial intelligence and cognitive science have long been dominated by the presupposition that intelligence is fundamentally individual. Recent work in cognitive science clearly undermines that notion. Increasingly, intelligence is seen not as having its locus in the individual, but in the network of relationships that the individual has with the external world and other individuals.
(Halpin, 2008a)

Bien que le terme « intelligence collective » soit entré dans l'usage depuis déjà deux décennies, Pierre Lévy a été un des premiers chercheurs à l'explorer en profondeur. Sociologue et chercheur de renommée internationale dans le domaine des technologies numériques de communication, Lévy a publié de nombreux ouvrages sur l'intelligence collective qu'il voit comme « *a form of universally distributed intelligence, constantly enhanced, coordinated in real time, and resulting in the effective mobilization of skills* » (Levy, 1994a, p. 13) dont la base et les buts sont la reconnaissance réciproque et l'enrichissement des individus.

Au moins dix ans avant la parution de l'ouvrage sur les « foules sages » de James Surowiecki, Lévy a résumé les caractéristiques principales de l'intelligence collective numérique. Selon l'auteur, elle peut être décrite, d'un côté, comme décentralisée, autonome et

dégagée des contraintes économiques et étatiques. De l'autre côté, elle est caractérisée par l'interaction constante entre les individus et leur environnement et par l'émergence d'une nouvelle convivialité et d'une nouvelle éthique. (Lévy, 1994b, p. 29) Pour Lévy donc, l'intelligence collective dans l'ère des nouvelles technologies promet une nouvelle organisation sociale dont l'efficacité est assurée par les compétences, les connaissances et la motivation des participants : « Qu'est-ce que l'intelligence collective ? C'est une intelligence partout distribuée, sans cesse valorisée, coordonnée en temps réel, qui aboutit à une mobilisation effective des compétences ». (Lévy, 1994b, p. 29)

Quels sont les mécanismes derrière l'agrégation de la cognition individuelle dans une intelligence collective virtuelle ? Chercheur dans le domaine du Web sémantique, Harry Halpin fait la promotion du concept du web comme espace universel d'information dans le but de faciliter le développement de l'intelligence collective. Dans son article « Philosophical Engineering: Towards a Philosophy of the Web » (Halpin, 2008b), il fait la synthèse de ses études empiriques centrées sur l'extraction de données et sur la représentation de connaissances dans le web. Il maintient que la mémoire humaine est loin d'être parfaite, et donc sont avantagés les individus qui ont trouvé un moyen de garder leurs connaissances à l'extérieur de leur corps. Plus avantagés encore sont les individus qui ont trouvé un moyen de partager et d'échanger (et donc d'augmenter) leur connaissance, leur mémoire et leur activité cognitive. Halpin explique que les éléments de la mémoire numérique apparaissent dans le web comme des représentations externes avec leurs adresses uniques. Ce qui est important, selon l'auteur, c'est le fait que les représentations sont accessibles en tout temps par plusieurs individus qui par conséquent partagent le même statut cognitif. (Halpin, 2008b)

Selon l'auteur, le web d'aujourd'hui, accessible et interactif, constitue une plateforme remarquable pour la cognition sociale étendue : « *This socially extended cognition can be*

accomplished via shared external representations. In fact, it is precisely to these ends that the constant work on the Web is heading, especially the more interactive and collaborative Web technologies. » (Halpin, 2008b)

Dans son article « Foundations of a Philosophy of Collective Intelligence », Halpin décrit le web comme « une explosion véritable des représentations » qui sont mises en service de coordination en temps réel « *as a tool for collective intelligence* » et qui ont pour résultat de situer l'intelligence non plus dans l'esprit individuel, mais dans la collectivité des individus. (Halpin, 2008a) L'analyse de cette nouvelle organisation sociale doit donc se concentrer sur la diversité des connaissances et des idées générées par une collectivité de participants et sur l'exploration des diverses formes d'organisation de cette diversité dans un processus créatif et productif.

1.2.3. Le web 2.0 et la société

A new kind of space for action and interaction is emerging. Computers and net-works are developing into a social medium and forming a new kind of habitat [...]. Providing content via the World Wide Web has been the killer application of the Internet in the last few years. Linking people will be the next killer application.
(Hoschka, 1998b)

En 1998, Peter Hoschka, à l'époque chercheur à l'*Institute for Applied Information Technology* (FIT) en Allemagne (*GMD German National Research Center for Information Technology, Sankt Augustin*), a proposé le terme « Web social » pour souligner la fonctionnalité sociale du web en transition du « *web of static hyperlinked web-pages to a more interactive and collaborative medium* ». (Hoschka, 1998b) Hoschka explique que le web émergent augmente non seulement les capacités cognitives humaines, mais crée aussi un réseau ouvert global d'information distribuée qui lie les individus, les collectivités et les concepts. La communication et la collaboration en ligne – « des liens aux documents vers les

liens humains » (*from document links to people links*) – sont rendues possibles à travers les applications et les plateformes fournies par le Web social. (Hoschka, 1998a) Parmi les nombreuses fonctionnalités émergentes, Hoschka anticipe l'environnement partagé, « habité » par des individus, où une large gamme des expressions est permise et où le passé (l'histoire) et la présence (les activités) s'étendent dans le monde réel au moyen de machines intelligentes. (Hoschka, 1998a)

Le Web social est donc un ensemble d'interactions humaines qui lie les gens à travers le web. Le concept de Web social détermine l'architecture et les principes des sites et des applications : ils sont tous conçus dans le but de promouvoir les relations sociales. À leur tour, les interactions en ligne conditionnent et constituent la base de toute activité en ligne. Ainsi, le changement des goûts et des préférences des utilisateurs ont un impact majeur sur le fonctionnement et la structure du web. Le Web social se réinvente constamment tout en se présentant comme une nouvelle façon d'interagir, de travailler et même d'exister.

Dans leur livre *Les vrais révolutionnaires du numérique*, Michel Berry et Christophe Deshayes soutiennent que le Web social réplique, comme dans un miroir, les réseaux et les relations humaines de la vie réelle, et il crée aussi de nouveaux types de liens qui facilitent et intensifient les interactions et les possibilités hors ligne. (Berry et Deshayes, 2010) Selon les auteurs, aujourd'hui, le phénomène par lequel les individus forment des relations en ligne puis les transportent dans la vie réelle se produit à macro-échelle. De la même façon se développent des modèles de travail novateurs : les individus et les communautés « physiques » forment des réseaux collaboratifs pour échanger les idées, les services et les produits. Berry et Deshayes appellent cette transformation sociale « la vraie dimension de cette révolution numérique » qui se distingue dans le fait d'être « animée par la curiosité, la

passion, un zeste d'esprit frondeur, et dans laquelle chacun peut être alternativement moteur ou en situation de retrait ». (Berry et Deshayes, 2010)

Les auteurs considèrent la liberté du monde numérique comme un moteur innovateur :

[...] ce qui est frappant ici, c'est que chacun peut s'engager de manière réversible : je contribue à une définition de Wikipédia, mais je n'irai pas forcément plus loin ; je participe à un réseau, mais j'arrête quand je veux. Et d'engagement réversible en engagement réversible, on en vient à persévérer. Il se pourrait alors qu'on s'implique plus volontiers, plus joyeusement, parce qu'on se sent plus libre. (Berry et Deshayes, 2010)

À la lumière de cette transformation sociale, la théorie du lien faible, établie en 1973 par le sociologue Mark Granovetter, trouve une résonance particulière et sert à expliquer le fonctionnement des réseaux sociaux. Dans son article « Sur la force des liens faibles », Mark Granovetter observe que la plupart des modèles de réseaux analysés au sein des études sociologiques sont les microréseaux, soit des relations dans de petits groupes bien définis. Les liens dans de tels réseaux sont qualifiés de « liens forts ». Pour Granovetter, la force d'un lien se mesure en une combinaison du temps, de l'intensité émotionnelle, de la confiance mutuelle et des relations de réciprocité entre les membres d'un groupe. (Granovetter, 1973, p. 1361) L'auteur insiste sur l'importance de considérer les relations *entre* des groupes, soit les macro-réseaux qui présentent les « liens faibles ». Granovetter soutient que l'étude des liens faibles pourrait faciliter la formulation de modèles applicables aux phénomènes comme la mobilité sociale, l'organisation politique et la cohésion sociale.

Il est important de noter que, dans cet article, Granovetter parle des relations dans la « vie réelle », mais les sociologues du web ont déjà senti l'urgence de considérer aussi les réseaux sociaux virtuels. Ainsi, Dominique Cardon, Maxime Crepel, Bertil Hatt, Nicolas Pissard et Christophe Prieur, qui étudient étroitement des plateformes relationnelles à succès du web 2.0, constatent que les réseaux sociaux « font apparaître des modes de collaboration

inédits entre utilisateurs ». (Cardon, Crepel, Hatt, Pissard et Prieur, 2008) La caractéristique principale des réseaux sociaux virtuels, selon les auteurs, réside dans ce qu'ils appellent « force des coopérations faibles », expression forgée en référence aux « liens faibles » décrits par Granovetter. Selon les auteurs, ces plateformes « proposent une articulation originale entre individualisme et solidarité » à travers le partage et la publication des informations et des productions en favorisant « une dynamique de bien commun à partir de logiques d'intérêt personnel ». (Cardon, Crepel, Hatt, Pissard et Prieur, 2008) Se basant sur l'ensemble des études en sociologie des réseaux sociaux et des études des grands graphes d'interactions, les auteurs formulent les dix principes de fonctionnement de tels réseaux :

- 1. L'individualisme démonstratif** : paradoxalement, la coopération numérique est motivée par l'individualisme ; les internautes se singularisent des autres en affichant leurs différences.
- 2. La visibilité comme possibilité de coopération** : la publication des informations et des produits par des internautes individuels encourage l'échange et la coopération entre les utilisateurs. Par conséquent, les participants commencent à créer ensemble.
- 3. Les « amis » ne sont pas forcément des amis** : les sites du web 2.0 rendent possibles la création et l'affichage de la liste des relations des utilisateurs, constituée d'un mélange des contacts migrés de la vie réelle et des contacts purement virtuels ; ces carnets de contacts sont diversifiés et servent à la prolifération des informations et à l'expansion des réseaux.
- 4. Les communautés ne sont que des réseaux solidifiés** : les réseaux de contacts et d'échanges se consolident parfois autour des activités partagées où les participants s'organisent et se structurent en une communauté caractérisée par une « coopération faible », souple et mobile.

5. **La circulation horizontale** : le web 2.0 permet une navigation horizontale (entre pairs) peu hiérarchisée (à travers des réseaux étendus d'amis) et offre des outils collectifs d'évaluation.
6. **La distribution d'engagements hétérogènes** : contrairement aux « communautés fortes » de la vie réelle, les internautes du web 2.0 se caractérisent par une très grande diversité des formes et de l'intensité de participation.
7. **Les « petits » sont nécessaires aux « grands »** : l'économie particulière des plateformes du web 2.0 valorise les petits engagements (les petites actions ou tâches) des internautes dont la contribution est indispensable au travail collectif de l'ensemble de la plateforme.
8. **La qualité par le nombre** : la qualité des contributions est déterminée par le grand nombre des participants – des utilisateurs, des lecteurs, des correcteurs et de commentateurs.
9. **Les hiérarchies produites par le comportement des autres** : les hiérarchies des internautes du web 2.0 ne sont pas fondées sur le statut social, la qualification ou le diplôme ; elles sont déterminées par l'activité, par les compétences et par la visibilité des utilisateurs ; fortes et mobiles, elles sont le produit collectif du comportement individuel.
10. **Toujours rebondir !** : c'est une règle de comportement essentielle des plateformes relationnelles du web 2.0 – les utilisateurs restent toujours actifs, en mouvement et prêts à s'investir dans des projets variés et à participer à plusieurs communautés.
(Cardon, Crepel, Hatt, Pissard et Prieur, 2008)

Notre analyse de ces dix principes nous révèle qu'ils s'inscrivent, bien qu'approximativement, dans le modèle de la « foule sage » conçu par James Surowiecki :

Tableau I. Les principes de la « foule sage » et de la « force des coopérations faibles »

Les principes de la « foule sage »	Les principes de la « force des coopérations faibles »
Diversité	3 / Les « amis » ne sont pas forcément des amis
	6 / La distribution d'engagements hétérogènes
Indépendance / Décentralisation	1 / L'individualisme démonstratif
	4 / Les communautés ne sont que des réseaux solidifiés
Opinions libres	2 / La visibilité comme opportunité de coopération
	9 / Les hiérarchies produites par le comportement des autres
	10 / Toujours rebondir !
Agrégation	5 / La circulation horizontale
	7 / Les « petits » sont nécessaires aux « grands »
	8 / La qualité par le nombre

Les chercheurs du laboratoire Sense d'Orange Labs soutiennent que cette formule de la « force des coopérations faibles » ne considère pas autant l'« esprit communautaire » que la motivation des membres des sociétés individualistes de produire des liens et des relations pour se singulariser et pour s'affirmer comme sujets. (Cardon, Crepel, Hatt, Pissard et Prieur, 2008) Ainsi, nous observons que l'arrivée du web 2.0 a donné lieu à l'augmentation de la cognition humaine et à l'expansion des réseaux collaboratifs. Les utilisateurs du web, par conséquent, commencent à générer le contenu, les services et les biens incitant l'apparition d'un phénomène de production par les consommateurs.

1.3. La « foule sage » + le web 2.0 = le *crowdsourcing*

Le web 2.0, exemple du génie computationnel progressif, impose des changements sur toute la société et pose des questions fondamentales d'ordres philosophique, social et économique. Les utilisateurs du web ne sont pas de simples consommateurs d'information, mais participent activement à sa production. Ed H. Chi, du Centre de recherches de Palo Alto, explore ces tendances du web devenu un phénomène social et souligne l'importance des études sur la capacité de production des utilisateurs :

The expansion of social computing research into the Social Web is a natural evolution of the endeavor to understand how to augment human cognition. The audacious challenge for researchers is to understand how to use Web 2.0 technologies to augment social cognition, particularly within the enterprise realm: to increase groups of users' capacity and speed to acquire, produce, communicate, and use knowledge. (Ed H. Chi, 2008)

Nous observons l'émergence d'une vision qui perçoit l'esprit humain comme un organe social dans l'environnement hyperbranché, qui change la nature des individus comme des êtres cognitifs et créatifs. Il est devenu évident que dans la version 2.0 le producteur du contenu est au centre, et c'est un producteur participant aux réseaux sociaux du web.

1.3.1. La naissance des prosumateurs

Mark this word in your mental diaries: Prosumer. The word is a combination of producer and consumer that perfectly describe the millions of participants in the Web 2.0 revolution. It's not a new word, but it's a word that will become the norm in the coming years.
(Suciu, 2007)

Les consommateurs qui produisent, connus sous le néologisme « prosumateurs », sont eux-mêmes le produit des avancées technologiques et des changements sociaux : les nouvelles plateformes fournies par le web 2.0 qui permettent l'interaction sociale visant la création et l'échange de contenu et de produits générés par les utilisateurs. Ce phénomène intéresse les sociologues, mais aussi les entrepreneurs ainsi que les organismes publics et

internationaux qui cherchent constamment à améliorer leur rendement et à saisir de plus vastes territoires. Nombreux sont les exemples où les actions des utilisateurs créent de la valeur : les applications basées sur la « folksonomie » (système de classification collaborative et spontanée de contenus internet), les sites de socialisation et les plateformes permettant à l'utilisateur de devenir aussi co-développeur du contenu ou d'une application. Selon Eric Van Hippel, directeur du groupe *Innovation et entreprise* au MIT (Massachusetts Institute of Technology), les utilisateurs-producteurs peuvent être des agents principaux de l'innovation dans les sphères de développement technique des réseaux de production, de distribution et de consommation, s'ils sont suffisamment indépendants pour diffuser leurs innovations et pour distribuer les résultats de leurs productions :

Innovation by users tends to be widely distributed rather than concentrated among just a very few very innovative users. As a result, it is important for user-innovators to find ways to combine and leverage their efforts. Users achieve this by engaging in many forms of cooperation. Direct, informal user-to-user cooperation (assisting others to innovate, answering questions, and so on) is common. Organized cooperation is also common, with users joining together in networks and communities that provide useful structures and tools for their interactions and for the distribution of innovations. Innovation communities can increase the speed and effectiveness with which users and also manufacturers can develop and test and diffuse their innovations. (Hippel, 2005)

Il est important de noter que ce que les chercheurs en technologies numériques appellent la « prossomation » ne correspond pas au concept homonyme proposé par Allan Toffler dans son livre remarquable et largement cité « La troisième vague ». (Toffler, 1984) Toffler maintient que l'ère postindustrielle signifie le déclin du nombre de « purs consommateurs », parce que les gens commencent à produire leurs propres biens et services, c.-à-d. devenir prossomateurs. Ce que Toffler analyse dans son ouvrage est donc une production à une petite échelle pour la consommation d'un seul foyer, tandis que par prossomation de l'ère numérique, nous entendons la production facilitée par des plateformes du web 2.0.

Les groupes des utilisateurs liés à travers la coopération ouverte sont souvent la source des innovations les plus pertinentes : « *In user innovation, sometimes called lead-user innovation, individuals outside of an organisation—say, customers who use a company’s product—modify the product to suit their specific needs, and the organisation incorporates those modification into future mass-market iterations.* » (Brabham, 2013, p. 19) Une des façons d’organiser les utilisateurs en une collectivité collaborative efficace est connue sous le nom de *crowdsourcing*.

1.3.2. Le *crowdsourcing* : « Qu'y a-t-il pour toi en mon prénom... »

Pour le web 2.0 – le Web social –, le *crowdsourcing* est devenu une des façons d’organiser les efforts collectifs. Facilité par les applications numériques, le *crowdsourcing* a développé ses propres fonctionnalités et techniques. Conséquemment, le terme ne s’applique qu’aux processus numériques, à une activité de nature spécifique sur le web. Selon Howe,

Technological advances in everything from product design software to digital video cameras are breaking down the cost barriers that once separated amateurs from professionals. Hobbyists, part-timers, and dabblers suddenly have a market for their efforts, as smart companies in industries as disparate as pharmaceuticals and television discover ways to tap the latent talent of the crowd. The labor isn’t always free, but it costs a lot less than paying traditional employees. It’s not outsourcing; it’s crowdsourcing. (Howe, 2006)

En effet, ce sont Jeff Howe et Mark Robinson, directeurs de la rédaction du journal *Wired*, qui ont forgé le terme « *crowdsourcing* ». En 2005, analysant le processus d’impartition du travail aux individus à travers l’internet, ils ont décidé que cette forme de travail équivalait à l’« *impartition vers la foule* » (*outsourcing to the crowd*). C’est ainsi qu’un néologisme porte-manteau – *crowdsourcing* – a vu le jour.

Simply defined, crowdsourcing represents the act of a company or institution taking a function once performed by employees and outsourcing it to an undefined (and generally large) network of people in the form of an open call. This can take the form of peer-production (when the job is

performed collaboratively), but is also often undertaken by sole individuals. The crucial prerequisite is the use of the open call format and the large network of potential laborers. (Howe, 2006)

En ce qui concerne le *crowdsourcing* en traduction, Jimenez-Crespo le décrit comme un des types de collaboration massive en ligne (*Massive Online Collaboration – MOC*) dont le deuxième type est l'ensemble des outils et des ressources en accès libre (Jimenez-Crespo, 2013, p. 193). L'auteur définit le *crowdsourcing* comme

volunteer translation produced in some form of collaboration by a group of Internet users forming an online community [...]. It is a phenomenon tied to the Web 2.0 that originally emerged through web localization and later expanded to include other types of translation types and modes. [...] Crowdsourcing, in translation, refers to a phenomenon in which the Internet provides a platform for completing tasks relying on the knowledge of a self-selected community of volunteers on the web. (Jimenez-Crespo, 2013, p. 193-194)

Comme traduction du terme *crowdsourcing* vers le français, la banque de données terminologiques et linguistiques du gouvernement du Canada Termium Plus® propose les termes « externalisation à grande échelle », « externalisation ouverte » et « production participative » et déconseille le terme « approvisionnement par la foule » qu'il considère comme une traduction littérale de « crowdsourcing » ne reflétant pas vraiment « le sens anglo-saxon du terme³ ».

Cependant, nous observons que les auteurs de recherches en français sur ce phénomène préfèrent utiliser le terme anglais seul ou en l'alternant avec les équivalents français. Lebraty, par exemple, définit le concept de *crowdsourcing* comme « l'externalisation par une organisation, *via* un site web, d'une activité auprès d'un grand nombre d'individus dont l'identité est le plus souvent anonyme » et propose « externalisation ouverte » comme traduction du terme. (Lebraty, 2009, p.154) Toutefois, l'auteur déclare qu'il emploie

³ http://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2alpha/alpha-eng.html?lang=eng&i=1&srchtxt=crowdsourcing&index=alt&codom2nd_wet=1#resultrecs

« indifféremment [...] les termes de crowdsourcing ou d'externalisation ouverte ». (Lebraty, 2009, p.155)

En effet, dans la majorité des citations en français, le terme *crowdsourcing* figure en anglais, par conséquent, nous avons choisi d'employer le terme *crowdsourcing* dans sa forme non traduite. Une autre raison pour ce choix est le fait que notre cas concerne l'un des types de *crowdsourcing* qui est appelé *crowdvoting* pour lequel nous n'avons pas encore rencontré d'équivalent dans la littérature en français sur le sujet.

Dans son livre sur le *crowdsourcing*, Howe (2008) explique que le *crowdsourcing* comme forme d'organisation du travail ne se limite pas à une stratégie unique : c'est un ensemble des façons de produire. Selon l'auteur, il existe quatre stratégies principales qui représentent ce phénomène : *Crowd Wisdom* (utilisation de la connaissance de la « foule » sur les thèmes spécifiques), *Crowd Creation* (utilisation de l'énergie créative de la « foule »), *Crowd Funding* (utilisation de la contribution monétaire de la « foule ») et *Crowd Voting* (utilisation du jugement de la « foule »). (Howe, 2008, p. 280)

Bien que le cas que nous décrivons soit atypique pour la traduction – où le *crowdsourcing* prend principalement la forme du *crowdcreation* –, il quand même illustre une pratique du *crowdvoting*, répandue dans le monde des affaires et du design : « La foule sait aussi trouver le meilleur : il s'agit ici de voir la foule comme un filtre et non plus comme une machine à produire. » (Lebraty, 2009, p.154)

Ainsi, le terme *crowdsourcing* englobe un spectre assez large de modèles de production, et les théoriciens en communications numériques ainsi qu'en sociologie et en sciences de la gestion cherchent à affiner la définition de cette notion. Dans le cadre de notre recherche, nous adoptons la définition élaborée par Daren Brabham, un des théoriciens les plus reconnus dans le domaine.

1.3.3. Daren C. Brabham sur le *crowdsourcing* et sur ce qui ne l'est pas

I define crowdsourcing as an online, distributed problem-solving and production model that leverages the collective intelligence of online communities to serve specific organizational goals.
(Brabham, 2013, p. xix)

Bien que Surowiecki (2008), dans son étude sur la « sagesse des foules », donne des exemples de travail collaboratif avant et après l'apparition de l'Internet, ce dernier a sans aucun doute apporté une nouvelle dimension à la coopération humaine. Dans son article « *Foundations of a Philosophy of Collective Intelligence* », Harry Halpin (2008a) réfère à l'ouvrage de Heylighen et al. (2004) qui souligne les effets du nouveau web sur la collaboration humaine :

As noted by Heylighen, there is no need for simultaneous presence, so interaction can be asynchronous, and individuals can even be anonymous and unaware of each other. This allows highly organized successful actions to be performed by individual that, due to limited memory and knowledge, would be unable to achieve success otherwise. (Halpin, 2008a)

Ces actions efficaces et autonomes peuvent être organisées de multiples façons. Le *crowdsourcing* constitue l'une d'entre elles, et la dernière décennie a connu plusieurs recherches sur le phénomène. Dans notre étude de cas, nous nous appuyons sur l'ouvrage de Daren C. Brabham, professeur adjoint à USC Annenberg (École de journalisme et de communication à l'Université de Caroline du Sud⁴) et rédacteur fondateur de la revue *Case Studies in Strategic Communication*⁵. Ses études sur les communautés des internautes et sur le rôle social des nouveaux médias ont donné lieu à deux livres et à plusieurs articles.

Le livre *Crowdsourcing* (2013) est un ouvrage très recherché et dense en exemples, une analyse importante du phénomène et du concept du *crowdsourcing*. Au cœur de ses

⁴ <http://annenberg.usc.edu/communication>

⁵ <http://cssc.uscannenberg.org/>

observations et de ses conclusions est le devoir qu'il se fait de cerner les traits inhérents d'un travail collaboratif où le collectif et l'individuel s'entrelacent pour former une structure productive.

Brabham soutient que les concepts sous-jacents au *crowdsourcing* ont toujours existé, mais ce n'est qu'avec la connectivité haute vitesse du web et avec la culture participative des années 2000 que le phénomène a vu le jour : « *Although crowdsourcing rests on long-standing problem-solving and collaboration concepts, it is a new phenomenon that relies on the technology of the Internet.* » (Brabham, 2013, p. 10)

Dans son livre, l'auteur fournit une analyse critique et qualitative du potentiel du *crowdsourcing*. Il qualifie cette forme de travail d'un modèle pour la résolution distribuée de problèmes qui se base sur l'intelligence collective d'une communauté web. Une partie considérable de son ouvrage est dédiée aux caractéristiques de ce modèle de production et aux conditions dans lesquelles le travail collaboratif devient un exemple du *crowdsourcing*. De plus, Brabham soutient que le terme *crowdsourcing* doit être épilé de la même façon qu'il a été conçu par Jeff Howe – comme « *crowdsourcing* » en un mot, sans des lettres en majuscule et sans tiret. (Brabham, 2013, p. 10)

Pour présenter les caractéristiques de la communauté en ligne impliquée dans un projet du *crowdsourcing*, Brabham s'appuie sur le concept de la « foule sage » de Surowiecki (2004) en accordant une place centrale aux notions de diversité, de motivation et de collectivité.

Crowdsourcing is a story of cooperation, aggregation, teamwork, consensus, and creativity. It is a new arrangement for doing work, but it also is a phenomenon where, when the conditions are right, groups of people can outperform individual experts, outsiders can bring fresh insights to internal problems, and geographically dispersed people can work together to produce policies and designs that are agreeable to most. (Brabham, 2013, p. 1)

S'inspirant de Surowiecki pour décrire la *composition* idéale d'une « foule sage » en ligne, Brabham stipule les conditions dans lesquelles la *structure organisationnelle* devient un projet de *crowdsourcing*. Selon lui, cette forme d'organisation du travail doit présenter un équilibre du pouvoir entre la communauté et l'entreprise – une combinaison de l'initiative et la créativité ascendantes (*bottom-up*) et la gestion descendante (*top-down*). Organisée de cette façon, une « foule sage » engagée dans un projet de *crowdsourcing* se révèle rentable et ne présente pas de risque opérationnel pour l'entreprise.

In crowdsourcing, the locus of control regarding the creative production of good and ideas exists between the organization and the public, a shared process of bottom-up, open creation by the crowd and top-down management by those charged with serving an organization's strategic interests. This sharing of power between an organization and the public makes crowdsourcing distinct from similar creative processes. (Brabham, 2013, p. xxi)

Par ailleurs, pour distinguer ce modèle des autres types d'organisation du travail, Brabham souligne que le *crowdsourcing* :

- ne tient pas lieu hors-ligne ;
- n'est pas un terme générique pour désigner toute forme de travail collaboratif en ligne ;
- n'équivaut pas à la production du type « logiciels à code source ouvert » (*open source software*) ;
- n'est pas un mot nouveau pour signifier la recherche marketing menée en ligne.

Pour illustrer le concept de *crowdsourcing*, Brabham cite le même exemple que Jeff Howe (2006) avait présenté dans son célèbre article inaugurant le concept, soit la compagnie *Threadless*, qui produit des t-shirts pour les vendre en ligne. Premièrement, la compagnie invite la communauté des internautes à participer au processus de conception de marchandise, et les participants soumettent leurs esquisses en ligne. Par la suite, les participants votent pour sélectionner les meilleurs designs. Par la suite, les motifs sélectionnés sont imprimés sur les t-

shirts et affichés sur les rangées virtuelles du magazine en ligne *Threadless* pour être vendus au grand public. Finalement, les auteurs des meilleurs modèles reçoivent des prix monétaires.

Plusieurs chercheurs travaillent sur la typologie des projets fondés sur les principes de *crowdsourcing*. Dans leur article « Une typologie des pratiques de Crowdsourcing : l'externalisation vers la foule, au-delà du processus d'innovation » (*Management international / International Management / Gestión Internacional*), Schenk et Guittard (2012) offrent « une classification structurante des pratiques de CS⁶ qui se cristallise dans une typologie des besoins de l'entreprise ». Leur typologie vise à mieux comprendre la motivation de la « foule » ainsi que les modalités d'interaction entre l'entreprise et les participants. En s'appuyant sur les caractéristiques de la « foule sage » de Surowiecki et d'autres chercheurs, Schenk et Guittard considèrent trois situations où le modèle de *crowdsourcing* peut être appliqué :

- l'entreprise sollicite la foule pour réaliser une tâche simple, à grande échelle. Une tâche simple mobilise peu de compétences cognitives et pourra, sous certaines réserves, être réalisée par un grand nombre de personnes à moindre coût;
- l'entreprise sollicite la foule pour la résolution d'un problème complexe. Une telle activité mobilise des ressources cognitives spécifiques et rares détenues par des experts (Bootz et Schenk, 2009, 2012);
- enfin, l'entreprise peut solliciter la foule pour tirer profit de la capacité créative des individus. Ici, le besoin de l'entreprise ne renvoie pas à la quantité des contributions ni à l'expertise détenue par quelques individus, mais explicitement à la créativité et à la singularité, qui sont une finalité du dispositif. (Schenk et Guittard, 2012, p. 94-95)

Nous estimons que la deuxième situation ne respecte pas les critères de la « foule sage » de Surowiecki (2008), parce que, selon Schenk et Guittard, ce sont seulement les experts qui participent à la résolution d'un problème complexe. Cependant, nous trouvons les deux autres situations – la réalisation d'une tâche simple et l'appel à la créativité des participants – conformes aux types de projets *crowdsourcing* décrits par Surowiecki et par

⁶ *crowdsourcing*

Brabham. Nous pouvons donc appliquer leurs formulations à notre étude sur le *crowdsourcing* en traduction.

Notons aussi que, parmi les activités qui se prêtent bien au *crowdsourcing*, Brabham nomme le design, la conception des applications numériques, le mappage démographique et géographique ainsi que la traduction.

Dans la partie 3.2 de notre mémoire, nous montrons que la structure organisationnelle de notre cas est très similaire à celle du projet *Threadless* auquel Brabham fait référence à plusieurs reprises dans son livre et qui est devenu quasiment canonique du phénomène en question. *Threadless* et le concours que nous avons analysé emploient le *crowdvoting* (ce qui n'est pas une pratique typique pour la traduction) comme forme de travail collectif.

CHAPITRE 2. *Le crowdsourcing en traduction*

Naguère, elle était invisible, niée, à la fois comme besoin, comme travail, comme profession et comme discipline. En quelques décennies, un nouvel environnement a bousculé ce monde de la traduction, laissant apparaître de nouveaux types de traducteurs et modifiant offres et demandes. Il n'empêche que nous avons encore besoin d'outils et de méthodes appropriés pour analyser les nouvelles hiérarchies entre d'une part les traducteurs et d'autre part les divers marchés du travail.

(Gambier, 2013, p. 219)

2.1. La traduction à l'âge informatique : l'état de la question

L'arrivée de l'informatique a bouleversé toutes les sphères de la vie et de la production. Par conséquent, les nouveaux outils et les formes novatrices de l'organisation du travail font sujet de recherche et de l'analyse de nombreux chercheurs et institutions. Ainsi, l'ouvrage de la Commission européenne dédié au *crowdsourcing* en traduction (*Crowdsourcing Translation*, 2012) décrit la situation actuelle comme en étant une d'explosion de contenu à traiter et des tâches à effectuer. Le taux de croissance des ressources, par contre, ne correspond pas à la demande, ce qui exige de nouvelles formes d'organisation du travail. (EC, 2012, p. 5)

Dans son livre *Translation in the Digital Age* (2013), Michael Cronin soutient que la réalité contemporaine ultrarapide, multi directionnelle et hyper branchée signifie non seulement l'arrivée de l'époque numérique, mais aussi, inévitablement, « l'époque de la traduction », parce que la convertibilité binaire – l'habilité des mots, des images et des sons à être codifiés – équivaut la traduction :

It is precisely the metamorphic or transformative effects of the convertible which are at the heart of the digital revolution that makes translation the most appropriate standpoint from which to view critically what happens to languages, societies, and cultures under a regime of advanced convertibility, and to understand what happens when that convertibility breaks down or reaches its limits. (Cronin, 2013, p. 3)

La multiplicité d'options de traduction en ligne, l'automatisation en grande échelle et l'instantanéité des échanges entraînent, selon Cronin, une confusion profonde. Dans son livre, l'auteur analyse les défis auxquels font face les traducteurs et la profession en général :

Is there a future for translators? In the age of Google Translate, is the human translator condemned to large-scale extinction, or to the quaint peripherality of the Sunday hobbyist? The demand for translation keeps growing apace in the contemporary world, but will humans continue to be asked to service this need, or will it be our machines that will do the bidding? (Cronin, 2013, p. 1)

En admettant l'impossibilité de fournir des réponses définitives à toutes ces questions, Cronin tente de se faire interprète plutôt que prophète. Tout d'abord, il soutient que l'engagement numérique avec la traduction doit être placé dans l'histoire matérielle de l'interaction humaine avec les outils. Ainsi, l'auteur affirme que l'humanité se définit par les possibilités offertes par ses outils. (Cronin, 2013, p. 3) La traduction semi-automatique s'installe dans la nouvelle configuration de l'activité de traduction, ce que Cronin compare à la révolution industrielle du 18^e siècle où « *the craft work of the hand loom ceding ground to the industrialized production of the cotton mill* ». (Cronin, 2013, p. 93)

Par la suite, Cronin examine comment l'engagement de la traduction avec la technologie influence la langue, la culture et la société. Selon lui, l'interaction entre les cultures et les sociétés suivent le paradigme 3T : « *trade, technology, translation* » et chaque nouveau médium (la technologie) impose des conséquences imprévues sur la traduction. (Cronin, 2013, p. 3)

Comme l'observe Cronin, l'informatisation massive et la bidirectionnalité des interactions déterminent la masse de traductions effectuées par de grosses compagnies et, en même temps, des formes alternatives d'organisation de traduction qui prennent place en

divers endroits selon les besoins. En constatant que la traduction est entrée dans l'ère post-impression (*post-print*), l'auteur se demande quelles sont les conséquences pour la façon dont les traductions sont effectuées et consommées. (Cronin, 2013, p. 6)

Cronin constate que la traduction en tant qu'activité se déroule en formes variées qui sont en grande partie influencées par l'accès à l'Internet, et cet accès est fort déséquilibré mondialement. Par conséquent, de nouveaux types de localisation apparaissent, influencés par les tensions géopolitiques et des stratégies corporatives. (Cronin, 2013, p. 6)

La pratique du *crowdsourcing* en traduction, selon Cronin, défie la tradition en matière d'organisation du travail, laquelle se définissait par une gestion centralisée, un exécuteur sur place et une tension entre les deux. Les volumes, les contraintes de temps et le coût dictent de nouvelles règles à l'âge de l'automatisation et de la semi-automatisation : « ...*time, critical mass, and cost are factors informing the organization of translation as an activity* ». (Cronin, 2013, p. 37)

Le volume immense du contenu à traduire n'est pas, selon Cronin, en soi le facteur déterminant du passage à la traduction semi-automatique et collaborative en ligne. C'est le changement constant du contenu qui appelle à l'évolution du paradigme. Cronin soutient que la bidirectionnalité du web 2.0 est aussi devenue une caractéristique de la traduction.

More broadly, two features of the Web, asynchronicity and bi-directionality, have a significant impact on the timescale for translation delivery... What Web-based services allow for is asynchronous exchange where the emitter and recipient of the message do not have to be in contact at the same time. Thus, messages can be delivered or received at any time, which means that digital communication is the quintessential enabler and expression of 24/7 culture. The potential for bi-directionality, as exemplified by the rise of social media, is maximized by the asynchronous nature of digital exchange. Response is possible at any time of the day or night. (Cronin, 2013, p. 93)

Le volume de l'information et la vitesse des échanges ne sont plus limités ou filtrés, ce qui change les attentes des récepteurs. Donc, « *if the parameter of time is so much to the fore*

in contemporary translation practice, se demande Cronin, what are the wider implications for how we might think about translation? ». (Cronin, 2013, p. 94)

Cronin constate que le progrès de l'informatique P2P (le pair à pair ; *peer-to-peer*) et du Web sémantique multiplie les modes d'approvisionnement de la traduction, ce qui ouvre la voie à la production collective :

In other words, rather than content being rolled out in a static, sequential manner (e.g. separate language information leaflets at tourist attractions), translated material is personalized, user-driven, and integrated into dynamic systems of ubiquitous delivery. The semantic Web points up the potential for forms of collaborative, community translation that are already a conspicuous feature of translation practice in late modernity. (Cronin, 2013, p. 98-99)

Comme l'observe Cronin, la langue maternelle de la plupart des utilisateurs des réseaux sociaux n'est pas l'anglais, mais les outils numériques rendent l'activité de traduction accessible à tous les internautes. Ainsi, de nombreux groupes spontanément créés sont engagés dans la traduction, la gestion de la terminologie, la révision et la localisation. (Cronin, 2013, p. 98-99)

À son tour, dans son article « Défis de traduction et désir de traduire » (2013), Yves Gambier admet que les nouveaux services, plateformes, logiciels et infrastructures offerts en ligne créent une situation dans laquelle les outils n'appartiennent plus à un seul individu, ce qui « pousse le traducteur à devenir membre d'une communauté internationale virtuelle et collaborative ». (Gambier, 2013, p. 225) Soulignant qu'on « ne peut conclure que les changements en cours se réduisent au seul développement de la traduction automatique, offerte gratuitement sur la Toile » (Gambier, 2013, p. 226), Gambier offre une classification de différentes formes « des traductions par les utilisateurs » :

- 1) La traduction automatique ;
- 2) La traduction amateur :

- a) la traduction par les fans ;
- b) la traduction participative ou collective (*crowdsourcing*) ;
- 3) La traduction collaborative – *team work* par des professionnels ;
- 4) La traduction avec des logiciels libres (*open source*) ;
- 5) La traduction bénévole par réseau – par des professionnels via des réseaux comme Traducteurs sans frontières. (Gambier, 2013, p. 226-228)

Notons que Gambier distingue la traduction participative ou collective (*crowdsourcing*), effectuée par les amateurs, de la traduction collaborative, effectuée par des professionnels. Par contre, dans le cadre de notre étude de cas, comme nous avons mentionné dans le sous-chapitre 1.3.2, nous adhérons à la classification formulée par Jiménez-Crespo, qui considère le *crowdsourcing* et la traduction à l'aide des outils et des ressources en accès libre comme deux types de collaboration massive en ligne. (Jimenez-Crespo, 2013, p. 193)

Les réseaux sociaux nous montrent plusieurs modèles de collaboration massive en ligne appliqués à la traduction. Jiménez-Crespo (2011) analyse l'exemple du projet de traduction mené par Facebook visant à effectuer la traduction de ses pages vers les langues du monde le plus rapidement et avec la plus haute qualité possible. Dans le cadre de ce projet, les traducteurs bénévoles (utilisateurs de Facebook) non seulement produisent les traductions, mais aussi participent au processus du vote pour sélectionner les meilleures versions des textes (*crowdvoting*). En même temps, Facebook embauche des experts pour superviser le travail ainsi que pour aider les bénévoles (gestion et coordination *top-down*). « *In this sense, it can be argued that this hybrid model intends to extract the subconscious framework of expectations of users, while at the same time maintaining a professional overview of the entire cycle.* » (Jiménez-Crespo, 2011, p. 136)

Nous observons donc l'apparition des nouveaux outils qui permettent la collaboration faiblement coordonnée d'une communauté d'auteurs et de traducteurs. Ces outils et les mécanismes de collaboration en ligne qu'ils dictent font l'objet de plusieurs études au croisement des sciences humaines et de l'informatique. Dans son article « *Translation Wikified: How will Massive Online Collaboration Impact the World of Translation?* », Alain Désilets (2007), du Conseil national de recherche du Canada, souligne que la cognition augmentée a apporté des changements dans la façon dont les textes sont produits, traités, traduits et révisés. Il estime que

massive online collaboration might change the rules of the game for translation, by sometimes introducing new problems, sometimes enabling new and better solutions to existing problems, and sometimes introducing exciting new opportunities that simply were not on our minds before. (Désilets, 2007)

Désilets cite son expérience de contribution à Wikipédia : en corrigeant l'information dans un article de Wikipédia, il le fait non pour être rémunéré, mais parce que le sujet de cet article lui tient à cœur. Bien que Wikipédia soit un exemple de la technologie « *open source* » et donc, selon Brabham (2013), ne représente pas un cas du *crowdsourcing* à proprement parler, ces deux types de collaboration en ligne partagent plusieurs traits inhérents : les participants ne se connaissaient pas ; la technologie est simple à utiliser et accessible à tous ; la contribution des participants est désynchronisée ; finalement, c'est la passion pour la cause qui motive les participants : « *Wikipedia is a proof by construction that people are able to collaborate very efficiently and create high quality valuable content in that way.* » (Désilets, 2007) Dans son article, Désilets exprime une vision optimiste de la collaboration entre la technologie et les humains, en notant : « *something so technologically simple could enable complex collective behaviour and lead to the creation of something as large, rich and complex as Wikipedia* ». (Désilets, 2007)

Cependant, Désilets se pose de nombreuses questions concernant l'effet de ces changements sur la façon de traduire : sur la déprofessionnalisation potentielle de la traduction (*de-skilling of the translation profession*) et sur la baisse de qualité qu'elle peut entraîner ; sur les meilleures façons d'organiser l'énergie des traducteurs-amateurs ; sur les moyens les plus efficaces d'assurer la qualité des textes ; sur la façon d'aider les minorités linguistiques, etc. Dans son article, il prête une attention particulière à la nécessité d'élaborer encore plus d'outils numériques pour faciliter le travail collectif, notamment pour tracer les révisions continues qui sont inévitables pendant la collaboration en ligne. Ici, Désilets voit la solution dans la méthode du marquage sémantique collaboratif (*collaborative semantic tagging*), un processus d'annotation des images en ligne par des internautes bénévoles.

Désilets soutient que l'interaction machine-humain est bidirectionnelle : la cognition augmentée facilite le travail des utilisateurs, mais les utilisateurs, à leur tour, doivent se réunir pour apprendre le raisonnement de sens commun (*Common Sense Reasoning*) à la machine (ce qui permettrait à une machine d'imiter le raisonnement humain) – le problème magistral des chercheurs en intelligence artificielle. Selon l'auteur, il faut trouver des façons d'organiser la communauté non seulement pour traduire, mais aussi pour apprendre aux machines à mieux traduire. Désilets cite des projets comme *Semantic Web* et *Semantic Wiki* qui fournissent des moyens faciles d'étiqueter les parties de textes qui rendent ceux-ci lisibles aux machines. Désilets souligne qu'avec la collaboration massive, de type Wikipédia ou Flickr (distingué par le phénomène d'étiquetage social (*social tagging*)), nous pourrions vite atteindre une masse critique de collaboration :

The fact that social tagging was successful in cracking the difficult problem of Content-Based Rich Media retrieval tells us that massively collaborative knowledge bases might also make a dent on the even more difficult problem of Common Sense Reasoning. If so, this might then out to be highly useful to help Machine Translation systems do better by allowing them to actually "understand" the meaning of what they are translating. (Désilets, 2007)

Quant à la collaboration massive en traduction, Désilets est certain qu'elle n'est possible qu'à condition que la technologie soit intégrée au processus, autrement dit qu'elle réalise une partie du travail, participe au dialogue entre les langues et assure la flexibilité du flux de travail.

Pourtant, comme le note Désilets, bien que la traduction comme processus n'ait pas échappé à l'impact profond de l'expansion des technologies collaboratives, l'industrie de la traduction reste souvent un système fermé : ses professionnels s'appuient sur des bases de données terminologiques et des mémoires de traduction qui ne sont pas massivement collaboratives, parce que les équipes qui les créent et les soutiennent sont bien définies et limitées. Pour lier ces systèmes isolés aux traducteurs œuvrant en dehors de l'industrie, Désilets suggère l'application des modèles de coordination et de coopération en vue de partager, enrichir et diffuser plus largement les vastes connaissances à l'ensemble de la communauté des traducteurs. En somme, Désilets invite les professionnels et les amateurs à trouver des façons de travailler en synergie :

*In short, open, massively collaborative TDs and TMs will likely play an important role in the translation industry in coming years. While it may seem naïve to think that one can arrive at high quality linguistic resources through this kind of process, one must remember that just five years ago, the idea of Wikipedia also sounded very naïve to most people. Yet, we have a proof by construction that it can work. If there is one thing that can be learned from the success of Wikipedia, it is this: **when dealing with collaboration at that kind of scale, our intuitions about what can and cannot happen are often wrong.** (Désilets, 2007)*

2.2. Les différentes formes de la collaboration massive en traduction

L'analyse des travaux sur la collaboration massive en traduction indique qu'à l'heure actuelle la terminologie relative aux nouvelles formes de travail en traduction n'est pas encore bien établie. Selon Gambier, l'ensemble des termes utilisés en anglais pour désigner la traduction collective est « redondant et vague » : « *community translation, collaborative translation, citizen translation, paraprofessional translation, user-generated translation, volunteer translation*, sans oublier le CT3 (*community, crowdsourced and collaborative translation*) [...], sont autant de termes employés pour désigner cette forme de traduction ». (Gambier, 2013, p. 226) En ce qui concerne le terme *crowdsourcing*, Gambier constate qu'il existe différentes traductions en français dont « collecte d'informations par la foule, approvisionnement par la foule et collaboration de masse ». (Gambier, 2013, p. 226)

Minako O'Hagan décrit l'évolution des différentes formes de traduction collective de « *unsolicited fan translation* » à « *solicited community translation* » dont *fansubs, scanlation* et *gisisubs*. (O'Hagan, 2009, p. 5) D'ailleurs, O'Hagan utilise l'expression « *User-Generated Translation (UGT)* » comme un terme générique pour la traduction collective amateur : « *UGT which could profoundly impact the profession of translation and localisation as new technological environments unleash the technical competence, genre-knowledge and unparalleled devotion of the otherwise untrained Internet crowd as translators.* » (O'Hagan, 2009, p. 5)

Les auteurs de l'ouvrage de la Commission européenne « *Crowdsourcing Translation* » utilisent le mot « *crowdsourcing* » pour désigner de nombreuses formes de collaboration qui

changent l'organisation traditionnelle de travail et qui constituent un « agent démocratisant important ». (EC, 2012, p. 20)

Crowdsourced, amateur, collaborative, volunteer translation — the most widely used labels for this new phenomenon — shows, broadly speaking, the same features and objectives already mentioned concerning crowdsourcing in general: the idea of a piece of work carried out collaboratively by an enthusiastic community of users, willing to devote their time and energy to help other members of their community — whatever it is — to profit from products they would be excluded from for linguistic reasons. Money not being the main motive for participation in these projects, rewards of other kinds are expected, like recognition, awareness of being an active part of a well-integrated community, doing something useful for the benefit of others, or fostering democracy and inclusion by channelling the surfeit of skills and competences which would otherwise remain unused. (EC, 2012, p. 23)

Les auteurs de l'ouvrage fournissent des exemples de « *managed crowdsourcing* » dont la définition se rapproche du terme défini par Brabham (2013), selon qui le projet collaboratif de ce type doit être géré par l'entreprise ou l'organisation qui lance le projet (gestion *top-down*) :

[...] the project is inspired by an identifiable entity that makes an appeal to the crowd for their translation needs. Even when the whole work, from translation to revision and editing, is carried out by the crowd, the originators of the work both retain control over the translations and the content to be translated, and set requirements their collaborators have to fulfil. (EC, 2012, p. 29)

Certains auteurs distinguent différents types de collaboration massive en ligne (*massive online collaboration – MOC*) et voient dans le *crowdsourcing* un des modèles possibles. Dans son article « *On Clouds and Crowds: Current Developments in Translation Technology* », Austermühl (2011) analyse l'impact de la traduction automatique et du *crowdsourcing* en citant ses différentes formes : « *collaborative translation, fan translation, user-based translation, lay translation, citizen translation, participative translation, volunteer translation, CT3 (community, crowdsourced and collaborative translation), pool translation, hive translation, social translation, Web 2.0 translation* ». (Austermühl, 2011, p. 15)

Dans notre étude de cas, nous avons choisi de considérer que le *crowdsourcing* en traduction est une des formes de la collaboration massive en ligne en traduction telle qu'elle est décrite par Jimenez-Crespo (2013).

2.3. Questions d'éthique et de la visibilité du traducteur à l'âge informatique

Chaque nouvelle forme d'organisation du travail cause une certaine résistance de la part de l'industrie ainsi que des questionnements d'ordre éthique : quel est le mode de régulation des interactions entre les différents agents de production ? Ainsi, la dimension éthique du *crowdsourcing* en traduction, et de la traduction collaborative en général, est largement discutée au sein des ordres professionnels et par la communauté scientifique. Cette discussion « se situe entre les deux pôles de la liberté et de la contrainte ». (Austermühl, 2011, p. 2) Les auteurs de « *Crowdsourcing Translation* » admettent que « *crowdsourcing is a revolutionary model and, like all revolutions, it raises concerns and claims casualties* ». (CE, 2012, p. 20)

En analysant les recherches sur la traduction dans l'ère du web 2.0, nous pouvons cerner deux types de problèmes qui exercent une pression sur le traducteur et sur la profession en général : ceux générés par l'informatisation hyper rapide de toutes sphères de vie et ceux causés par l'apparition des nouvelles formes de travail fondées sur l'informatisation de l'environnement.

Parmi les problèmes causés par l'informatisation de toutes sphères de vie figurent le volume augmenté de travail, les questions de temps et de coût de production ainsi que l'introduction des différents types de traduction automatique. Gambier constate que « le

volume des traductions possibles dépasse les capacités de tous les professionnels réunis » et donc les changements sont inévitables. (Gambier, 2013, p. 240)

En parlant des défis contemporains des traducteurs, Cronin (2013) mentionne la pression de l'instantanéité de la communication et de la compression temps-espace :

In a 24/7 culture dominated by the near instantaneity of text messaging and emails, the sense of being overwhelmed, of being engulfed in the kinetic inferno, is easily reached. The sense of recurrent temporal deficit, of never doing enough fast enough, is a powerful agent of despair, and an important source of stress for translators. Part of the ethical challenge for translators in the digital age is how to incorporate and defend chrono-diversity in their working practices in the context of the time-space compression and near-instantaneous communication. (Cronin, 2013, p. 94-95)

En ce qui concerne le coût de la communication à l'ère de la traduction massive, Cronin offre un exemple d'un calcul de coût de la production (rédaction, révision et publication) d'une page de texte : approximativement 200 \$; toutefois, le coût se multiplie lorsque la page est traduite vers de nombreuses langues, comme, par exemple, dans plusieurs institutions de l'Union européenne : « *The more that is said in one language, the more it costs to say it in other languages* ». (Cronin, 2013, p. 37)

Pour Cronin, derrière la notion du coût de traduction se cachent les relations de pouvoir entre des langues, et ces relations sont intégrées (*embedded*) dans l'engagement entre la traduction et la technologie qui a donné naissance aux systèmes de traduction en ligne. Une des conséquences de cet engagement est le changement de la perception populaire de la traduction selon laquelle la langue n'est qu'un outil pour rendre les messages d'un point à l'autre et le processus de traduction est « désintermédié » (*bound up with disintermediation*). (Cronin, 2013, p. 4)

Ayant étudié les résultats de recherches sur l'industrie de la traduction, Cronin constate que « *the mode of delivery is seen to restrict the domain of application* » (Cronin,

2013, p. 93), et c'est le volume, la masse critique, de matériel à traduire qui détermine l'opposition entre l'approche industrielle et l'approche artisanale à la traduction où la dernière implique des coûts élevés :

Translation, as an expensive, artisanal practice, is confined to corporate strategy brochures, sales and marketing leaflets, and higher-level service and support information... As product support operations accumulate information and content at a rate significantly faster than sales and marketing functions, the volume of material to be translated can become quite onerous, hence the emergence of what SDL calls 'the local language factory' with its attendant 'economies of scale.' (Cronin, 2013, p. 93)

Quant à la question de l'impact de la traduction automatisée sur la profession, Austermühl (2011) constate que l'industrie de la traduction emploie extensivement la traduction automatique qui est ensuite révisée par les humains. Les traducteurs donc doivent souvent participer aux enchères en ligne juste pour obtenir le contrat en révision et en postédition. « *Thus, additional financial pressures are added to an already deflated job profile.* » (Austermühl, 2011, p. 14) Ainsi, l'arrivée de divers modèles de traduction collaborative en ligne pourrait créer un autre problème :

... the question arises whether the phenomenon of crowdsourcing might further contribute to this disempowerment of the individual professional through the combined efforts of a collective comprised mostly of amateurs, or whether this collective might succeed in reintroducing the human element into modern translation processes, an element that has been under constant pressure from productivity tools, such as translation memory systems ... (Austermühl, 2011, p. 2)

Par conséquent, plusieurs chercheurs et traducteurs professionnels voient la traduction combinée (machine-être humain) comme déshumanisante. Cronin, toutefois, appelle à réviser cette conception et à accepter les initiatives du type *crowdsourcing* comme l'usage stratégique des ressources techniques dans le but de promouvoir des causes humanitaires :

In a sense, what is emerging in the practice is a version of translation technology as a tool of conviviality and an instrument of human political intervention. Implicit in such a representation of

translation is a move away from the nomadic subject of traditional translation agency – Saint Jerome alone in the desert – to a pluri-subjectivity of interaction. (Cronin, 2013, p. 102)

En ce qui concerne l'organisation du travail, la traduction amateur/*fan* et d'autres formes de la collaboration massive en ligne font aussi couler beaucoup d'encre : la qualité médiocre des textes produits, la déprofessionnalisation de la traduction et la réduction des possibilités de gains professionnels sont souvent citées comme conséquences. Gambier, par exemple, constate que « la traduction collective a donné lieu à des prises de position fortes, sous prétexte de la piètre qualité qu'elle offrirait et de la concurrence déloyale qu'elle ferait aux professionnels, puisqu'elle peut être utilisée de fait par des secteurs à but lucratif ou non ». (Gambier, 2013, p. 227)

Nous observons donc des vues opposées sur le phénomène de la collaboration massive en ligne en traduction : certains traducteurs et les associations professionnelles la perçoivent comme menace, tandis que les économistes et les sociologues y voient une chance pour les participants de renforcer leur sentiment d'appartenance et de puissance. Ainsi, Gambier soutient que cette évolution rapide de la technologie libère le « désir de traduire inné, compulsif qui ferait qu'on ne pourrait s'empêcher de passer à l'acte ». (Gambier, 2013, p. 219) Il souligne que c'est finalement à notre âge informatique que ce désir peut se réaliser :

Les apports des technologies de l'information et de la communication (TIC) modifient nos attitudes envers la traduction ainsi que certaines de nos représentations. C'est la thèse principale de ce qui suit: ces modifications pourraient induire une rupture importante à la fois dans les pratiques et dans les discours tenus sur la traduction. (Gambier, 2013, p. 220)

Après une brève historisation du « déni de traduction », Gambier affirme qu'aujourd'hui ce déni s'exprime par « des étiquettes qui tendent à nier ou déprécier la 'traduction' ou à éviter le recours au terme », en imposant de nouvelles appellations qui

« nient le mot au profit, notamment, de *localisation, adaptation, documentation multilingue, editing, transediting, rédaction technique multilingue, médiation langagière, versionisation, revision ...* ». (Gambier, 2013, p. 222) D'ailleurs, Gambier constate que la traduction a toujours été niée comme activité en raison de la « perception du texte à traduire comme suite linéaire de mots ou de phrases » et de l'image du texte traduit « comme inférieur, subordonné, second par rapport à celui de l'original ». (Gambier, 2013, p. 222) Ainsi, selon Gambier, le déni s'étend à la traduction comme profession et ce sont les traducteurs eux-mêmes qui ont contribué à la situation, parce qu'ils ont « intégré, incorporé, intériorisé les aspects 'subalternes' de leur travail, pris entre l'idéalisme sacrificiel et le matérialisme calculateur de leur activité ». (Gambier, 2013, p. 223) D'où la question que se pose l'auteur : tous ces dénis « résisteront-ils aux transformations en cours (multiplication des appellations, diversification des pratiques, offres d'outils d'aide à la traduction) ? » (Gambier, 2013, p. 224) La réponse, selon lui, exige réflexion et observation, mais une chose est certaine :

En moins de deux décennies, on peut dire que l'informatique a fait bouger les lignes dans le monde de la traduction [...] Des dénis de traduction, on passe à un désir de traduction, parfois même frénétique, par exemple chez les fansubs ou fandubs... (Gambier, 2013, p. 224)

Lorsque la « foule » réalise son désir de traduire, ce qui inquiète la communauté professionnelle est le statut et la visibilité de la profession, l'exploitation potentielle des bénévoles et la baisse des revenus des professionnels en conséquence. En ce qui concerne la visibilité du traducteur, Cronin envisage deux vecteurs de développement opposés : « *the move towards Web-based MT services would appear to render invisible the labour of translation, whereas the development of wiki-translation would indicate the making visible of the demands of translation for large groups of global users* ». (Cronin, 2013, p. 99)

Les auteurs de l'ouvrage de la Commission européenne sur le *crowdsourcing*, quant à eux, admettent que, vu le volume de travail immense, non seulement les entreprises privées, mais aussi les organisations à l'échelle internationale devront considérer d'autres options. Cependant, la Direction générale de la traduction de la Commission européenne (*European Commission's Directorate-General for Translation*) court un risque d'être critiquée pour l'exploitation du travail non payé, si elle utilise la traduction collaborative en ligne. Donc une approche très soigneusement formulée est recommandée :

It would therefore be imperative to convey the message that the European Commission does not exploit free labour nor stifle the translation profession, but deliberately chooses this strategy to involve all Europeans and make them active and conscious citizens. It should be clear that the goal is not to find a way of getting things done at low cost, but of getting them done in a different way which better fulfils real needs and wishes. (EC, 2012, p. 42)

Certes, tout travail collaboratif en ligne ouvre la voie non seulement aux opportunités de l'expression de soi et à la résolution efficace des problèmes pour des communautés, mais aussi à diverses formes d'exploitation, explicite comme déguisée, de la part des entreprises. Un vaste corpus de travail est donc consacré aux questions liées à la rémunération des participants, au statut du traducteur et à l'avenir de la profession. Les résultats des observations et des recherches sont ambigus et divers, ce qui reflète la diversité des formes de collaboration et des situations où elles prennent place. Comme le note Julie McDonough Dolmaya dans son article « *The ethics of crowdsourcing* » (2011),

... the ethics of crowd-sourced translation initiative depend not just on whether the initiative is part of a not-for profit or a for-profit effort, but also on how the project is organized and described to the public. While some initiatives do enhance the visibility of translation showcase its value to society, and help minor languages become more visible online, others devalue the work involved in the translation process, which in turn lowers the occupational status of professional translators. (McDonough Dolmaya, 2011, p. 97)

McDonough Dolmaya souligne que la question sensible de la rémunération est liée à la notion de professionnalisme, donc « *if translation is a skilled practice, then one should reasonably assume that translators deserve to be paid professional rates* ». (McDonough Dolmaya, 2011, p. 99) L'auteure cite un des exemples les plus flagrants dans l'histoire récente du sondage sur le *crowdsourcing* en traduction : l'appel de *LinkedIn*, en 2009, aux traducteurs à remplir le formulaire pour signaler leur intérêt au projet bénévole de traduction du site Web de la compagnie. Les répondants pouvaient choisir parmi des options de compensations non monétaires pour leur travail, dont la promotion de leur profil sur le site ou des signes de reconnaissance placés par *LinkedIn* sur leurs pages personnelles. Les réponses étaient variées : de l'opposition féroce de la part des traducteurs chevronnés à l'enthousiasme de la part des amateurs et des débutants. Dans sa revue de la littérature sur la question, McDonough Dolmaya cite de nombreux auteurs qui condamnent des projets comme celui de *LinkedIn* qui relèvent selon eux de l'exploitation. Mais elle en cite aussi qui soutiennent que le *crowdsourcing* pourrait servir de terrain d'entraînement pour les jeunes professionnels, augmenter la quantité de matériel traduit et promouvoir la liberté d'expression. (McDonough Dolmaya, 2011, p. 98)

McDonough Dolmaya exprime finalement les préoccupations de la communauté professionnelle qui voit dans les projets de *crowdsourcing* en traduction un tour de force marketing. Ainsi, McDonough Dolmaya cite Howe (2008) dont elle ne partage pas l'optimisme. Howe souligne que c'est la « foule » qui tient le pouvoir décisionnel, donc si elle décide que le projet collaboratif en ligne présente un cas d'exploitation, elle refuse d'y participer.

The crowd wants to feel a sense of ownership over its creations, and is keenly aware when it is being exploited. The company, in this context, is just one more member of the community and you

don't have to watch Survivor to know that people who act duplicitously are kicked off the island. (Howe, 2008, p. 15-16)

McDonough Dolmaya juge l'argument du Howe trop simpliste. Selon elle, on ne peut pas placer toute la responsabilité sur la communauté :

If we follow Howe's argument to its logical conclusion, every crowdsourced translation initiative in which people are participating must be ethical, because if the participants felt they were being exploited, they wouldn't participate. But what if participants aren't seeing beyond the "community" argument when they decide to translate for companies like HootSuite, Twitter and Facebook ? (McDonough Dolmaya, 2011, p. 101)

En ce qui concerne la visibilité, McDonough Dolmaya admet que, d'un côté, les projets collaboratifs en ligne font la promotion des traducteurs bénévoles et rendent donc leur pratique plus visible. D'un autre côté, la majeure partie du travail au sein de tels projets étant effectuée par les traducteurs amateurs ou professionnels sans beaucoup d'expérience, les résultats sont parfois imprévisibles. En général, comme le mentionne McDonough Dolmaya, la communauté professionnelle est sceptique face aux projets de *crowdsourcing* lancés par des entreprises :

When such initiatives are also outsourced-driven, participants are helping a for-profit company reach new markets rather than helping a not-for-profit organization advance a social or political cause, which reduces the "worthiness" parameter that would help raise translation's status. This, in turn, helps depict translation as a task requiring little formal training (since virtually any bilingual Internet user can contribute), more suitable for a hobby than a profession... (McDonough Dolmaya, 2011, p. 104)

En ce qui concerne les langues minoritaires, McDonough Dolmaya rappelle que les chercheurs s'entendent sur le fait que les projets de traduction collective en ligne augmentent la visibilité des langues minoritaires et contribuent donc à assurer leur survie. Plusieurs sites Web permettent aux utilisateurs d'ajouter de nouvelles langues au répertoire, et c'est la responsabilité des utilisateurs de continuer de les soutenir, « *meaning site users largely*

determine the languages chosen for translation, the frequency at which the translated sites are updated, and the amount of information available in a given language ». (McDonough Dolmaya, 2011, p. 105) À notre avis, c'est une des manifestations éloquentes des tendances contemporaines : les communautés se réunissent en ligne pour produire ce qu'elles préfèrent consommer.

Plusieurs chercheurs voient le *crowdsourcing* comme une forme de travail qui n'est applicable qu'à une quantité limitée de projets. C'est entre autres le cas de Gambier, qui soutient que « l'impact du *crowdsourcing* sur l'industrie de la traduction sera sans doute limité, en dépit de certains discours euphoriques actuels portant sur des cas très visibles ». (Gambier, 2013, p. 227) Aussi, selon l'ouvrage de la Commission européenne sur le *crowdsourcing*, les professionnels doivent être rassurés sur le fait que cette forme de la traduction collaborative en ligne a un champ d'application restreint et la prérogative des professionnels reste très distincte :

Where confidentiality and accountability are required, the use of qualified professionals is a must. In other cases, however, the choice is between nothing and some sort of translation allowing at least for comprehension (even if not at top level): there, crowdsourcing can be an effective option, often improving on the products of machine translation. (EC, 2012, p. 37-38)

D'ailleurs, les auteurs de « *Crowdsourcing Translation* » soulignent que la conception et la gestion efficace de chaque projet novateur exigent une participation des professionnels, donc un *crowdsourcing* réussi laisse place aux spécialistes chevronnés. (EC, 2012, p. 38) En effet, comme le constate Austermühl, la gestion des projets de *crowdsourcing* nécessite plusieurs compétences dont :

an intricate understanding of the totality of a translation project, including the use of sophisticated localization technologies. These technical competencies are vital for the success of any project, and particularly essential in one that is the product of a virtual community of amateurs. (Austermühl, 2011, p. 19)

DePalma, Kelly et Ray, dans leur article « *From crawling to sprinting: community translation goes mainstream* » (2011), soulignent qu'avec l'arrivée des technologies de collaboration, le rôle du gestionnaire change : « *Instead of just shepherding files between the various parties, the project manager becomes a facilitator, the person who builds the team, keeps it on task, and brings into the community the resources required for each phase of the project.* » (DePalma, Kelly et Ray, 2011, p. 79) Selon les auteurs, le rôle du réviseur évolue aussi : « *In this model, expertise is available not just toward the end of the process, but integrated throughout in the form of real-time shared translation memories and automated style guides.* » (DePalma, Kelly et Ray, 2011, p. 80)

Translators, thus, no longer rely on the editor's eyes to catch their mistakes at the end, and must be trained to ask questions to help them translate correctly from the start. Typically, these subject matter experts are the same individuals who would be performing end client review in a TEP process. The difference is that their input is provided at the start of the project and throughout instead of afterward. Thus, the focus shifts from fixing translations that are potentially full of errors to creating a correct translation from the start, with the feedback and guidance of the subject matter experts at an earlier point in the process. (DePalma, Kelly et Ray, 2011, p. 80)

Ainsi, comme le note Perrino, les révolutions numériques doivent être accueillies plutôt que négligées. (Perrino, 2009, p. 74) Les professionnels, selon l'auteur, ne courent pas le risque de perdre leur place sur le marché de travail, parce que les amateurs n'auront pas envie de traduire n'importe quel texte, mais juste ceux qui les intéressent. (Perrino, 2009, p. 67-68)

En effet, l'omniprésence de l'informatique démocratise les modes de communication et ouvre des possibilités à l'individu comme à la « foule ». Comme le note Cronin, la visibilité des traducteurs augmente aussi grâce au phénomène de la politisation de la traduction, « *the type of self-reflexive political agency at work* », qui est en pleine croissance. (Cronin, 2013, p. 102) L'ouvrage de la Commission européenne « *Crowdsourcing Translation* » cite l'exemple

du projet *Global Voices*⁷ qui fait l'appel à la communauté pour traduire ses billets vers plusieurs langues et pour ainsi promouvoir la liberté numérique dans le monde. Selon les auteurs, les gestionnaires du projet ont choisi le modèle de la traduction collective en ligne, et non de la traduction automatisée, parce que la traduction humaine offre aux lecteurs la possibilité d'approfondir leur compréhension du monde et d'apprendre la beauté des autres cultures. (CE, 2012, p. 26-27) Ainsi, les traducteurs bénévoles profitent d'accès aux outils pour s'exprimer et pour participer aux projets qui leur tiennent à cœur. Ils comblent, pour ainsi dire, leur « désir de traduction » :

Le désir de traduction, quasi compulsif chez les fans, par exemple, et plutôt issu d'un partage raisonné chez les bénévoles, serait pluriel, avec des degrés mesurés et reflétés par les modalités de travail. N'empêche, ne modifie-t-il pas en profondeur les figures du traducteur, même si parfois et paradoxalement désir et déni se rejoignent ? (Gambier, 2013, p. 232)

Il est important de mentionner un autre paradoxe de la collaboration massive en ligne en traduction: le *fansubbing*, par exemple, attire des traducteurs-amateurs qui se distinguent non seulement par l'intérêt, mais aussi par des compétences uniques développées et mises au point pendant le travail collaboratif en ligne. Comme le souligne O'Hagan dans « *Evolution of User-generated Translation: Fansubs, Translation Hacking and Crowdsourcing* » (2009), le *fansubbing*

belongs to a highly specialised area of translation, requiring special training designed for interactive multimedia applications for entertainment. Given the specialised nature of the tasks involved, it is doubly surprising that some gamers tackle the challenge without formal training or provision of technical support. They seem to acquire the necessary knowledge and skills through online collaboration with like-minded gamers and knowledge-bases created by the game community in addition to their own game playing experience and often extensive research. (O'Hagan, 2009, p. 7)

⁷ <http://globalvoicesonline.org/lingua/>

En effet, comme le constatent les auteurs de l'ouvrage de la Commission européenne sur le *crowdsourcing* : « *in the case of the initial subtitling of anime, fansubbers were not competing with commercial enterprises because they offered something which was not available through other channels and they exchanged it for free* ». (EC, 2012, p. 28)

Bien que certaines des activités des *fans* soient illégales (selon les lois sur la propriété intellectuelle), la participation à ces activités est en pleine croissance, ce qui augmente la visibilité du contenu traduit. Selon O'Hagan, c'est parce que les détenteurs de propriété intellectuelle de l'industrie des jeux y voient des bénéfices. (O'Hagan, 2009, p. 13-14)

La collaboration massive en ligne exige aussi un virage inévitable dans la formation des traducteurs. Certains projets de traduction, dont Duolingo, offrent la possibilité d'apprendre une langue et d'affiner les compétences en traduction tout en engageant les participants dans le travail. Comme le constatent les auteurs de l'ouvrage de la Commission européenne « *Crowdsourcing Translation* » :

For the time being it is hard to say whether Duolingo will be a success, but what we can be sure of is that it keeps the debate about learning and translation alive, that it brings new and innovative input, that it acknowledges the importance of translation and multilingualism on the web and that, one way or the other, it may be an impulse to further ideas and innovative developments. (EC, 2012, p. 34)

De plus, les auteurs du « *Crowdsourcing Translation* » se montrent optimistes dans les discussions sur le phénomène de la collaboration massive en ligne. Ils soulignent l'importance de la traduction pour la diversité linguistique, ce qui élève le statut de traduction.

Crowdsourcing can become a precious support to multilingualism in two ways, on the one hand, it can help raise awareness about the importance of multilingualism and, as a consequence, of translation, and show that it is an inescapable reality; and on the other hand, it can give an essential contribution to making the web more multilingual, notably saving and reinforcing less spoken and endangered languages and languages not connected to strong economic interests. (EC, 2012, p. 36)

En citant le modèle d'évaluation de qualité de Facebook, Jiménez-Crespo observe l'apparition des formes d'organisation de travail qui correspondent mieux aux attentes de la communauté des utilisateurs. Selon lui, cette tendance se trouve

within the context of rapidly evolving “imported” genres into most cultures, and therefore, enlisting the community of users in order to gauge the evolution or establishment of the features expected in these genres represents a positive addition to the process. (Jiménez-Crespo, 2011, p. 144)

D'ailleurs, DePalma, Kelly et Ray soulignent que la traduction collective doit être considérée « *not as a dangerous development that threatens the profession of translation, but rather, for what it is—the market’s response to specific challenges that are not being satisfactorily addressed through traditional TEP models.* » (DePalma, Kelly et Ray, 2011, p. 91)

2.4. Mesurer l'efficacité des projets collaboratifs

La question de l'efficacité des projets collaboratifs en ligne et celle de la qualité des textes traduits font l'objet de nombreuses recherches. L'ouvrage de la Commission européenne sur le *crowdsourcing* en traduction décrit le problème comme suit :

this new, and to a certain extent still untested, method raises doubts concerning the standard of the output: how can, for example, quality and confidentiality be ensured when authorship becomes a vague concept and traceability is difficult to enforce? (EC, 2012, p. 23)

Cependant, le modèle traditionnel de la production de traduction n'assure pas toujours une qualité parfaite du produit final. Ainsi, DePalma, Kelly et Ray constatent que le désavantage du modèle traditionnel (le cycle complet de traduction-révision-correction des épreuves – *the translate-edit-proofread (TEP) model*) est dans le fait que les erreurs sont détectées plutôt que prévenues et citent l'exemple décrit par Zaidan et Callison-Burch (2011),

où le modèle collaboratif de traduction permet d'assurer le contrôle de qualité au niveau professionnel par les participants non professionnels. (DePalma, Kelly et Ray, 2011, p. 76) De plus, comme l'observent les auteurs, la communauté a souvent tendance à effectuer l'autocorrection pendant le processus de traduction collective. (DePalma, Kelly et Ray, 2011, p. 82)

Zaidan et Callison-Burch, dans leur ouvrage *Crowdsourcing Translation: Professional Quality from Non-Professionals* (2011), étudient le cas de traduction urdu-anglais effectuée sur la plateforme du *Mechanical Turk*, basée sur l'Amazon. Dans l'industrie de traduction, le *Mechanical Turk* est considéré comme un projet exemplaire d'application du *crowdsourcing*.

Service technique offert par l'Amazon, *Mechanical Turk* (*MTurk*) tire son nom d'une supercherie datant du 18^e siècle où les gens croyaient qu'ils jouaient un jeu d'échecs avec un automate tandis qu'il y avait un homme caché qui manipulait « l'automate ». Aujourd'hui, c'est le nom d'un site Web où se ressemblent des gens qui veulent gagner un peu d'argent en fournissant des services à travers l'internet.

Dans leur article, Zaidan et Callison-Burch présentent les résultats de leur expérience : la traduction collective amateur des courts textes de l'urdu vers l'anglais. Au sein de leur expérience, les chercheurs ont testé un modèle d'organisation du travail fondé sur les mécanismes de triage et de révision des textes soumis, et de promotion des textes bien traduits. Par leur recherche, Zaidan et Callison-Burch visent à fournir une preuve quantitative que leur modèle de la collaboration massive en traduction en ligne est capable de sélectionner des traductions de qualité professionnelle.

En général, l'expérience de Zaidan et Callison-Burch est une étude non seulement du *crowdsourcing* en traduction, mais aussi d'un *crowdsourcing* en postédition et en évaluation des résultats, le *crowdvoting*. De plus, pendant le travail sur le projet, les chercheurs ont conçu

un processus pour « apprendre la machine » à conduire l'analyse statistique des textes. Zaidan et Callison-Burch révèlent que le but de leur étude est de chercher les modèles d'organisation du travail qui pourraient réduire les coûts de traduction en appliquant le *crowdsourcing*. La conclusion de Zaidan et Callison-Burch est plutôt optimiste :

We have demonstrated that it is possible to obtain high-quality translations from non-professional translators, and that the cost is an order of magnitude cheaper than professional translation. We believe that crowdsourcing can play a pivotal role in future efforts to create parallel translation datasets. Beyond the cost and scalability, crowdsourcing provides access to languages that currently fall outside the scope of statistical machine translation research. (Zaidan et Callison-Burch, 2011, p. 1228)

Dans l'exemple de la collaboration massive en ligne pendant le tremblement de terre en Haïti, les bénévoles étaient efficaces, car ils étaient très motivés à aider leurs proches. Mais, comme le notent DePalma, Kelly et Ray, il existe aussi de nombreuses situations où les traducteurs bénévoles atteignent de bons résultats, car ils sont spécialistes en matière ou consommateurs expérimentés. Donc,

whereas a professional translator would typically study product documentation and terminology in order to familiarize himself or herself with a product, the individuals who already use these products on a daily basis already understand what different terms mean, and are therefore in some ways more qualified to translate the terminology than professional translators might be. (DePalma, Kelly et Ray, 2011, p. 84)

D'autres recherches révèlent que la combinaison de la traduction automatique et de la traduction collective peut être utilisée même dans les circonstances où les « traducteurs » ne maîtrisent pas l'autre langue. Un groupe de recherche de l'Université de Maryland a publié, à cet effet, les résultats des expériences en simulation d'une situation où de nombreux SMS produits en créole haïtien par des personnes monolingues ont été traduits en anglais par une application MonoTrans2 et post-édités par les récipiendaires monolingues. (Hu et al., 2010) Inspirés par le succès d'un projet *ad hoc* de traduction bénévole pendant le tremblement de

terre en Haïti, où une foule de traducteurs s'est organisée sous la direction d'un étudiant de l'Université Stanford (Munro, 2010), Hu et al. examinent l'idée d'un *crowdsourcing* monolingue où les participants parlant seulement soit la langue source soit la langue cible exécutent le travail à l'aide d'une application informatique.

Dans leur expérience de collaboration massive en ligne créole haïtien-anglais, Hu et al. ont combiné la traduction des bénévoles avec la traduction automatisée, ce qui a créé un modèle hybride de cognition augmentée (coopération machine-humain) et de *crowdsourcing* :

In summary, the MonoTrans2 framework uses noisy MT to cross the language barrier and supports monolingual participants in doing small tasks that gain leverage from redundant information, the human capacity for linguistic and real-world inference and the wisdom of the crowd. (Hu et al., 2010)

L'innovation ici réside dans le fait que les traducteurs participant au projet sont monolingues, et c'est la chaîne de processus judicieusement construite qui mène ce processus à la réussite dans les tâches associées au traitement du langage naturel. Dans ce modèle, la coopération humaine est divisée en plusieurs étapes qui comprennent non seulement la traduction et la postédition, mais aussi le triage et les votes qui tantôt éliminent tantôt promeuvent les versions des textes traités. De plus :

The process is asynchronous: participants on the Haitian Creol and English sides can work independently on whatever is available to them at any time. At any point, the voting-based scores can be used to extract a 1-best translation. (Hu et al., 2010)

En général, ce modèle de coopération machine-être humain est déclaré productif, même si l'expression « traduction unilingue » ressemble à un oxymoron. Hu et al. nous démontrent la multiplicité des approches et des stratégies offertes par la cognition augmentée de notre ère numérique où la coopération humaine prend de nouvelles formes.

One should also keep in mind that the underlying machine translation engine, Google Translate between Haitian Creole and English, is still in an alpha phase. Those considerations notwithstanding, it is encouraging to see a set of machine translations get better without the use of any human bilingual expertise. We are optimistic that with further refinements and research, monolingual translation crowdsourcing will make it possible to harness the vast number of technologically connected people who want to help in some way when disaster strikes. (Hu et al., 2010)

On peut remarquer que, parmi les points problématiques, les chercheurs constatent un certain manque de motivation de la part des participants parlant le créole haïtien. La motivation, par contre, joue un rôle important dans le succès d'un projet *crowdsourcing*. Hu et al., cependant, ont confiance en la nature humaine qui se montre apte à se mobiliser pour des efforts collectifs en situation d'urgence. Ainsi, ayant analysé l'exemple de la traduction collective en ligne du Créole vers l'anglais pendant la crise en Haïti suite au tremblement de terre, Auster Mühl conclut que chaque projet de *crowdsourcing* est géré (action *top-down*) par le commanditaire de travail. Ce modèle de travail exige des coordinateurs et des consultants compétents, et par conséquent, la nature collaborative de tels projets renforce la dimension humaine de la traduction. (Auster Mühl, 2011, p. 16)

Il est important de noter que les modèles de travail présentés s'inscrivent dans la définition du *crowdsourcing* de type « réalisation des tâches simples au sein de la foule » de Schenk et Guittard qui le décrivent comme un modèle permettant « de solliciter des compétences de traduction, rédaction ou de marquage d'images » dans la forme des « nano-tâches ». (Schenk et Guittard, 2012, p. 95)

En ce qui concerne les projets où « l'entreprise peut solliciter la foule pour tirer profit de la capacité créative des individus » (Schenk et Guittard, 2012, p. 95), Schenk et Guittard les définissent comme « des activités créatives, notamment autour du design et de l'illustration ». (Schenk et Guittard, 2012, p. 98)

Certainement, la collaboration massive en ligne se trouve aussi parmi ces projets innovateurs qui font l'objet de nombreuses études. Il existe des exemples de projet de « nano-tâches » en traduction générale, comme ceux de Facebook, entre autres. Jimenez-Crespo (2011), par exemple, décrit ce projet qui emploie le *crowdvoting* comme un des outils principaux : « *a revolutionizing approach in social networking sites: the crowdsourcing of quality evaluation to a non-professional community of active users who vote on proposed translations* ». (Jimenez-Crespo, 2011, p. 132)

Par contre, à notre connaissance, les projets de traduction qui emploient le *crowdvoting* pour les projets créatifs en ligne n'ont pas encore été explorés. Ainsi, notre étude de cas a pour le but d'observer et d'analyser comment le *crowdvoting* est employé au sein d'un concours de traduction en ligne. Bien que nous le considérions comme un exemple atypique de collaboration massive en traduction, nous y observons des similarités avec le cas de Facebook décrit par Jimenez-Crespo (2011).

CHAPITRE 3 : Un cas observable de *crowdsourcing* en traduction

... le CS de productions créatives présente une structure polymorphe qui implique soit une sélection, soit une intégration des productions de la foule.
(Schenk et Guittard, 2012, p. 96)

Notre étude a pour but de démontrer que le concours de traduction en ligne examiné représente un cas du *crowdsourcing*, sous forme de *crowdvoting*, tant par sa structure organisationnelle que par la composition des participants. Comme nous avons mentionné dans le premier chapitre, des trois types de *crowdsourcing* selon Schenk et Guittard – réalisation d’une tâche simple, résolution d’un problème complexe et mise en œuvre de la capacité créative de la « foule » (Schenk et Guittard, 2012, p. 94-95) –, seuls le premier et le dernier correspondent aux critères du *crowdsourcing* formulés par Surowiecki (2008) et par Brabham (2013). Vu que Schenk et Guittard décrivent le deuxième type comme une tâche effectuée par les experts et que cette forme de travail collaboratif en ligne ne prévoit pas, entre autres, la diversité des expériences, elle ne se conforme donc pas aux critères de la « foule sage ».

Dans le chapitre précédent, nous avons conclu que les projets impliquant la réalisation d’une tâche simple ou la mise en œuvre de la capacité créative de la « foule » peuvent être considérés comme une forme de *crowdsourcing*. Dans ce chapitre, nous avons cité des recherches (Zaidan et Callison-Burch et Hu et al.) ayant pour but de mesurer l’efficacité de la traduction de courts segments par des bénévoles. Nous pouvons constater que les projets de traduction de ce type sont assez facilement observables et, par leur nature, se prêtent même à la quantification.

Par contre, les projets de traduction collaborative créative en ligne sont pour la plupart inaccessibles pour l'observation et l'analyse, ce qui peut expliquer la quantité limitée de publications sur le sujet. Ainsi, dans notre étude de cas, nous visons à établir des parallèles entre ce que nous constatons dans notre corpus et ce qui existe en traduction collaborative, bien que dans les projets de traduction collective les pratiques soient différentes.

Dans le cadre de notre étude, nous visons à démontrer, premièrement, que les participants au concours de traduction en ligne constituent une « foule sage » et que, par conséquent, ce concours de traduction peut être considéré comme un cas de *crowdsourcing*, sous forme de *crowdvoting*. Deuxièmement, nous viserons à analyser les modalités d'interaction entre les participants ainsi qu'entre les participants et l'entreprise. Troisièmement, nous tenterons de démontrer que le *crowdsourcing*, sous forme de *crowdvoting*, d'un projet de traduction fournit des résultats acceptables. Ceci est en partie dû à la « prossomation », tendance contemporaine selon laquelle les consommateurs sont impliqués dans la mise au point d'un produit qu'ils façonnent selon leurs besoins et leurs goûts.

Dans notre observation et analyse, nous allons principalement considérer les échanges des participants affichés sur les pages du forum créé par l'entreprise pour le concours. Les textes soumis seront aussi consultés, mais comme une référence secondaire, parce que l'objet de notre étude est la modalité d'interaction entre les participants et l'entreprise, l'information sur leurs compétences, leurs approches à la traduction, leurs votes et leurs avis quant au choix final du jury. Toutes les discussions dans le cadre du forum sont menées en russe et sont ouvertes pour la consultation dans le site Web de l'entreprise.

Il est important de souligner que le concours et le contenu discursif qu'il génère constituent une chance unique d'observer et d'analyser la dynamique du processus de

traduction, un cas rare pour la traduction collective en ligne gérée par une entreprise. Il existe de nombreux concours de traduction en ligne, mais nous trouvons que la structure de ce concours particulier nous offre la possibilité d'examiner les mécanismes de collaboration des producteurs-consommateurs dans le cadre d'un projet de *crowdsourcing*, bien qu'il soit assez atypique pour la traduction. Nous tenons à préciser que les organisateurs du concours avaient essayé d'intégrer des formes de collaboration dans divers aspects du fonctionnement de l'entreprise, mais ils ne considèrent pas le concours comme un cas de *crowdsourcing*. Notre analyse, par contre, nous révèle que la structure organisationnelle et la composition des participants de ce concours sont semblables à celles des cas reconnus de *crowdsourcing* créatif.

Dans le cadre de notre étude, nous analysons les textes du forum produits lors des trente concours qui ont eu lieu de 2006 à 2016. Cette période de dix ans nous montre l'évolution du concours et permet de dégager des statistiques sur les choix des participants et de l'entreprise. De plus, pour répondre à une des questions soulevées, notamment, comment se déroulent les discussions autour du « produit idéal », nous examinerons de plus près le concours numéro vingt-deux.

Chaque branche du forum étudiée compte environ 15-20 pages de texte de discussion dont les deux tiers présentent un intérêt pour notre recherche. Il s'agit des débats sur les traductions choisies, le vote et les opinions sur les choix du juge et sur l'organisation du concours.

Pour compiler les statistiques, les numéros des textes choisis par les participants et par le juge ont été répertoriés et organisés dans un tableau (Annexe 1). Quant à l'analyse qualitative, elle se base sur la lecture des textes de discussions entre les participants et les organisateurs du concours. Chaque concours a été marqué par un problème de traduction

spécifique, un débat animé sur une question de traduction ou des suggestions liées aux procédures. Nous avons soigneusement noté chacun de ces éléments et les énoncés s'y rapportant. À la suite de cet exercice, nous avons obtenu des notes révélant l'histoire de ce concours : conçu, à l'origine, comme un outil de présélection de futurs étudiants de l'École de traduction de l'entreprise qui a lancé le concours, il est devenu une plateforme de collaboration tant en matière de traduction que dans l'organisation du concours.

Nous observons que le concours a donné lieu à une forme du travail collectif en ligne par les prossomateurs, tout à l'insu des dirigeants de l'entreprise dont le but ultime n'était pas mener un projet du *crowdsourcing* en traduction, mais bien soutenir le modèle d'affaires de l'entreprise. Ainsi, la période de dix ans nous offre une image saisissante de l'évolution du concours et nous fournit assez de données statistiques sur les choix des participants et ceux de l'entreprise.

3.2. L'organisation et le déroulement du concours

Il existe plusieurs études sur le *crowdsourcing* appliqué aux projets collaboratifs créatifs en ligne dans le domaine du design. Comme nous l'avons déjà mentionné, un des premiers cas, décrit par Howe (2006), concerne le projet lancé par la compagnie *Threadless*⁸. De nombreux chercheurs citent ce cas comme un exemple classique de *crowdsourcing* qui a d'ailleurs donné naissance au terme même. Une décennie plus tard, Schenk et Guittard soulignent que le *crowdsourcing* est largement utilisé pour répondre aux besoins des entreprises et des communautés en matière de création artistique, notamment dans les

⁸ <https://www.threadless.com/participate/>

concours d'affiches ou les concours de réalisation de designs. Avec l'avènement d'Internet, ce type de *crowdsourcing* est devenu « l'une des formes dominantes d'accès aux idées créatives ». (Schenk et Guittard, 2012, p. 96) Selon les auteurs, l'enjeu ici n'est pas juste « de résoudre un problème ou de réaliser une tâche simple à grande échelle, mais d'acquérir des idées ou des réalisations originales : la singularité a une valeur en tant que telle [...] ». (Schenk et Guittard, 2012, p. 96)

Ainsi, les projets créatifs prennent souvent la forme de concours où la cognition augmentée et la cognition collective sont unies puis canalisées pour fournir des résultats. Comme le soutiennent les auteurs du *Crowdsourcing Translation*, « *contests to solve specific problems, open to anybody wanting to participate — which have become one of the most typical tools of present-day crowdsourcing — are not something radically new either.* » (EC, 2012, p. 10) Selon ces auteurs, le *crowdsourcing* sous forme de *crowdvoting* dans le cadre de concours est de plus en plus employé par les agences de marketing. Certaines tâches créatives confiées aux « foules » renforcent avec succès les liens entre l'entreprise (ou l'institution) et les consommateurs (ou les citoyens). Les auteurs citent l'exemple du concours annoncé par la Banque centrale européenne pour choisir un design pour la monnaie commémorative de 2 euros.

The design competition was open to all citizens of the euro zone, and a professional jury selected 5 designs from among the proposals submitted. These five were put to a public web vote among citizens and residents of the euro area to choose the winning design. This contest is an example of action taken by the European institutions to respond to widespread criticism of being far removed from and inaccessible to the people. Such initiatives should make the citizens feel closer to Europe, they should feel that they are the EU and can contribute to its growth and development — in short, passive citizens should be transformed into active ones. (EC, 2012, p. 18)

Comme nous avons déjà mentionné, le modèle d'affaire *Threadless* se centre sur un concours de design d'images de T-shirts. Les soumissions sont exposées sur le site Web de la

compagnie et les internautes sont invités à voter pour le meilleur design. Les soumissions gagnantes sont fabriquées et les auteurs sont récompensés.

Le cas qui nous occupe présente une structure organisationnelle similaire au projet *Threadless*. Notons que cette structure est atypique pour le domaine de la traduction créative, mais notre analyse de ce cas reste pertinente pour comprendre le phénomène du *crowdsourcing* en traduction. L'entreprise « École de traduction de Bakanov »⁹ (l'*entreprise*) basée à Moscou est à la fois un bureau de traduction littéraire qui produit environ 120 titres par année, une école de traduction littéraire qui combine la formation en ligne et en classe ainsi qu'une plateforme pour des concours de traduction qui prennent place trois fois par an.

Dans le cadre de cet événement, les organisateurs offrent aux participants un extrait d'environ 500 mots d'un roman contemporain d'expression anglaise qui n'a pas encore été publié en russe. Pour participer au concours, les traducteurs doivent s'enregistrer sur le site Web de l'entreprise sous deux pseudonymes : un pour signer leur traduction et l'autre pour participer aux discussions dans le forum dédié au concours.

Chaque concours compte environ 150 participants. Au début du concours, les participants peuvent discuter, sur le forum en ligne, du texte source, des difficultés et des approches de traduction possibles. Dans un délai d'à peu près un mois, toutes les traductions sont affichées selon l'ordre alphabétique des pseudonymes.

L'affichage des traductions signale le début du vote populaire. Pendant deux à trois semaines, les participants discutent des traductions exposées et votent pour les traductions qu'ils trouvent les meilleures. Selon les participants, au lieu de lire toutes les traductions affichées, ils ont recours à la méthode de dépistage rapide : ils scrutent les « points problématiques » du texte qui sont au centre des discussions pendant le concours (par

⁹ <http://bakanov.org/>

exemple, certaines parties d'un dialogue) et s'ils aiment l'approche de l'auteur, ils vont s'arrêter pour lire la traduction entière; ainsi, si la traduction les « déçoit » par les moments clefs, ils ne le lisent pas et passent au texte suivant.

Le *jury*, composé des étudiants de l'école de traduction et des employés de l'entreprise, dresse une liste courte des meilleurs textes. La liste courte et le choix populaire sont alors soumis au directeur ou un autre traducteur chevronné de l'entreprise (dans notre étude le *judge*) qui effectue le choix final.

Avec l'annonce des textes gagnants, la discussion sur le forum des participants prend souvent un nouveau virage, et ce sont les choix de jury et du juge qui sont le sujet de débats.

La récompense offerte aux gagnants est d'habitude une offre d'inscription à l'école de traduction de l'entreprise, ce qui mène souvent à un contrat de traduction d'une œuvre littéraire. Bien que ce travail ne soit pas très généreusement payé, il peut marquer un début de carrière pour un traducteur novice ou un traducteur amateur. Notons que les participants dont les travaux ne sont pas sélectionnés ne sont pas complètement perdants, puisque la plateforme du concours est un endroit à la fois créatif et éducatif qui stimule l'interaction et favorise le perfectionnement.

3.3. Les participants : une « foule sage » selon Surowiecki ?

Pour déterminer si la communauté des participants constitue une « foule sage », rappelons les critères énoncés par James Surowiecki (Surowiecki, 2008, p. 41). Selon cet auteur, la communauté doit manifester quatre qualités principales :

- la diversité des opinions et des compétences ;
- l'indépendance et la liberté d'opinion assurée par l'accès libre et éclairé à l'information ;

- la décentralisation des membres du groupe – l’hétérogénéité géographique, la désynchronisation dans le temps et l’absence de hiérarchie ;
- la disponibilité de la plateforme appropriée d’agrégation d’opinions permettant d’obtenir un résultat pertinent.

Si nous comparons les caractéristiques de la communauté des participants *Threadless* aux caractéristiques des participants au concours de traduction, nous voyons que les deux répondent aux critères de la « foule sage » décrits par Surowiecki :

Tableau II. Critères d’une « foule sage »

Critères	Entreprise <i>Threadless</i>	Concours de traduction
diversité des opinions et des compétences	Chacun peut participer	
indépendance et liberté d’opinion	Chacun peut s’exprimer librement par ses soumissions et dans les discussions	
décentralisation des membres	Les participants se connectent au site web indépendamment et proviennent de différents endroits	
plateforme appropriée d’agrégation d’opinions	Le forum de discussion sur le site web de la compagnie <i>Threadless</i>	Le forum de discussion sur le site web du bureau de traduction

En ce qui concerne le concours de traduction, la diversité des opinions est la source des discussions animées qui font l’objet de notre étude. La diversité des compétences se révèle pendant ces discussions : les amateurs de langue et de littérature ainsi que les traducteurs professionnels se prononcent sur les qualités d’une « bonne traduction », discutent des traits littéraires et des points difficiles du texte à traduire et se lancent parfois dans d’âpres disputes sur les approches et choix de traduction.

Il est important de noter qu'ici la dichotomie professionnel-amateur est assez symbolique, les critères de professionnalisme n'étant pas définis dans les règles du concours. Chaque participant est donc libre de se présenter comme il le souhaite.

Certes, le répertoire officiel des professions de la Fédération de Russie fournit une description exhaustive du « traducteur littéraire » professionnel. Toutefois, il nous semble difficile de vérifier les faits biographiques des participants. Par ailleurs, nous admettons que certains des participants se considèrent comme traducteurs professionnels sans formation correspondante. Selon les énoncés des participants et selon leurs propres perceptions et définitions, on compte :

- ceux qui ont appris la langue anglaise à l'université pour devenir traducteurs ou enseignants de la langue seconde ;
- ceux qui travaillent comme traducteurs spécialisés, mais qui aiment traduire les romans ;
- ceux qui habitent les pays où on parle l'anglais ;
- ceux qui ont appris la langue anglaise pour des raisons non professionnelles, comme la passion pour la lecture ;
- ceux qui voudraient devenir traducteurs littéraires professionnels et ceux qui aiment participer aux concours ;
- ceux qui sont traducteurs-amateurs ;
- les traducteurs professionnels, débutants ou chevronnés.

Notons que c'est souvent lorsque les discussions se corsent que les compétences des participants sont révélées, généralement dans le but de soutenir un argument. Comme le notent Schenk et Guittard (2012), le *crowdsourcing* de projets créatifs

n'a pas pour objectif la mobilisation de compétences spécifiques (un savoir-faire particulier) ou génériques (un grand nombre de données), mais permet d'accéder au potentiel créatif des individus, [...] nous pouvons dire que les compétences mobilisées pour la créativité sont singulières et multiples. En effet tout un chacun possède un potentiel créatif, mais celui-ci prend des formes très diverses selon les individus. (Schenk et Guittard, 2012, p. 96)

En étudiant le flux des discussions en ligne, nous apprenons aussi que les participants proviennent de différentes parties du monde dont les quinze pays de l'ex-URSS, les États-Unis, le Canada, Israël et la Grande-Bretagne. De fait, la connaissance des régionalismes de la langue anglaise est également très diversifiée. Nous observons que les participants sont divisés non seulement géographiquement, mais aussi dans leur style de vie, ce qui leur accorde du temps libre à différents moments de la journée. Ces deux facteurs rendent les discussions désynchronisées.

On ne peut sous-estimer l'importance de la plateforme d'interaction pour la collaboration et la formation. Comme le notent DePalma, Kelly et Ray, le modèle collaboratif ouvre aux traducteurs l'accès à la connaissance de leurs pairs à travers, par exemple, les forums en ligne. De plus,

the translator may gain additional insight from people who actually use the product or service for which the material is being translated. This enables the translator to produce the correct translation from the start, as opposed to waiting for someone to spot the error—which might never happen. (DePalma, Kelly et Ray, 2011, p. 81)

DePalma, Kelly et Ray soulignent que l'environnement du travail collaboratif en traduction varie selon le modèle d'organisation et la nature des textes à traduire. Ainsi, ils observent trois types d'environnement : « *wiki- or forum-based, database-driven, and full-blown collaborative translation platforms [...] (some type of terminology management, the possibility of translation memory re-use, access to machine translation, or application*

programming interfaces to allow for fairly easy integration) ». (DePalma, Kelly et Ray, 2011, p. 90)

En effet, un espace interactif où chacun peut s'enregistrer (sous son nom réel ou un avatar) pour observer le processus puis y participer est un véritable outil de démocratisation. Les auteurs de l'ouvrage *Crowdsourcing in Translation* citent l'exemple de *Citzalia*, la plateforme qui reflète l'essence du Parlement européen :

Through participating in debates, writing articles, and even drafting virtual legislation on issues relating to the European Parliament and EU policy, participants can gain insight into and expertise on how democracy works in the EU, but, at the same time, also help shape that world and inhabit it. Equipped only with a Web browser, they can create an avatar with which they walk around, interact, network and debate the issues of the day in the corridors of the European Parliament. (EC, 2012, p. 34)

En ce qui concerne la traduction, Hu et al. (2011) décrivent un modèle de plateforme adéquate pour la traduction collaborative en ligne : la coopération humaine organisée selon les critères du *crowdsourcing* est divisée en plusieurs étapes qui comprennent non seulement la traduction et la postédition, mais aussi le triage et les votes qui éliminent ou promeuvent les versions des textes traités.

La plateforme d'un forum de discussion en ligne, comme tout autre médium contemporain, se distingue par la liberté d'opinion soutenue et par l'anonymat relatif ou complet des participants. Dans le cadre du concours en question, cette condition d'une « foule sage » est aussi remplie : le forum de discussion, ouvert à tous les participants au concours, représente la plateforme appropriée d'agrégation d'opinions pour ce projet de *crowdsourcing* sous forme de *crowdvoting*.

3.4. La structure organisationnelle : un projet de *crowdsourcing* selon Brabham et Schenk et Guittard ?

Comme nous avons déjà noté, la description de la structure organisationnelle d'un projet de *crowdsourcing* selon Brabham reflète celle décrite par Schenk et Guittard :

le CS implique généralement trois catégories d'acteurs :

- les individus constituant la foule qui sont sollicités comme prestataires;
- le ou les bénéficiaires des contributions de la foule. Il s'agit en général de l'entreprise qui émet un appel d'offres ou entreprise cliente;
- enfin, une plateforme d'intermédiation entre la foule et les entreprises clientes. (Schenk et Guittard, 2012, p. 93-94)

Brabham stipule que les conditions dans lesquelles la *structure organisationnelle* devient un projet de *crowdsourcing* doivent présenter un équilibre du pouvoir entre la communauté et l'entreprise – une combinaison de l'initiative et de la créativité ascendante (*bottom-up*) et de la gestion descendante (*top-down*). Ces conditions remplies, une « foule sage » impliquée dans le travail collaboratif en ligne devient rentable et ne présente pas de risque opérationnel pour l'entreprise. (Brabham, 2013, p. 1)

Dans notre cas, nous pouvons constater que la créativité ascendante (*bottom-up*) de la « foule » se manifeste par la créativité individuelle de chaque participant pendant les discussions, libres et ouvertes, par les actes de traduction, aussi que par le vote populaire. Par ailleurs, la présence d'une gestion descendante (*top-down*) s'observe dans le fait que l'entreprise annonce et organise le concours, en établit les règles et formule les critères des traductions acceptables, engage un modérateur pour régler les problèmes techniques, répondre aux questions des participants et annoncer les étapes suivantes du concours. Enfin, l'entreprise forme le jury, sélectionne et annonce le gagnant, puis prépare les offres de travail pour les participants sélectionnés. Donc, ce que nous observons dans le cadre du concours en

question est bien une manifestation de la créativité individuelle mobilisée et coordonnée par l'entreprise.

Ayant analysé les échanges des participants au sein du forum en ligne, nous pouvons comparer la composition de la communauté des participants aux concours, ainsi que sa structure organisationnelle, à ceux du projet *Threadless*. Pour une image complète de notre cas, nous avons organisé tous les critères dans un tableau où les divers aspects du concours de traduction sont comparés à ceux du projet *Threadless*.

Tableau III. Structures organisationnelles du projet *Threadless* et du concours de traduction en ligne

Critères	Entreprise <i>Threadless</i> ¹⁰	Concours de traduction ¹¹
Gestion descendante (<i>top-down</i>)	<p>L'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • lance un appel à la communauté créative ; • établit les règles ; • offre une plateforme pour la production et l'interaction ; • offre aux gagnants un système de récompense. 	<p>L'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • lance un appel à la communauté créative ; • établit les règles ; • offre une plateforme modérée pour la production et l'interaction ; • offre aux gagnants cadeaux et admission à l'école.
	<p><i>“We started printing on t-shirts and then we realized tons of products make great canvases. We seek out these canvases, so you can continue to make and pick the best art.”</i></p>	<p>« Notre concours n'est pas un séminaire de formation, mais une sorte d'examen, un “test d'entrée” pour les traducteurs qui voudraient devenir des étudiants de l'École. S.v.p., portez attention au fait que nous n'effectuons pas la révision des travaux soumis ! Votre résultat est le fait d'être ou de ne pas être déclaré gagnant. » (notre traduction)</p>

¹⁰ <https://www.threadless.com/how-it-works/>

¹¹ <http://bakanov.org/contests/>

Créativité ascendante (<i>bottom-up</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • La soumission des designs • Les discussions • Le vote des participants 	<ul style="list-style-type: none"> • La soumission des traductions • Les discussions • Le vote des participants
--	--	--

Le tableau ci-dessus nous démontre que le *crowdsourcing* sous forme de *crowdvoting* de projets créatifs exige une organisation particulière qui se retrouve dans la plupart des activités artistiques collaboratives en ligne. En général, les différences dans l'organisation du travail collectif dans ce domaine sont mineures et déterminées par la nature particulière de l'activité créative. En effet, comme le soulignent Schenk et Guittard : « En recourant au CS, l'entreprise cherche avant tout à valoriser les ressources cognitives détenues par la foule afin de répondre à un besoin particulier. Il existe donc un lien fort entre le besoin de l'entreprise et la nature de la contribution attendue de la foule. » (Schenk et Guittard, 2012, p. 94)

Ainsi, nous sommes en mesure de conclure que le concours de traduction décrit représente un cas de *crowdsourcing* sous forme de *crowdvoting* et donc peut nous servir comme champ d'observation pour mettre en exergue les traits inhérents d'une traduction collaborative en ligne organisée selon la structure organisationnelle en question.

CHAPITRE 4 : Les modalités d'interaction entre les agents

Comme le souligne Perrino (2009, p. 58), les plateformes contemporaines de communication ne servent pas qu'à accéder et partager les données, « *it is also about generating ideas and putting them into practice in an environment that trusts collective intelligence* ». Ainsi, lorsque nous parlons d'un projet collaboratif de toute forme, nous nous imaginons une collectivité d'agents qui travaillent à l'unisson dans un espace approprié pour arriver à un résultat visé. En pratique, cependant, chaque projet collaboratif représente un mécanisme complexe avec des forces multidirectionnelles dont une prévaut toujours. C'est pourquoi les modalités du fonctionnement du *crowdsourcing* font l'objet de nombreuses études, principalement dans le domaine des sciences de la gestion et de la sociologie.

En ce qui concerne le *crowdsourcing* en traduction organisé et mené par une entreprise à caractère commercial, les modalités des interactions entre ses différents agents, comme nous avons déjà mentionné, ne se prêtent pas facilement à l'observation pour plusieurs raisons : droits d'auteurs, secrets d'affaires, protection de l'anonymat des participants, etc. Par conséquent, la littérature sur la traduction collective en ligne nous offre principalement des études de cas des projets *crowdsourcing* lancés par des organismes à but non lucratif ou des institutions internationales, ainsi que des réflexions et des opinions sur ses aspects éthiques et économiques.

Dans cette étude de cas, nous analyserons les interactions entre les participants ainsi qu'entre les participants et l'entreprise. Tous les textes du concours de traduction en ligne, les

traductions et les discussions qui les accompagnent sont accessibles en ligne et donc ouverts à l'observation.

Les discussions produites lors de chaque concours (15-20 pages) peuvent être divisées en quatre étapes :

1. Discussions sur les difficultés du texte à traduire (approximativement 20 pour cent des pages dédiées aux discussions) ;
2. Discussions sur les traductions remises (approximativement 20 pour cent) ;
3. Discussions sur l'organisation du concours, examen par les pairs et le vote populaire (approximativement 30 pour cent) ;
4. Discussions sur le « produit idéal » (approximativement 30 pour cent).

Pendant la première étape, les questions linguistiques et littéraires prédominent : le style du texte, les forces et les faiblesses du texte, les difficultés de traduction et les approches possibles. Ici, nous observons des individus cherchant de l'aide auprès de la communauté : chacun pour son travail personnel.

Les trois étapes suivantes par contre font ressortir « la voix du peuple », la cognition collective, la « foule sage » qui critique ou approuve, rejette ou accepte les choix en traduction ou les actions de l'entreprise. Ce sont les discussions des participants pendant ces trois étapes qui font du concours un modèle fructueux de *crowdsourcing* en traduction en ligne sous forme de *crowdvoting*.

4.1. Discussions sur les traductions remises

Comme nous avons déjà souligné, le forum de discussion représente l'espace de travail de la « foule sage » où se déroule la collaboration : l'échange des idées, les débats, la

formation, l'examen par les pairs et le vote. On ne saurait sous-estimer l'importance d'une telle plateforme pour un projet collaboratif cognitif. Voici comment les auteurs de *Crowdsourcing Translation* résument la signification des forums du portail collaboratif pour les traducteurs *Wordreference*¹², qui contient des ressources créées et maintenues par des internautes – un ensemble des dictionnaires multilingues, des forums aux questions, des références grammaticales, etc. :

In the perspective of crowdsourcing, the most interesting part of the site are the language forums. [...] By asking the crowd, the users can get answers and proposals that are more up-to-date than traditional dictionaries, and better take into account the evolution of the language. [...] Professional and amateurs cannot be distinguished on the forum; it is therefore up to the reader to judge on the value and the trustworthiness of the suggestions. The success of the site, however, clearly shows that the users find it useful and its contents satisfactory. (EC, 2012, p. 32-33)

Dans notre cas, les discussions au début de chaque concours se déroulent autour des approches et des choix en traduction, ainsi qu'autour des forces et les faiblesses de certains textes sources. Ce qui présente l'intérêt pour notre étude, par contre, ce sont les débats qui suivent : autour du vote pour les meilleures traductions et des mesures à prendre pour améliorer l'organisation du concours. Il s'agit de questions et d'énoncés multidirectionnels provenant des individus à la communauté, du jury aux participants et vice versa.

Il est intéressant de noter que les sujets des discussions touchent les mêmes thèmes qui nourrissent les débats des traductologues. Par exemple, lors du septième concours, le juge a admis que le texte source était difficile à traduire en raison de sa piètre qualité littéraire. Ce constat a déclenché, parmi les participants, un débat animé pour savoir si, dans de pareils cas, le traducteur doit ou non « améliorer la qualité de la langue ».

Pendant le concours numéro huit, les participants ont suggéré la publication d'une « traduction modèle » pour qu'ils puissent comparer leurs travaux avec ce texte. Le juge a

¹² <http://www.wordreference.com/>

rétorqué que les comparaisons de cette sorte « faisaient plus de mal que du bien ». Durant le même concours, une discussion intéressante a porté sur ce que les participants identifient comme des « erreurs » linguistiques et factuelles dans le texte source et le désir des traducteurs de les « corriger » dans leurs textes cibles. Les participants ont admis qu'ils devaient souvent « se faire violence » pour ne pas rectifier ces erreurs ou maladresses.

Autre exemple, tiré du septième concours : commentant la qualité des traductions choisies pour la liste courte, le juge a déploré le fait que les traducteurs étaient trop préoccupés par les « détails techniques », mais n'essayaient pas de rendre la « dynamique du texte ». Ce commentaire a suscité le débat suivant : doit-on prêter plus d'attention aux détails qu'à « l'atmosphère » d'une œuvre littéraire ? Il n'y a pas eu de texte gagnant, mais toutes les traductions finalistes ont été commentées par le juge. Les participants ont d'ailleurs déploré que celui-ci ne commente pas la traduction ayant remporté le vote populaire, ce qui montre à quel point les participants considèrent le concours et les discussions comme une formation en traduction ainsi qu'une opportunité d'exercer une influence sur le format d'interaction (créativité *bottom-up*) avec les instances organisatrices. Ainsi, Jiménez-Crespo (2014) cite de nombreuses études sur la motivation des participants aux projets de traduction collaborative en ligne qui révèlent que les motivations intrinsèques comme la « satisfaction intellectuelle » et la rétroaction de la part des experts ou des consommateurs sont au sommet de la liste. (Jiménez-Crespo, 2014, p. 30-31)

La question de la subjectivité des critères de sélection est souvent soulevée, surtout lors des concours douze, vingt-deux et vingt-quatre. Un des participants du vingt-quatrième concours, par exemple, met en doute l'objectivité du jury : il demande si, dans l'histoire du concours, le vote populaire a une fois remporté la faveur du jury. D'après les résultats de

notre recherche, résumés dans l'Annexe 1, le vote populaire a coïncidé avec celui du jury à plusieurs reprises.

Un autre thème récurrent est le degré de difficulté des textes à traduire. Lors du concours numéro seize, par exemple, le vote populaire et le jury n'ont donné aucun gagnant. Une des participantes a résumé les sentiments populaires comme suit : « C'est évident qu'il n'y a pas des gagnants, parce que le texte est trop 'particulier'. » Comme dans d'autres cas, la discussion autour des résultats s'est enflammée au point que le modérateur a dû y mettre un terme, ce que nous considérons comme une des manifestations de la gestion *top-down* de ce projet.

D'après les commentaires affichés sur le forum, les participants semblent accorder autant d'importance au processus de traduction qu'au processus de sélection (soit le vote). Un des participants au vingt-troisième concours, par exemple, note, avec fierté, que malgré « sa traduction peu réussie », il a été en mesure d'identifier l'un des gagnants, ce qui est, selon lui, « quand même un résultat ».

4.2. Discussions relatives à l'organisation du concours

Un des aspects des discussions les plus intéressants est le lien entre les thèmes soulevés et les changements apportés dans l'organisation du concours. Il est important de souligner que le format des premiers concours offrait une plateforme interactive pour les participants, mais n'envisageait pas encore le vote populaire. À ce stade, le concours ne présentait pas un cas du *crowdsourcing*. Bien que se considérant chanceux de prendre part au concours, les participants n'ont pas tardé à proposer des améliorations aux règles et au format du projet. Certains changements étaient cosmétiques (par exemple, mentionner le titre et le

nom de l'auteur de l'œuvre dont est tiré l'extrait à traduire). Au fil du temps, la voix des participants est devenue de plus en plus forte. La « foule sage » a pris forme, favorisant un dialogue qui a contribué à l'évolution du projet.

Le tout premier concours n'a attiré qu'une vingtaine de participants et, selon les organisateurs, aucun gagnant définitif n'en est ressorti. Toutefois, six traducteurs ont été sélectionnés pour recevoir les prix promis : des livres et une admission à l'école de traduction de l'entreprise. Au deuxième concours, le nombre de candidats a quintuplé. Après l'annonce des résultats, certains participants ont exprimé leur surprise et se sont distanciés de la décision du jury. Selon eux, dans le texte gagnant, « le style et l'atmosphère du texte n'étaient pas rendus de manière adéquate ». Pendant les discussions relatives aux résultats du deuxième concours, la communauté a décidé de faire appel à une intelligence collective en profitant de la plateforme du forum pour solliciter des commentaires et critiques par les pairs. À la fin du deuxième concours, les organisateurs ont annoncé leur décision de proposer un vote populaire lors des concours suivants.

En règle générale, les modalités de l'interaction entre l'entreprise et la communauté font l'objet de discussions pendant tous les concours. Par exemple, durant le concours numéro trois, le juge, critiqué par les participants pour son manque de rétroaction, a élaboré un système de classement qualitatif : « pas de commentaire », « pas de commentaire + » (lorsque le texte n'est pas « entièrement nul »), « intéressant » et « bien ». Chaque traduction a donc reçu une « note ». Le système ne s'est pas imposé dans les concours suivants, sans doute en raison du volume de travail énorme qu'elle imposait au juge.

La quête du format le plus adéquat a continué au quatrième concours. Lorsque les participants ont demandé quand les textes seraient affichés, les organisateurs ont répondu que

cela ne se ferait qu'après l'annonce des résultats. Les participants n'avaient donc pas la chance de voir les autres traductions avant que le juge n'ait rendu son verdict.

Nonobstant, pendant les quatre premiers concours, les participants ont offert une panoplie de suggestions pour améliorer l'organisation du concours et le travail des juges. Une de ces suggestions a été réalisée plus tard. Elle consistait à déléguer la présélection des textes aux étudiants de l'école de traduction de l'entreprise pour qu'ils dressent une liste courte de traductions. (Il est à noter que la plupart des étudiants sont des gagnants des concours précédents.)

À ce stade, les participants ne pouvaient pas encore exprimer leur choix par un vote, mais les voix dissidentes sonnaient de plus en plus fort. La qualité des textes choisis par le jury était de nouveau mise en question. Les demandes de commentaires et critique par les pairs devenaient de plus en plus répandues, reflétant la confiance des membres en intelligence collective. Plusieurs d'entre eux se sont mis à réviser les travaux de leurs « collègues » et, comme le mentionne *Crowdsourcing Translation* : « *Through crowdsourcing a new way of working is emerging, widely based on collaboration, self-initiative and peer reviewing, where the exchanges among the members of the community become a further binding force.* » (EC, 2012, p. 11) Une des participantes du concours numéro quatre décrit cette discussion critique autour des traductions des pairs comme la « quête de la vérité par deux personnes ou plus qui affichent leurs points de vue et s'aident, contribuant ainsi à l'avancement d'un travail commun ».

Ce n'est qu'à partir du cinquième concours que le vote populaire a été mis en œuvre. Les participants ont néanmoins continué de suggérer des méthodes de présélection plus efficaces, parce que, selon eux, beaucoup de travaux qui méritaient l'attention des juges passaient inaperçus. De plus, la communauté a demandé que les juges offrent une critique non

seulement sur les textes choisis par le jury, mais aussi sur la traduction issue du vote populaire. Selon les participants, les critères de sélection, eux aussi, devaient être plus clairement stipulés, car dans les traductions faisant partie de la liste courte, les participants identifiaient les mêmes «points problématiques» que ceux mentionnés par les juges dans leur résumé général.

Pendant le concours numéro six, les organisateurs ont admis que leur intention initiale était de ne permettre le vote populaire qu'après l'annonce de la liste courte. Toutefois, ils ont fini par décider que le but du vote populaire n'était pas nécessairement d'ajouter une autre traduction à la liste courte, mais de vérifier si les choix du jury coïncidaient avec ceux des participants. Ainsi, il a été décidé que le travail du jury et le vote populaire se passeraient en même temps : au moment où le jury annonce la liste courte, le gagnant du choix populaire est annoncé aussi. Ce dernier s'ajoute alors aux dix traductions choisies par le jury.

Pour les concours numéro sept et huit, aucun gagnant n'a été choisi. Le juge a soutenu qu'il « avait aimé » les dix traductions de la liste courte, mais qu'il ne pouvait choisir la meilleure, parce que chacune avait « ses forces et ses faiblesses ». Il a promis aux auteurs de ces dix textes de leur fournir ses commentaires si demandés, et chacun des auteurs a reçu un livre comme prix.

Nous pouvons constater que trois ans après le début des concours, vers le concours numéro dix, la communauté des participants est devenue une « foule sage » et le concours a commencé à prendre la forme d'un projet de *crowdsourcing* sous forme de *crowdvoting*. Le processus créatif *bottom-up* a continuellement influencé l'organisation du travail. Notamment, à partir du concours numéro dix, le travail de juge s'est optimisé selon les suggestions des participants : une équipe de jury composée d'étudiants de l'école de traduction (qui compte

plusieurs gagnants des concours précédents) s'est formée pour la présélection de la liste courte.

Le dixième concours n'a toujours pas révélé de gagnant définitif. Ironie du sort, le juge a reconnu que c'était parmi les travaux issus du vote populaire qu'il trouvait les traductions « intéressantes », mais qu'il n'avait pas été impressionné par les traductions de la liste courte dressée par le jury.

En même temps, la gestion *top-down* a aussi continué de se manifester : les étudiants de l'école de traduction contribuaient de plus en plus à modérer les débats. Pendant le concours numéro onze, par exemple, le juge a remercié une des modératrices d'avoir « forcé » les participants « à mener une discussion plus productive ». Les participants se concentrant trop, selon elle, sur les « petits détails du texte source », elle a redirigé le débat vers des questions de portée plus générale relatives aux différentes approches traductives. La modératrice a reconnu que son but était de démontrer aux participants que ceux-ci mèneraient des échanges plus informatifs et formatifs s'ils ne se concentraient pas sur les détails. Elle a ajouté qu'elle ne comptait pas s'immiscer dans la gestion des discussions des concours futurs, car c'était aux participants mêmes de le faire.

Entre les concours numéro dix et onze, le bureau de traduction a organisé un mini-concours de traduction en équipes qu'il a appelé « *reality-show* ». À cette occasion, cinq équipes de participants, chacune sur la supervision d'un étudiant de l'école, ont traduit cinq histoires. Les résultats, selon le juge, ont été très encourageants, et une de ces traductions a même été publiée dans une revue littéraire.¹³

En résumant les résultats du concours numéro douze, le juge a annoncé qu'il n'y avait pas de gagnant définitif, mais que les auteurs de certaines traductions seraient invités à passer

¹³ <http://www.bakanov.org/forum/viewforum.php?f=17&sid=b80969d8b7fb0dc98987be2394ed4840>

un test supplémentaire qui pourrait mener à une offre d'admission à l'école de traduction. Le juge a révélé que l'entreprise introduirait de nouveaux changements dans les règles du concours, changements dont la portée serait annoncée plus tard.

4.3. Le vote populaire

Étant donné que les concours de traduction attirent des professionnels comme des amateurs manifestant des approches et des méthodes variées, la question de la compétence, de la responsabilité envers des erreurs et de la motivation de la part de certains acteurs est toujours pertinente. Il arrive que les membres du jury, dirigés par la demande du marché, choisissent des traductions qui, selon les participants, ne sont pas « adéquates ». Dans de telles situations, le vote populaire devient l'indicateur d'un conflit pas toujours exprimé dans les énoncés, mais toujours présent.

Le vote populaire comme reflet de contradictions n'est pas un trait inhérent aux projets collaboratifs. Dans les cas de la coopération humaine organisée selon les critères du *crowdsourcing* de tâches simples, par exemple, le travail est divisé en plusieurs étapes qui comprennent non seulement la traduction et la postédition, mais aussi le triage et les votes qui soit éliminent soit promeuvent certaines traductions.

Ainsi, dans le projet décrit par Hu et al. (2011), à l'étape finale du vote, les individus choisis (en raison de leur maîtrise de la langue anglaise) pour évaluer le produit final ne participaient pas à la production même de ce produit. « *Two native English speakers unfamiliar with the project were recruited and paid for fluency and adequacy judgements...* » (Hu et al., 2011) Dans ce projet, donc, les producteurs de contenu ne participent pas à

l'évaluation des textes produits. Dans un article où les chercheurs présentent la quantification des résultats de ce travail, ils mentionnent que

The positive results were as expected. Having more votes for the winning candidate (mostSingleCandidatevote) made it more successful, since this means that more people felt it was a good representative translation. Having more candidates to choose from (candidateCount) meant that more people had taken the time to generate alternatives, reflecting attention paid to the sentence. Also, the amount of attention paid to target speakers' requests for clarification (numOfAnswers) is as expected related to the adequacy of the final translation...[...] Having a higher number of votes for the winning candidate leads to improvement (strongly significant for both adequacy and fluency), so a higher general vote count means that people were also voting more times for other candidates. (Hu et al., 2010)

Le vote de « foule », baptisée *crowdvoting*, est un outil très répandu dans le *show-biz*, mais il ne se limite pas au vote électronique ou par messages texte pendant des émissions télévisées ou des spectacles. D'autres industries y font appel aussi, notamment pour le choix de noms de marque ou de designs :

... a recent example in the field of marketing which shows very clearly the popularity of this strategy is the voting campaign launched by Toyota to crowd-source the plural nomenclature of its hybrid vehicle Prius, with 1.8 million votes cast over a 6-week period (the winning word was Prii). (EC, 2012, p. 18)

O'Hagan (2009) cite en exemple l'application *Facebook Translations* qui tire parti de l'enthousiasme et de la collaboration massive en ligne afin d'évaluer les traductions soumises par des utilisateurs. O'Hagan conclut que, contrairement aux formes de travail collaboratif qui n'utilisent pas le vote populaire, les structures organisationnelles qui y ont recours se distinguent par le haut niveau de motivation des participants qui apprécient cette méthode démocratique du contrôle de qualité.

The results of the voting in turn feed into translator leader boards, publicising and recognising the level of activity of top contributors both quantity- and quality-wise. This clearly provides the contributors with a motivational factor, showing the number of positive votes they received for their translation. While other unsolicited forms of UGT discussed above leave translation quality

as an open question that other users may or may not comment on, this model directly elicits user comments on quality. (O'Hagan, 2009, p. 23-24)

Ainsi, en annonçant les résultats du sixième concours, le juge a reconnu que le choix populaire, soit le texte 23, présentait un exemple d'une traduction, qui, malgré « certaines inexactitudes de sens », était « intéressante pour la liberté de choix et l'authenticité de la langue cible ». Cette traduction, par contre, ne se trouve pas dans la liste finale des gagnants.

Tableau IV. Le résumé des statistiques

Le résultat du concours	Nombres des concours
Le gagnant correspond uniquement au choix du jury	9
Le gagnant correspond au vote populaire	8
Le gagnant n'a pas été annoncé, mais certains travaux sont marqués comme « prometteurs » (le choix populaire n'en fait pas partie)	3
Le gagnant n'est pas annoncé, mais certains travaux sont marqués comme « prometteur », y compris le choix populaire	2
Le gagnant n'a pas été choisi	4
Total :	26

Dans notre étude de cas, le vote des participants représente une phase finale de l'activité de la « foule », la phase qui souvent révèle l'unanimité des collaborateurs et, dans la plupart des cas, les différends entre la « foule » et l'entreprise. Pour illustrer la dynamique des votes au cours de dix ans du concours, nous présentons les données sous forme d'un tableau

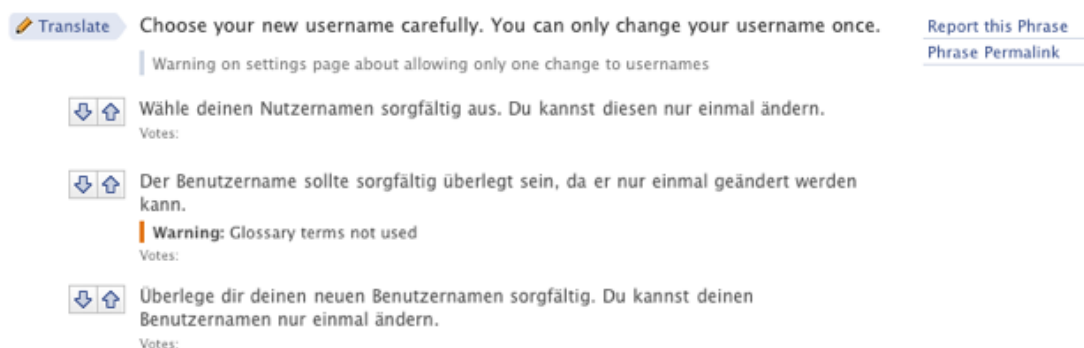
qui résume les statistiques contenues dans l'Annexe 1. Il est intéressant de noter qu'au cours de vingt-six concours (des trente concours étudiés, les quatre premiers n'offraient pas de vote populaire), le vote de la « foule » et le choix de l'entreprise coïncident et diffèrent approximativement le même nombre de fois.

Dans huit cas, la traduction ressortant du vote populaire figurait dans la liste courte dressée par le jury. Dans trois autres cas, le vote populaire n'a pas permis de déterminer un gagnant définitif. Enfin, bien qu'il y ait un grand nombre de participants dont les textes n'ont jamais gagné, le concours continue d'attirer les anciens participants. Ici, nous observons une autre particularité d'un travail cognitif collectif : la motivation. C'est elle qui réunit des individus en les transformant en une « foule sage » qui, à son tour, se transforme en une communauté des prossomateurs.

Ainsi, en citant l'exemple du projet de *crowdvoting* mené par Facebook, Jiménez-Crespo (2011) soutient que ce modèle permet de cerner les préférences des consommateurs de ce genre de communication.

Il est important de noter qu'il y a des similarités et des différences entre le concours de traduction en ligne que nous analysons et le cas de Facebook. Les deux projets sont les cas de *crowdsourcing* sous forme de *crowdvoting*, même le jugement de la « foule » de ces projets se manifeste de différentes façons : dans le cadre du forum de discussion pour le concours et sur une plateforme de vote pour Facebook qui offre cliquer sur les flèches ascendante ou descendante comme une possibilité de voter pour ou contre la traduction suggérée.

Figure 1. Facebook : exemple de vote pour les traductions suggérées¹⁴



De plus, tandis que le projet du Facebook présente un cas de collaboration en production des « nano-tâches », notre cas illustre le travail collectif en traduction qui partage certains traits avec la traduction collaborative créative.

Cependant, il y a un aspect qui unit ces deux cas : ils sont représentatifs de nouvelle ère de l'organisation de travail facilitée par les technologies. Ainsi, Jiménez-Crespo conclut :

Thus, if discourse communities around the world would produce from scratch social networking sites that could be compiled in a corpus, the results of analyzing them would be similar to what they are already expressing by voting on Facebook proposed translations. (Jiménez-Crespo, 2011, p. 147)

¹⁴ <https://techcrunch.com/2009/08/26/facebook-files-for-patent-on-crowdsourced-translations/>

Chapitre V : La prossomation en traduction

Crowdsourcing is radically transforming the profile of ‘consumers’, and more generally ‘users’. It turns them into active members of a community who can contribute to the development of products they like or to the advancement of ideas they believe in, and find their main reward precisely in this feeling of belonging to a community and making their contribution. Even when a financial reward is offered and welcomed, it is not the main driver. (EC, 2012, p. 20)

5.1. Discussions autour du « produit idéal »

Comme le révèlent les études sur la traduction collaborative en ligne, c’est la « foule » passionnée qui détermine l’approche traductive à adopter pour un texte particulier. Les traducteurs, qui font aussi partie du public cible, prennent le pouvoir et déterminent quelles stratégies employer. À cet égard, les auteurs de *Crowdsourcing Translation* citent en exemple les traducteurs amateurs de l’animé japonais qui chérissent leurs versions « non normalisées » :

... many fansubbers feel that a non-commercial version is still necessary to better satisfy the expectations of fan communities. Especially when dealing with a distant culture like the Japanese one, they aim at offering the audience — which is very interested in the series but also in its cultural context — tools to fully understand the source text, not only linguistically but also culturally. Fansubbing tends therefore to endorse and even exhibit the cultural ‘otherness’ or idiosyncrasies of the original product and rejects the tendency of commercial subtitling/dubbing to ‘normalise’ it. (EC, 2012, p. 30)

Les auteurs soulignent que ce *fansubbing* « fidèle » est surtout important pour les amateurs de l’animé dans les pays où les versions commerciales sortent doublées. Selon les traducteurs amateurs, le *fansubbing* permet d’entendre les « voix réelles » des personnages et d’apprécier le rythme de la langue source. (EC, 2012, p. 30-31)

D'ailleurs, dans le domaine de la traduction des séries télévisées, les fans et la communauté des *fansubbers* se réunissent souvent sur diverses plateformes web pour protester contre les traductions commerciales jugées inadéquates :

In some cases, the demand for and success of fansubbed versions of cult TV series is the result of a conflict between the fan community and the distributing company, when the low quality and superficial rendering of the commercial version does not come up to the expectations of the fans and their knowledge of the specific universe of the series [...] destroying the puns and missing the flavour and the comic effects of the original. In this specific case, besides producing a fansubbed version, the fans reacted so strongly through their blogs, forums and fansites, even threatening to boycott the commercial version, that they managed to induce the Italian copyright holder to choose a new dubbing team, more faithful to the source language text and more respectful of the original spirit. This case shows the possible interactions and cross-fertilisations between the two fields. (EC, 2012, p. 31)

En citant ces exemples, les auteurs de *Crowdsourcing Translation* constatent que la « foule » des amateurs rejette le rôle des consommateurs passifs. Ces amateurs choisissent de se réunir pour contester simplement la qualité de la traduction officielle ou bien pour participer directement à la production d'une autre traduction qui sera jugée plus adéquate.

Being confident about the contribution they can make, they demand the right to make their wishes heard and get a product which reflects such wishes, instead of merely being the result of the industry's choices. They feel that they have the right to have their say on the series they love and know so well, often better than the professionals paid to do the work. In this way they contribute to shape the new consumer, the 'prosumer', and blur the boundary between producer and consumer in favour of a collaborative method based on a circular flow of different skills and profiles and the interaction among them. (EC, 2012, p. 31)

Les producteurs de *fansubs*, tout comme les producteurs-collaborateurs d'autres types de traductions, ont rejoint la tendance contemporaine où, comme le décrit O'Hagan, « *the digital revolution has come to empower mere users in an unprecedented manner whereby enabling them to contribute their genre-knowledge and to become part of a community of practice of a new kind* ». (O'Hagan, 2009, p. 26)

Évidemment, les communautés des traducteurs de différents types de textes privilégient des approches différentes pour des raisons bien justifiées. Ainsi, dans la traduction littéraire, au sein des concours en ligne que nous examinons, la « foule » favorise les efforts tournés vers la production d'un texte « authentique » qui donne l'impression d'être écrit originellement en russe et qui s'inscrit dans la tradition littéraire de la culture d'accueil, ce qui a été réitéré par les participants à plusieurs reprises.

Il faudrait préciser que dans ce projet, qui manifeste tous les traits principaux du *crowdsourcing* sous forme de *crowdvoting*, le résultat final est un texte gagnant qui est choisi parmi tous les textes individuellement soumis. Certes, le processus de production des traductions pour ce concours diffère de la production du type Wikipédia, où la « foule » travaille un seul texte en y apportant des modifications pour arriver à un résultat plus au moins satisfaisant pour tous. Néanmoins, les textes gagnants sont tout à fait représentatifs, d'une part des choix du jury, et, d'autre part, des choix de la « foule ».

Dans la discussion sur les résultats du concours numéro douze, par exemple, un des participants, qui déclare traduire « pour le plaisir » en publiant ses travaux en ligne, partage ses premières années d'expérience en traduction littéraire. Il raconte qu'au début, il ne s'intéressait pas tant à l'opinion des traducteurs professionnels qu'à celle de ses lecteurs. Pour trouver ses lecteurs, il se socialisait sur les plateformes Web réunissant des amateurs de lecture. Il voulait surtout savoir si ses textes étaient faciles à lire, quelles phrases paraissaient « lourdes », quels détails les lecteurs voyaient comme « non véritables ». Il admet qu'il ne se fiait pas entièrement aux opinions de ses lecteurs, mais les questions qu'ils soulevaient étaient très importantes pour lui.

Les discussions autour du choix du jury manifestent souvent les actions *bottom-up* du processus créatif des participants qui se voient aussi comme des consommateurs. Pendant le

concours numéro vingt et un, par exemple, une des participantes remercie les juges de leur travail, mais se déclare surprise de leur choix, au point de se demander si ce jury n'a pas commis une erreur. En précisant qu'elle n'a pas participé à ce concours, gage de son désintéressement, elle suggère que les juges commentent leurs choix plus en détail. Des commentaires de ce type – où la « foule » demande au jury de justifier ses choix – font régulièrement surface. Très souvent, le juge ou le jury acceptent de se prêter au jeu.

Pour illustrer la diversité des approches retenues par les participants, nous avons choisi de comparer deux traductions effectuées dans le cadre du concours numéro vingt-deux qui a eu lieu au printemps de 2013. Le but de notre analyse est de prouver la valeur du *crowdsourcing* pour les projets de traduction. Comme nous montre le Tableau IV, les statistiques comparatives des choix du jury et des choix populaires au cours des années présentent une situation récurrente de divergence dans les critères de sélection. Les résultats du concours numéro vingt-deux, qui ont suscité une discussion enflammée, illustrent parfaitement ces divergences entre les choix de l'entreprise et ceux de la « foule ».

Les paratextes de ces traductions révèlent le conflit « entreprise–producteurs » – ici entre l'entreprise et les participants aux concours. Par exemple, les participants trouvent que les traductions choisies par le juge et celle élue par la « foule » sont très différentes dans les approches employées. Lorsque le juge explique son choix du gagnant en mentionnant que ses « dialogues sont très naturels », il provoque une vague d'indignation de la part des participants qui ne les ont trouvés ni naturels ni faciles à lire. Ainsi, l'un des participants s'insurge : « si, dans une librairie, j'avais ouvert un livre avec des dialogues écrits de cette manière, je l'aurais déposé sur la tablette immédiatement ». Dans cette prise de position, les traducteurs (producteurs) et lecteurs (consommateurs) tendent à se confondre.

Le paratexte constitue une partie importante de notre analyse. Il comprend le forum de discussion qui permet de reconstruire une sorte de réflexion du traducteur à haute voix. Afin d'identifier le modèle d'affaire de l'entreprise, nous avons utilisé les renseignements sur les sites web du bureau de traduction : l'information offerte par son site web sur les auteurs des textes sources, ainsi que le catalogue des livres traduits et publiés.

Notre travail s'est effectué en deux temps : une analyse contrastive des deux traductions, suivie d'une analyse des discussions sur ces traductions. Les données récoltées à la suite de l'analyse contrastive nous permettent d'interpréter des résultats, et l'analyse des discussions permet de confronter nos découvertes avec la décision du juge. Notre but est de générer un résultat quantitatif qui permette de comparer la qualité des deux traductions.

Le texte en anglais (Annexe 5) dont nous avons examiné la traduction compte environ 500 mots, comme la plupart des textes des autres concours de cette entreprise. Le nombre de participants à ce concours était de 160. Comme nous avons déjà mentionné, les règles imposent au jury de choisir les dix meilleures traductions et de les soumettre au chef de cabinet qui en sélectionne une seule. Les participants votent eux aussi pour leur traduction préférée, et le texte choisi par la communauté est également présenté au juge. Finalement, celui-ci choisit le gagnant parmi les onze traductions. Les participants tout comme les membres du jury et le juge communiquent en ligne dans l'espace-forum.

Nous avons aussi examiné la traduction 117 qui correspond au choix populaire et la traduction numéro un qui reflète le choix du jury. Avant de comparer ces deux textes, nous avons cerné les points problématiques du texte source selon les trois catégories suivantes: difficultés lexicales, syntaxiques et stylistiques. Les points problématiques sont définis à partir de l'analyse du paratexte : la discussion des participants sur le forum. Dans les textes d'à peu

près 500 mots, nous avons identifié une dizaine des cas difficiles pour chaque type de problème.

Tout d’abord, nous avons monté trois tableaux contrastifs (Annexes 2, 3, 4), où les solutions offertes par les deux traducteurs ont été placées vis-à-vis, pour chaque type de choix identifiés. Pour notre étude de cas, nous avons retraduit les phrases du russe vers l’anglais pour démontrer l’écart entre les deux textes résultant des approches adoptées par les traducteurs. Nous admettons qu’une telle démonstration ne représente pas une mesure très précise, mais elle permet au moins de mettre en lumière la différence entre les approches des deux participants, différence qui a suscité une discussion animée parmi les traducteurs.

Pour marquer l’acceptation ou le rejet de la solution par les participants, nous avons utilisé le principe binaire en attribuant un « 1 » à la solution :

- favorisée par les participants pendant la discussion (80 % des exemples dans la liste) ;
- étant un choix idiomatique qui ne comporte pas d’erreurs de traduction flagrantes et, finalement, ne déforme pas le style du texte de façon évidente et indisputable (20 % des exemples dans la liste).

Par conséquent, la solution reçoit un « 0 », si elle ne répond pas aux critères mentionnés et/ou n’a pas été approuvée par les participants lors de la discussion en ligne.

Pour citer les exemples de marquage, nous présentons des extraits des tableaux :

- les points problématiques lexicaux

N	Original (C. Keirnan)	Participants’ choice (117 - vukul)		Judge’s choice (1 - aaron)	
A4	telltale barista tattoos	неотъемлемое клеймо любого бариста an integral brand of all baristas	1	словно причудливая татуировка, красовались частые фиолетовые рубцы like some fancy tattoo, frequent purple scars adorned (her arms)	0

- les points problématiques syntaxiques

N	Original (C. Keirnan)	Participants' choice (117 - vukul)	Judge's choice (1 - aaron)
B10	there wasn't even the hint (of a smile)	<i>без малейшего намека</i> without a slightest hint	<i>На этот раз – даже без</i> This time – without even a hint

- les points problématiques stylistiques

N	Original (C. Keirnan)	Participants' choice (117 - vukul)	Judge's choice (1 - aaron)
C4	“Shit,” she said.	- <i>М-да... - сказала она.</i> - Hum-m... - she said.	- <i>Ой, да ладно, – ответила Дария с легкой улыбкой</i> - Oh, come on, - said Daria with a slight smile

L'analyse de la traduction des phrases problématiques démontre la différence entre les choix des deux traducteurs. L'auteur du texte-choix populaire arrive à rendre les phrases en russe qui reflètent non seulement la longueur originale, mais aussi le registre, tout en restant dans les limites du style et de l'atmosphère de texte source. L'auteur du texte-choix du juge change plus librement les registres, ainsi que la longueur des phrases et les structures syntaxiques, ce qui n'a pas été apprécié par les participants-lecteurs.

Comme nous avons déjà mentionné, le texte source du concours numéro vingt-six présentait un défi particulier sur le plan des dialogues, lesquels étaient rédigés dans une langue qu'on peut qualifier d'informelle, voire vulgaire. En fait, les traducteurs russes de la littérature contemporaine en anglais font souvent face aux choix délicats en traduisant le registre vulgaire, non parce qu'il est interdit dans la culture cible, mais parce que c'est extrêmement compliqué de le représenter en russe de manière « authentique ». Par

conséquent, les débats les plus féroces se sont déroulés autour des approches à la traduction des dialogues.

Dans nos tableaux, le simple calcul des choix marqués comme « acceptables » nous montre clairement que le choix populaire (27 points) présente, selon les participants, un produit de qualité plus acceptable que le choix du jury (11 points). Les participants ont voté pour le texte numéro 117, parce qu'ils trouvaient qu'il offre une interprétation plus juste du style de l'auteure et qu'il se lisait bien en russe.

En ce qui concerne le texte numéro un, les participants ont remarqué que l'auteur avait surtout du mal à résoudre les problèmes stylistiques : selon eux, le traducteur a « effacé l'atmosphère du texte », ostensiblement sombre et remplie de suspense. Dans la traduction, la partie narrative, contrairement à l'original, est marquée par des mots et des expressions joyeux (*nice surprise, fancy, adorned, serene, amazing*) et les dialogues sont plutôt « vifs et gais ». De plus, selon les participants, le traducteur, « collé » au texte de départ, a traduit certaines injures presque mot-à-mot, de sorte que les dialogues en russe contiennent « des intrus » et ne paraissent pas « authentiques ». Finalement, les phrases longues et lourdes du texte de départ ont été coupées et allégées.

Pour expliquer un tel choix du jury, nous avons conduit une brève analyse des titres traduits par l'entreprise, exposés sur le site du cabinet de traduction : la majorité (environ quatre-vingts pour cent) des livres traduits et publiés sont les romans de types *thriller, goth, horror, fantasy, erotica*, etc. rédigés par des écrivains qui peuvent être catégorisés comme des auteurs de la littérature de niche. Le site offre aussi des extraits provenant des textes traduits, ce qui nous a permis de cerner de façon globale l'approche employée. Dans les extraits fournis, la représentation du texte cible est en grande partie calquée sur celle du texte source,

résultant en une traduction que les participants du concours auraient appelée « lourde » et « non authentique ».

Nous constatons donc que l'approche sourcière choisie par l'auteur du texte gagnant dans le concours numéro vingt-deux concorde bien avec celle adoptée par les traducteurs de la majorité des titres publiés par l'entreprise. Par conséquent, nous pouvons faire l'hypothèse que l'entreprise favorise des stratégies particulières et embauche les traducteurs qui les appliquent. Cela pourrait expliquer pourquoi le choix du jury (la gestion *top-down*) pour le concours numéro vingt-deux a suscité une résistance chez les participants (la créativité *bottom-up*). Les résultats de notre brève analyse confirment donc la particularité des pratiques dans le domaine de la traduction institutionnelle, laquelle exerce un impact sur la communauté collaborative.

Le choix des participants, par contre, atteste de la volonté de la communauté de produire un texte littéraire reflétant les qualités – le style, la « texture » et les « couleurs » – du texte de départ. L'intelligence collective des consommateurs devenus producteurs choisit des approches en traduction différentes dépendamment de genre et du médium de représentation du contenu : tandis que les participants au concours de traduction de notre étude expriment leur préférence pour une traduction « fluide et naturelle », les traducteurs amateurs de *fabsourcing*, dont les auteurs de *Crowdsourcing Translation* citent quelques exemples, préfèrent des traductions qui mettent en relief l'étrangeté du texte. (EC, 2012, p. 30) De cette manière, les consommateurs cessent d'être de simples spectateurs : ils s'organisent en une communauté de collaboration pour devenir acteurs et producteurs. Ce qui unit ces traducteurs enthousiastes est leur passion et leur vision claire de ce que doit être le produit final :

The fans reject the role of passive consumers. Being confident about the contribution they can make, they demand the right to make their wishes heard and get a product which reflects such wishes, instead of merely being the result of the industry's choices. They feel that they have the right to have their say on the series they love and know so well, often better than the professionals paid to do the work. In this way they contribute to shape the new consumer, the 'prosumer', and blur the boundary between producer and consumer in favour of a collaborative method based on a circular flow of different skills and profiles and the interaction among them. (EC, 2012, p. 31)

Nous considérons donc que le *crowdsourcing* en traduction sous forme de *crowdvoting* est une méthode valable pour traduire et pour évaluer les traductions, parce que l'intelligence collective sait prendre des décisions informées et cohérentes : au sein d'un tel projet du *crowdsourcing*, la communauté des traducteurs agit non seulement comme producteur, mais aussi comme consommateur.

La disposition d'esprit des participants du concours corrobore finalement les conclusions des auteurs de *Crowdcourcing Translation* : « *They are no longer happy with being passive and invisible users, but want to share their ideas and competences, and make their contribution. And the Internet and the easy and efficient tools it now provides make this possible.* » (EC, 2012, p. 43)

5.2. Les lecteurs traduisant

La motivation constitue une propriété inhérente à la « foule sage ». En effet, cette « foule » auto-organisée pour accomplir une tâche n'est pas seulement « sage », elle est aussi motivée, voire passionnée. Les entreprises désirant utiliser la créativité collective doivent d'abord trouver le moyen de motiver la communauté visée. En décrivant le *crowdsourcing* comme « une relation entre l'entreprise et les individus au sein de la foule et le bénéficiaire qui se situe en dehors des cadres organisationnels classiques », Schenk et Guittard formulent un enjeu majeur de cette forme d'organisation, à savoir : « comment solliciter un grand

nombre de participants afin de bénéficier de l'effet de foule (pour la réalisation de tâches simples, complexes ou créatives) ? » (Schenk et Guittard, 2012, p. 97)

À ce titre, ils reconnaissent deux types de motivation : une motivation intrinsèque (la joie de participer à une activité) et une motivation extrinsèque (la prévision d'une rémunération). Selon eux, la motivation extrinsèque est plus caractéristique des projets de *crowdsourcing* liés à des tâches simples, dont les participants travaillent pour une petite rémunération ou contribuent au projet de manière non intentionnelle. Par contre, la motivation intrinsèque, sous forme de plaisir ou de passion, serait la force motrice pour la « foule » participant au *crowdsourcing* des projets de résolution de problèmes ou de productions créatives.

Crowdsourcing communities share a number of features that, according to the supporters of this new approach, set them apart from any other type of community: their drivers are motivation and personal involvement and the expected reward is recognition and respect, whereas financial compensation, if any, plays only a minor role; they promote a new way of working based on collaboration, self-initiative and peer reviewing and also on the involvement of the largest possible number of interested people. In this sense, these communities are also intrinsically democratic in that they allow everybody to collaborate and share their knowledge and talents, irrespective of formal qualifications or professional activities. (EC, 2012, p. 43)

Dans notre étude de cas, nous considérons qu'au moment où les participants se mettent à voter, ils se transforment en prosumateurs. Le pouvoir d'une communauté motivée et bien gérée, comme l'observent les auteurs du *Crowdsourcing in Translation*, est dans l'opportunité de partager avec les pairs, d'améliorer les outils qu'ils aiment et de se sentir concepteurs actifs : « *'prosumers' [...] the neologism created to refer to the new users of the Web 2.0 who are also active creators of the product they use —, while helping people who share their interest and attitudes but cannot rely on the same competences.* » (EC, 2012, p. 26)

La prossomation est souvent définie comme un pouvoir augmenté d’agir : *empowerment*. Désilet (2007), par exemple, décrit sa participation à la création de contenu en ligne comme suit : « *Whenever I do something like this on Wikipedia or any other wiki site, I feel tremendous power at my fingertips* ». Comme nous l’avons déjà mentionné, le phénomène de prossomation prend ses racines dans les nouvelles formes d’organisation de travail, dont le *crowdsourcing*.

Parmi les tâches intellectuelles qui se prêtent au *crowdsourcing* et, par conséquent, à la prossomation, nous trouvons toutes les activités liées au traitement de texte, notamment la traduction, et les entreprises trouvent de nouvelles raisons pour bénéficier de la volonté des « foules » à partager leurs compétences. Ainsi, comme l’observe O’Hagan, si la « foule » des utilisateurs ressent un manque d’information (ou un besoin de traduction), elle se met au travail, ce qui donne naissance au contenu généré par des utilisateurs (*User-Generated Content—UGC*) et aux traductions générées par des utilisateurs (*User-Generated Translations—UGT*) :

The phenomenon of fan translation illustrates how technological environments have provided a solution, albeit legally questionable, to the lack of availability of official translation allowing user-translators to step in and showcase their domain-specific knowledge and technical skills. In this way today’s enhanced Web 2.0 environments are harnessing UGC and UGT. What is particularly new, however, is the trend where these mostly unsolicited and often legally illicit user-based translation activities are now turning into solicited legitimate activities developing as an increasingly accepted business model. (O’Hagan, 2009, p. 21)

Cette tendance contemporaine représente une nouvelle façon de produire, mais aussi un moyen pour l’industrie d’attirer des compétences. En effet, comme le suggère O’Hagan, certaines formes de travail, surtout celles qui incluent les modifications des jeux par des *fans*, peuvent servir comme une plateforme de formation, où les *fans* peuvent devenir les professionnels :

This points to a close linkage between fandom and professional translation in the field of game localisation and implies the benefit of working as part of fan translation communities. The latter seem to be able to provide, if by accident, a situated authentic learning environment, likely boosting the process of preparing trainees for the game localisation industry. (O'Hagan, 2009, p. 21)

Les amateurs sont invités à produire, même si leur champ de travail touche les zones grises liées aux droits d'auteur. Comme le décrit O'Hagan, une des activités qui efface les frontières entre la production et la consommation est « *modding* », la modification des jeux vidéo.

A "modding" ranges from a light cosmetic touch to a complete overhaul of the original game and is a further testimony to the extensive technical knowledge acquired by some fans. Interestingly mods are not only condoned but are endorsed by the game industry as a way to enhance the appeal of the original game and gather wider gamer community attention and extended engagement in the game. This is accommodated to the extent that some game developers officially make available development kits to facilitate the modding process as well as designing original games... (O'Hagan, 2009, p. 17)

O'Hagan voit dans la traduction par les *fans* une forme précoce de prosumation : « *Fan translation fits well in the category of prosumers where potential consumers of translations double as translation producers* ». (2009, p. 10) Selon O'Hagan, la motivation originale derrière l'apparition de *fansubs* était l'insatisfaction envers les versions officielles suréditées des animés. (2009, p. 11) Le manque de formation professionnelle était donc compensé par une connaissance intime du genre. Les participants les plus actifs se sont d'ailleurs convertis en traducteurs payés par les entreprises. (2009, p. 12)

Contrairement aux caractéristiques de certains projets de *fansubbing*, les concours de traduction en ligne présentent une forme tout à fait légitime de la collaboration massive créative, qui nous permet d'observer non seulement la transformation d'un des concours en un cas de *crowdsourcing*, mais aussi son évolution en un modèle de prosumation. Cette transformation est possible dans la mesure où les acteurs investis dans le projet sont motivés

par la possibilité de produire selon leur vision. En effet, comme le notent Schenk et Guittard, le *crowdsourcing* « place les individus au centre du processus de production ». (Schenk et Guittard, 2012, p. 94) L'analyse des particularités du concours que nous étudions démontre que la motivation des participants est à avant tout intrinsèque et, dans une moindre mesure, extrinsèque. Les participants sont passionnés par l'activité de traduction, ouverts aux échanges sur le sujet et continuent de participer aux concours malgré des échecs passés.

Comme l'observe Jiménez-Crespo (2017), la question de « genre textuel » se trouve au centre de la motivation des traducteurs bénévoles :

« both crowdsourcing and online collaborative translations depend on the motivation and interest of a collective of volunteers to make whichever instance of text available in any targeted language(s). [...] [P]otentially any text could be translated due to the existence of platforms that can help any initiator to request a crowdsourcing project. » (Jiménez-Crespo, 2017, p. 36)

Ainsi, selon Jiménez-Crespo, la résistance de la « foule » à la participation à un projet ne peut être franchie que par les motivateurs extrinsèques, dont compensation monétaire modeste. Dans son analyse du modèle du *crowdsourcing* employé par Facebook, Jiménez-Crespo note que les participants sont motivés par le fait qu'ils sont aussi les utilisateurs ciblés des textes traduits, et donc « *the inherent difficulty in crowdsourcing quality evaluation might be overcome by an active community of users* » . (Jiménez-Crespo, 2011, p. 142)

En résumant son analyse du modèle d'évaluation de qualité employée par Facebook, Jiménez-Crespo soutient que

the Facebook evaluation model, in which a large number of users votes positively or negatively on proposed translation, can help guarantee that the resulting website complies to the expected features in a digital genre that any discourse community might have. (Jiménez-Crespo, 2011, p. 147)

En ce qui concerne notre cas, nous avons vu qu'au fil de dix années, le concours a évolué : d'une simple compétition, il s'est transformé en un cas de *crowdsourcing* sous forme de *crowdvoting* avec une « foule sage » prête à produire pour sa propre consommation. Comme nous avons déjà décrit dans le chapitre précédent, la série des concours a commencé à l'automne 2006 dans un format différent : les travaux n'étaient vus que par le jury, et ce dans le but de choisir les futurs étudiants pour l'école de traduction littéraire au sein du bureau. Le premier concours a attiré vingt participants, mais le deuxième, réalisé un mois plus tard, comptait cent un participants. À cette période, les traductions étaient affichées après l'annonce des gagnants et les participants ne prenaient pas part au vote.

À partir du cinquième concours, les participants ont été invités à voter pour le texte de leur choix. À partir de ce moment, les « producteurs » des traductions ont pu indiquer leurs préférences, formuler leurs critères d'une « bonne traduction » et critiquer le choix de jury.

Depuis, on remarque que les premières discussions au sein de chaque concours se concentrent sur les problèmes de traduction, les participants agissant alors comme traducteurs (producteurs).

Dans les étapes ultérieures du concours, les participants ne s'expriment plus en tant que traducteurs (producteurs), mais plutôt en tant que lecteurs (consommateurs) potentiels des textes littéraires.

Cette évolution reflète les conclusions des auteurs de *Crowdcourcing Translation* :

... we have now entered a new era where users have become 'prosumers' and can access the web also to actively create or modify content. An increasing number of people, especially among the younger generations, feel that they have a lot to offer. They are no longer happy with being passive and invisible users, but want to share their ideas and competences, and make their contribution.
(EC, 2012, p. 43)

Conclusion

Comme nous avons indiqué, certains types des concours de traduction en ligne, accessibles pour l'observation et la participation, présentent une chance unique pour les chercheurs, parce qu'ils révèlent la dynamique, les particularités et les régularités inhérentes à tout autre projet de traduction en *crowdsourcing*. Dans notre étude de cas, nous n'avons pu explorer les dimensions organisationnelles et certains aspects des interactions entre les agents d'un tel projet.

Dans ce concours en ligne, nous avons observé non seulement le fonctionnement d'un projet *crowdsourcing* sous forme de *crowdvoting*, mais aussi la coprésence dans cette forme de travail de différentes forces, souvent opposées : les producteurs-consommateurs et l'entreprise. Nous avons donc examiné l'interaction entre les participants, notamment l'influence *bottom-up* où les participants exigent des changements dans l'organisation du travail et, par conséquent, affectent le fonctionnement du projet.

De même, nous avons analysé les dimensions esthétiques d'un « bon produit » selon les participants et selon le commanditaire de la traduction, question qui donne souvent lieu à certaines dérives. Nous n'avons que légèrement abordé la question du modèle d'affaire de l'entreprise bien que, à notre avis, celle-ci illustre une réalité du marché de la traduction d'aujourd'hui : un certain degré d'opposition entre les exigences des lecteurs et la qualité des textes offerts par les maisons d'édition.

De plus, nous avons essayé d'établir un lien entre le vote des participants et le phénomène de prossomation qui prend de plus en plus l'ampleur avec l'émergence des technologies numériques et des nouvelles formes d'organisation de travail. Ainsi, nous avons

tracé les contours d'un nouveau type de consommateur sur le marché littéraire : un lecteur traduisant, un « prossomateur », qui non seulement formule les critères d'un produit qu'il veut consommer, mais aussi, grâce aux technologies contemporaines, s'engage activement dans le processus de production.

Jiménez-Crespo (2014) observe que, dans le cadre du discours sur le phénomène de *crowdsourcing*, l'industrie de traduction produit des rapports sur les meilleures pratiques et les études de cas, tandis que les chercheurs en linguistique informatique et les traductologues travaillent sur les études empiriques. (Jiménez-Crespo, 2014, p. 27) Selon l'auteur, les recherches empiriques se concentrent principalement sur deux questions : la motivation des participants aux projets de *crowdsourcing* et la qualité des traductions produites. (Jiménez-Crespo, 2014, p. 28)

Certes, les plateformes numériques et les nouveaux modèles d'organisation du processus de traduction soulèvent des questions sur l'avenir de la profession, et d'aucuns pourraient y voir une menace au statut du traducteur. D'autres, comme Perrino (2009, p. 56), exhortent les traducteurs à considérer comment les nouvelles technologies peuvent les aider plutôt que les remplacer. O'Hagan appelle également à l'ouverture d'esprit et à une réflexion sur les changements :

The new digital world which favours openness, collaboration and sharing calls into question perhaps some of the hidden issues which are already plaguing the current work mode of professional translators and localisers. The new rules being established by the world of Web 2.0 are forcing the Translation profession to confront the new and the old issues. [...] A clear way towards the decline will be to ignore the changes and insist on forever keeping the old way of working. (O'Hagan, 2009, p. 26-27)

Austermühl cite plusieurs études qui ont démontré qu'une approche positive aux nouveaux modèles du travail entraîne un niveau plus élevé de satisfaction professionnelle. L'auteur attire notre attention sur un autre débouché important des projets *crowdsourcing* : la

formation de professionnels capables de travailler dans de nouveaux contextes de travail, en associant les compétences linguistiques, informatiques et organisationnelles : « *Furthermore, participation in crowdsourcing projects as volunteer translators offers students as well as graduates valuable opportunities to gain practical experiences, making them highly sought-after on the professional market.* » (Austermühl, 2011, p. 19-20) Les auteurs de *Crowdsourcing Translation* se montrent optimistes par rapport aux conditions de travail des traducteurs professionnels dans ces nouvelles conditions. Selon eux, le statut d'un traducteur professionnel pourrait être rehaussé et ses conditions de travail améliorées : « *In many cases, this will mean that professional translators will have to become even more specialised and focus on the areas where specialisation, confidentiality and accountability are required — and which will therefore always remain the exclusive sphere of competent human professional translators.* » (EC, 2012, p. 46)

À son tour, Gambier soutient que ce ne sont pas les technologies, mais la perte de prestige de la littérature en tant que référence culturelle qui présente un danger pour la profession. Il est convaincu que les outils électroniques ne feront pas disparaître les traducteurs professionnels : « Les possibilités technologiques peuvent susciter de nouveaux problèmes, mais aussi offrir de nouvelles possibilités et niches, inexistantes auparavant. » (Gambier, 2013, p. 231) À notre avis, les tendances contemporaines en traduction offrent justement aux lecteurs des possibilités illimitées de s'engager activement dans le processus littéraire et donc de contribuer à la vie culturelle de la communauté.

La motivation des participants constitue un des principaux facteurs à la base du concours de traduction que nous avons décrit et le moteur de tous les projets collaboratifs massifs en ligne. Les textes analysés projettent l'image d'une « foule » où tous les participants

sont motivés par le plaisir de traduire et où certains nourrissent l'espoir de convertir leur passe-temps préféré en un emploi.

Comme le mentionne Désilets (2007), « *massive online collaboration is revolutionizing the way in which content is being produced and consumed worldwide. This is bound to also have significant impacts on how we **translate** content.* » Une des nouveautés révolutionnaires dans la rédaction et la traduction réside dans le fait que les producteurs et les consommateurs de ces textes ne forment qu'une seule et même communauté.

Jiménez-Crespo (2017) soutient la nécessité d'étudier les projets de *crowdsourcing*, car la collaboration en traduction est destinée à rester :

Other species can cooperate in very large numbers for food, shelter, survival, etc., but only humans can create fictions that make them cooperate and work together to accomplish abstract objectives. This is precisely why the next developments in both paid and volunteer crowdsourcing models, as well as online collaborative translations, are to some extent quite unpredictable. [...] However, what might change, evolve, and emerge are new motivations to ... help spread the love for Manga, help Facebook expand to the user's language, help with human rights campaign, help others learn a language, spend the "cognitive surplus," or earn some money with skills that the crowdsourcer might find of value. (Jiménez-Crespo, 2017, p. 257)

Le *crowdsourcing* en traduction présente les caractéristiques suivantes : la transformation de l'organisation de travail, le développement des communautés basées sur les idées du bien public, le fonctionnement comme outil de démocratisation et l'évolution de la notion de consommation. Si ces aspects commencent à faire l'objet d'études, nous admettons toutefois la nécessité de réaliser de plus amples recherches sur le sujet.

Annexe 1. Le concours de traduction : l'historique et les statistiques

No./date	Nombre de participants	Gagnants	Choix populaire
1 15/6/2006	20	3, 4, 6, 7, 9, 18	
2 01/10/2006	101	12	
3 15/12/2006	50	37, 38, 44 и 45	
4 28/2/2006	87	3 и 23	
5 15/5/2007	86	8, 34, 81	8, 81
6 30/9/2007	116	12, 27, 48 и 58	23
7 31/1/2008	131	Pas de gagnant	12
8 10/5/2008	143	71, 77, 97, 121, 139	16
9 10/11/2008	126	Pas de gagnant	déjà dans la liste courte
10 16/2/2009	135	6, 70, 122, 114 Pas de gagnant définitif, mais le juge a marqué certains travaux	114
11 14/5/2009	130	9, 26, 75, 122	déjà dans la liste courte
12 15/11/2009	215	80, 138, 146, 157 Pas de gagnant définitif, juste les travaux « assez intéressants »	146, 157 déjà la liste courte ; 98 et 99 sont ajoutés
13 13/3/2010	263	114, 31	254
14 30/5/2010	163	4, 86, 126 Le juge a choisi, « avec difficultés », trois travaux, mais il ne trouve pas qu'il y avait un gagnant définitif	4 (déjà dans la liste courte)
15 25/11/2010	208	Pas de gagnant définitif	204, 99 déjà dans la liste courte ; 40 ajouté
16 29/4/2011	162	Pas de gagnant définitif	Pas de gagnant définitif
17 05/10/2011	202	93	63
18 25/02/2012	145	67, 87	67
19 12/05/2012	149	21, 117 и 148	Pas de gagnant définitif

20 21/10/2012	126	2, 120	2 déjà dans la liste courte; 29 est ajouté
21 16/02/2012	111	20, 105 Le juge a choisi, « avec difficultés », deux travaux, mais il ne trouve pas qu'il y avait un gagnant définitif	78
22 18/05/2013	151	1, 26	117
23 19/10/13	147	41, 116 Le juge a choisi, « avec difficultés », deux travaux, mais il ne trouve pas qu'il y avait un gagnant définitif	140
24 15/02/2014	179	22, 93, 130	76
25 17/05/2014	140	29, 90 Le juge a choisi, « avec difficultés », deux travaux, mais il ne trouve pas qu'il y avait un gagnant définitif	52, 87 (dans la liste courte déjà)
26 25/10/2014	136	20 et 34	20 (déjà dans la liste courte)
27 28/02/2015	102	3, 10	10, 46, 101 (déjà dans la liste courte)
28 16/05/2015	169	34, 53, 127, 153, 169	44, 144
29 24/10/2015	182	21 Le juge a marqué un travail, mais il ne trouve pas qu'il y avait un gagnant définitif	182, 149
30 20/02/2016	184	6, 76 Le juge a choisi, « avec difficultés », deux travaux, mais il ne trouve pas qu'il y avait un gagnant définitif	Pas de gagnant définitif

Annexe 2. Changes in Lexical

N	Original (C. Keenan)	Participants' choice (117 - вуки)	Jury's choice (1 - аарл)	
A1	with hair-like cherries	с волосами вишневого цвета / with cherry hair colour	с волосами вишневого цвета / with cherry hair colour	1
A2	face was too angular	с лицом слишком угловатым и мальчишечьим / with a face too angular and boyish	слишком острыми казались скулы / the cheekbones looked too sharp	0
A3	planned anachronism	будто из другой эпохи / like from another era	(Все это) несло на себе печать анахронизма / (all that) carried a mark of an anachronism	0
A4	telltale barista tattoos	неотъемлемое клеймо любого бариста / an indispensable brand of any barista	словно причудливая татуировка, красовались частые фиолетовые рубцы / like some fancy tattoo, frequent purple scars adorned (her arms)	0
A5	contact of soft flesh (of her arms)	(от) любого неосторожного прикосновения / (of) any un wary contact	близкого контакта кожи рук / (of) close contact of the skin of the arms	0
A6	the welcome station	на первой остановке при въезде в штат / at the first stop on the state border	в справочном бюро на въезде в Алабаму / at the information centre at the Alabama border	1
A7	sipped a styrofoam cup	попивая ... из пластикового стаканчика / sipping from a plastic cup	она взяла пенопластовый стаканчик / she took a styrofoam cup	1
A8	coffee that had been free and had tasted like it	кофе ... бесплатной и, соответственно, безвкусный / coffee .. free and, therefore, tasteless	плеснула себе бесплатной кофейновой бурды / poured some free coffee wish-wash	0
A9	last chance at direction	оказался последним / turned out to be the last	Последняя надежда на хоть какой-то ориентир. / Last hope for at least some direction	1
A10	and she'd been hooked by the story	... история ... вдруг чем-то ее зацепила / ... the story ... suddenly got her hooked	Ники стало любопытно. / It got Niki curious	1
Total:			8	5

Annexe 3. *Changes in syntaxiques*

N	Original (C. Keirnan)	Participants' choice (vukui)	Jury's choice (aaron)	
B1	surprised her, not only by knowing	сумела приятно удивить Ники тем, что не просто слышала про / she managed to pleasantly surprise Niki not only by the fact that she heard about	не только знала, что такое кубинский эспрессо, но и – какая приятная неожиданность – / she not only knew what Cuban espresso was, but also-- what a nice surprise--	0
B2	which made Niki think of Dorothy Parker	(в памяти сразу всплыла писательница Дороти Паркер) / (writer Dorothy Parker surfaced immediately in her memory)	(Ники невольно вспомнилась Нью-Йоркская писательница Дороти Паркер) / (Niki unwittingly recalled a New-York writer Dorothy Parker)	1
B3	She was taller than Niki, but hardly tall	Она была невысокая, хотя и выше Ники / she was not tall, but still taller than Niki	Роста она была невысокого, хотя чуть выше Ники / She was of small stature, although taller than Niki	1
B4	the warmth spreading (from her throat into her stomach)	... кофе ... теплой волной разливался / coffee ... was spreading like a warm wave	каждая клеточка ... наполнялась благодатным теплом /each cell ... was being filled with a serene warmth	0
B5	the only thing that had been open on this odd street	единственное открытое заведение на всей улице / the only open business on the whole street	... набрела на кофейню. Все оставшее было закрыто в этом удивительном переулке. /... she came across that coffee shop. Everything else was closed in this amazing lane.	0
B6	at first the sight had been disorienting, almost disquieting, the gaslights and cobblestones and nothing open	но даже это не так тревожило и сбивало с толку, как мощенная булыжником дорога и старинные газовые фонари вдоль нее / although it did not trouble and disorient her as much as did the cobblestone road and gaslights along it	Ники даже слегка опешила: меньше всего ожидала она найти здесь пустынную улицу с мостовой и чугунными фонарями / Niki was even taken aback a little: less than anything did she expect to find here a deserted street with cobblestones and <u>cast-iron</u> lanterns (<i>not in the text</i>)	0

B7	livid pink scars crisscrossed	Руки Дарии были сплошь в лиловых шрамах / Daria's arms were all in purple scars	1	красовались частые фиолетовые рубцы / frequent purple scars adorned (her arms)	0
B8	marking the careless and inevitable contact	которые неизбежно возникли от любого неосторожного прикосновения и поставила чашку на стойку / and put her cup down on the counter	1	(свидетельство) близкого контакта / indication of a close contact	0
B9	setting her cup down	и поставила чашку на стойку / and put her cup down on the counter	1	Ники поставила чашку. / Niki put her cup.	0
B10	there wasn't even the hint (of a smile)	без малейшего намека / without a slightest hint	1	На этот раз – даже без намека / This time – even without a hint	1
		Total:	10	Total:	3

Annexe 4. *Changes in stylistic*

N	Original (C. Keirnan)	Participants' choice (Yulki)	Jury's choice (Aaron)	
C1	So why the hell did you stop in Birmingham?	Ну, и что тебя дернуло остановиться в Бирмингеме? /What possessed you to stop in Birmingham?	И какого же черта тебе в Бирмингеме понадобилось? /What the hell did you need in Birmingham?	0
C2	...this looked like a good place to drop dead.	Ей, похоже, так здесь понравилась, что от восторга она решила тут же отдать концы. / It looked like it (the car) liked it so much here that it decided to drop dead right then.	Ей тут, видать, так понравилась, что она решила коньки отбросить. / It (the car) must have liked it so much here that it decided to kick the bucket.	1
C3	Too handsome to ever be anything so simple or straightforward as pretty	слишком угловатым и мальчишечьим чтобы назвать его «миловидным» или, там, «гличиком» / too angular and boyish to be called pretty or «a lovely little face»	да и шарма было в нем куда больше, чем банальной красоты / and there was more charm in it than just commonplace beauty	0
C4	“Shit.” she said.	М-да... - сказала она. / Нит-т... - she said.	Ой, да ладно, – ответила Дария с легкой улыбкой / Oh, come on, - said Daria with a slight smile	0
C5	I sure as hell know	На ее месте я бы / If I were it (the car)	Поверь, / Believe me,...	0
C6	...so why were you even driving through Birmingham?	но зачем тебя вообще понесло в эту сторону? / Ok, but what dragged you in this direction at all?	Слушай, а как ты вообще в Бирмингем заехала? / Listen, why did you drive into Birmingham at all?	1
C7	Okay, I confess. I was just following directions.	Ладно, признаюсь. Я ехала вот сюда. / Ok, I confess. I was driving right this way.	Ну ладно, ладно. Если честно, я еду по одному адресу. / Ok, ok. To tell you the truth, I am driving to this address.	1
C8	You have got to be fucking kidding	Да ну. Ты что, серьезно?	Да ну на хрен! Ты это серьезно?	0

	<u>me</u>	/Wow. Are you serious?		/Oh, shit! Are you serious?	
C9	" <u>Nope. I'm afraid it's the truth.</u> "	Ну да... Боюсь, что так оно и есть. /Well, yes. I am afraid, I am (serious).	1	Угу... Серьезнее не бывает. /Yep. Can't be more serious.	0
C10	" <u>You must be one weird lady..</u> "	Да уж, Ники Ки, ты немного того, сразу видно... /Well, Niki Ky, you are not quite there, it's obvious...	1	Ну и чудачка же вы /You are such a weirdo	0
	Total:		9	Total:	3

Annexe 5. Concours numéro 22 : texte à traduire (tiré du roman *Silk* par

Caitlin Kiernan)¹⁵

“So why the hell did you stop in Birmingham,” the girl said, the girl with hair like cherries who had surprised her, not only by knowing what a Cubano was, but by actually knowing how to make one. Niki held the demitasse to her nostrils, breathed in the rich steam rising off the black, sweet coffee.

“You’d have to ask my car,” Niki said. “My car must have decided this looked like a good place to drop dead.”

The girl, whose name was Daria Parker, which made Niki think of Dorothy Parker, smiled slightly. She was taller than Niki, but hardly tall, and her face was too angular to be called pretty, much too handsome to ever be anything so simple or straightforward as pretty.

“Shit,” she said. “I sure as hell know I could find a better place to kick off.”

Niki sipped at her Cubano, the warmth spreading from her throat into her stomach, soothing away the road ache and exhaustion like a reward for still being alive. At least she’d found the coffeehouse, the only thing that had been open on this odd street. She’d turned the corner and at first the sight had been disorienting, almost disquieting, the gaslights and cobblestones and nothing open, planned anachronism, more of a Hollywood backlot than a street she’d have expected to find here.

“Okay, so why were you even driving through Birmingham?” Livid pink scars crisscrossed Daria’s forearms, telltale barista tattoos, marking the careless and inevitable contact of soft flesh and the espresso machine’s steam arm.

“Gee,” Niki said, setting her cup down on the bar. “I must have missed the quarantine signs.”

“The Chamber of Commerce keeps taking them down.” And this time, there wasn’t even the hint of a smile.

“Okay, I confess. I was just following directions,” and she dug a crumpled, brightly colored brochure from one pocket of her jacket, smoothed it out flat on the bar. “SEE-Ave Maria Grotto!” it commanded, in bold black typeface on glossy blue. “Little Jerusalem - AN INSPIRATION AND WONDERMENT.”

“You have got to be fucking kidding me,” Daria said, and she picked the brochure up off the bar.

Niki shrugged. “Nope. I’m afraid it’s the truth.”

She’d found the brochure at the welcome station just across the state line, had grabbed a big handful from the display rack by the restrooms and read through them while she’d sipped a styrofoam cup of coffee that had been free and had tasted like it. She had discarded brochures advertising places like DeSoto Caverns (“Underground Fairyland!”) and Moundville (“Secrets of a Vanished Past!”). Ave Maria Grotto had been at the very bottom, last chance at direction, and she’d been hooked by the story of the Benedictine monk who’d spent his life creating a scale model of the holy city from bits of stone and trash.

“You must be one weird lady, Niki Ky,” Daria said and tossed the brochure back onto the counter.

¹⁵ <http://www.bakanov.org/contests/22/>

Апнехе 6. Concours n^o 22 : traduction n^o 1 (аэрон)¹⁶

– И какого же черта тебе в Бирмингеме понадобилось? – поинтересовалась официантка.

Эта девчонка с волосами вишневого цвета не только знала, что такое кубинский эспрессо, но и – какая приятная неожиданность – умела его готовить. Поднеся чашечку к лицу, Ники с наслаждением вдохнула аромат крепкого сладкого кофе.

– Это ты у моей машины спроси, – сказала она. – Ей тут, видать, так понравилось, что она решила коньки отбросить.

Звали девчонку Дария Паркер (Ники невольно вспомнилась нью-йоркская писательница Дороти Паркер). Роста она была невысокого, хотя чуть выше Ники. Лицо ее трудно было назвать красивым – слишком острыми казались скулы, да и шарма было в нем куда больше, чем банальной красоты.

– Ой, да ладно, – ответила Дария с легкой улыбкой. – Поверь, для того чтобы сложннуть, можно найти место и получше.

Ники пила кофе мелкими глотками, и каждая клеточка усталого, затекшего в дороге тела наполнялась благотворным теплом. Уже ради этого одного стоило остаться в живых.

Она была рада, что набрела на кофейню. Все остальное было закрыто в этом удивительном переулке. Свернув сюда, Ники даже слегка опешила: меньше всего ожидала она найти здесь пустынную улицу с мостовой и чугунными фонарями. Все это несло на себе печать анахронизма и напоминало покинутую съемочную площадку.

– Слушай, а как ты вообще в Бирмингем заехала? – спросила Дария.

На ее запястьях, словно причудливая татуировка, красовались частые фиолетовые рубцы – свидетельство близкого контакта кожи со стальной кофеварки.

– Господи помилуй! – Ники поставила чашку. – У вас что, карантин в городе? Могли бы хоть вывеску повесить.

– Вешали, да торговая палата сняла, – парировала Дария. На этот раз – даже без намека на улыбку.

– Ну ладно, ладно. Если честно, я еду по одному адресу.

Ники вытащила из кармана разноцветную брошюрку и, разгладив, положила на стойку бара. На глянцевої странице чернело объявление, гласившее:

НЕ ПРОПУСТИ ПАРК «АВЕ МАРИЯ»!

ИЕРУСАЛИМ В МИНИАТЮРЕ –

ИСТОЧНИК ОЧАРОВАНИЯ И ВДОХНОВЕНИЯ!

Дария уставилась на брошюрку:

– Да ну на хрен! Ты это серьезно?

– Угу. – Ники чуть пожала плечами. – Серьезнее не бывает.

¹⁶ <http://bakapov.org/contests/22/members/3752/>

Брошюрку она отыскала в справочном бюро на въезде в Алабаму, среди рекламных проспектов и путеводителей. Набрал целый ворох со стеллажа возле уборной, она взяла пенопластовый стаканчик, плеснула себе бесплатной кофеиновой бурды и принялась за чтение.

Ее не прельстили ни парк «Маундвиль», хранящий «загадки далекого прошлого», ни «подземное царство» пещер Де Сото. Ники листала и отбрасывала брошюру за брошюрой, пока не перебрала все.

Оставалась одна – парк «Аве Мария». Последняя надежда на хоть какой-то ориентир. Миниатюрная копия Святого Града, над которой годами трудился монах-бенедиктинец, создавая ее из кусочков битого камня и прочего мусора... Ники стало любопытно.

– Ну и чулочка же вы, мисс Ки, – сказала Дария, бросив брошюрку.

Annexe 6. Concours numéro 22 : traduction numéro 117 (vikul)¹⁷

- Ну, и что тебя дернуло остановиться в Бирмингеме? – спросила девушка из кафе.

Эта девушка с волосами вишневого цвета сумела приятно удивить Ники тем, что не просто слышала про кофе по-кубински, но еще и умела его готовить. Ники подняла чашку со сладким черным напитком и глубоко вдохнула насыщенный аромат.

- Спроси об этом мою машину, - ответила она. – Ей, похоже, так здесь понравилось, что от восторга она решила тут же отгладить концы.

Девушка, звали ее Дария Паркер (в памяти сразу всплыла писательница Дороти Паркер), усмехнулась. Она была невысокая, хотя и выше Ники, с лицом слипком угловатым и мальчишечьим, чтобы назвать его «миловидным» или, там, «личиком».

- М-да... - сказала она. – На ее месте я бы нашла местечко получше.

Ники пила кофе небольшими глотками, и он теплой волной разливался по горлу, обволакивая желудок и утоляя усталость в разбитом дорогой тегле, - настоящее воздаяние за пережитое в пути. Ей повезло, что она наткнулась на это кафе, единственное открытое заведение на всей улице. Остальные двери были закрыты, но даже это не так тревожило и сбивало с толку, как мощеная булыжником дорога и старинные газовые фонари вдоль нее. Все это выглядело слипком странно, будто из другой эпохи, и больше походило на голливудские декорации, чем на нормальную улицу.

- Допустим, но зачем тебя вообще понесло в эту сторону?

Руки Дарии были сплосы в лиловых шрамах (неотъемлемое клеймо любого бариста), которые неизбежно возникали от любого неосторожного прикосновения к раскаленным частям кофе-машины.

Ники пожала плечами и поставила чашку на стойку.

- Я же не знала, что у вас здесь карантин.

- Торговая палата постоянно снимает предупредительные знаки, - сказала Дария, на этот раз без малейшего намека на улыбку.

- Дадно, признаюсь. Я ехала вот сюда.

Ники извлекла из кармана куртки помятый глянцеваый буклет и разглядела его на стойке.

«**СПЕШИТЕ ВИДЕТЬ!** Грот Девы Марии!» - кричали жирные черные буквы на ярко-голубом фоне. – «Маленький Иерусалим ПОРАЗИТ и ВОСХИТИТ вас ДО ГЛУБИНЫ ДУШИ!»

- Да ну. Ты что, серьезно? – сказала Дария и взяла буклет со стойки.

¹⁷ <http://bakapov.org/contests/22/members/3701/>

- Ну да, - ответила Ники, пожав плечами. – Боюсь, что так оно и есть.

Этот буклет попался ей на первой остановке при въезде в штат. На стенде рядом с туалетами была куча рекламок, она взяла пачку и начала перебирать, попивая кофе из пластикового стаканчика, бесплатный и, соответственно, безвкусный. Объявления вроде «Пешеры DeSoto: посетите подземную Страну фей!» или «Маундвилль: раскройте загадочные тайны прошлого!» она отбросила сразу, другие тоже не вызвали большого интереса. «Грот Девы Марии» оказался последним. Ники уже не надеялась найти хоть что-то, заслуживающее внимания, но история о монахе-бенедиктинце, который всю жизнь посвятил созданию уменьшенной копии Святого града Иерусалима из камешков и прочего хлама, вдруг чем-то ее зацепила.

- Да уж, Ники Ки, ты немного того, сразу видно, - сказала Дария и швырнула буклет на стойку.

Bibliographie

- Allard, L. (2007, septembre). Émergence des cultures expressives, d'internet au mobile. *MediaMorphoses*, 21, Bry-sur-Marne : INA. Repéré à http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23558/2007_21_19.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Austermühl, F. (2011, septembre). On Clouds and Crowds: Current Developments in Translation Technology. *T21N – Translation in Transition*. Repéré à <http://www.t21n.com/homepage/articles/T21N-2011-09-Austermuehl.pdf>
- Berry, M. et Deshayes, C. (2010). *Les vrais révolutionnaires du numérique*. Présentation du livre. Repéré à <http://www.revolutionnairesdunumerique.com/les-vrais-revolutionnaires-du-numerique/presentation-du-livre>
- Bootz J.-P. et Schenk, E. (2012). L'expert en entreprise : proposition d'un modèle définitionnel et enjeux de gestion, *Management et Avenir*, 67, 70–100
- (2009). Comment gérer les experts au sein et en dehors des communautés ? Dans J.-P. Bootz et F. Kern (éds), *Les communautés en pratique : leviers de changements pour l'entrepreneur et le manager*, 15-43, Paris : Lavoisier.
- Brabham, D. C. (2013). *Crowdsourcing*. Cambridge, MA : MIT Press.
- (2008). Crowdsourcing as a Model for Problem Solving, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 75–90.
- Cardon, D., Crepel, M., Hatt, B., Pissard, N., Prieur, C. (2008, 8 février). 10 propriétés de la force des coopérations faibles. *InternetActu*. Repéré à <http://www.internetactu.net/2008/02/08/10-proprietes-de-la-force-des-cooperations-faible/>
- Chen, K., Fine, L. et Huberman, B. (2003). Eliminating public knowledge biases in information-aggregation mechanisms, *Management Science*, 50, 983–994.
- Chi, E.H. (2008, septembre). The Social Web: Research and Opportunities, *Computer*, 41(9), 88-91, doi:10.1109/MC.2008.401. Repéré à <http://www-users.cs.umn.edu/~echi/papers/2008-IEEE-Computer/socialweb-research.pdf>
- Cronin, M. (2013). *Translation in the Digital Age*. London: Routledge.
- (2010, décembre). The Translation Crowd, *Revista Tradumatica – Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació*, 8. Repéré à <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/num8/articles/04/04art.htm>

- DePalma, Donald A., Nataly Kelly & Rebecca Ray (2011). From crawling to sprinting: community translation goes mainstream. Dans : Minako O'Hagan, *Translation as a social activity. Community translation 2.0*, 10, p. 75–94.
- Désilets, A. (2007, 29-30 novembre). Translation Wikified: How will Massive Online Collaboration Impact the World of Translation? *Proceedings of Translating and the Computer*, 29. London, United Kingdom. NRC 50331. Repéré à <http://www.mt-archive.info/Aslib-2007-Desilets.pdf>
- European Commission. (2012, mai) Crowdsourcing Translation. *Studies on multilingualism and Translation*. Repéré à <http://www.termcoord.eu/wp-content/uploads/2013/08/Crowdsourcing-translation.pdf>
- Gambier, Y. (2013). Dénis de traduction et désir de traduire. *TTR : traduction, terminologie, rédaction*. 26(2), 219–243. doi : [10.7202/1037138ar](https://doi.org/10.7202/1037138ar)
- Granovetter, M. (1973, mai). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380. Repéré à https://sociology.stanford.edu/sites/default/files/publications/the_strength_of_weak_ties_and_exch_w_gans.pdf
- Halpin, H. (2008a). Foundations of a philosophy of collective intelligence. *AISB 2008 Convention: Communication, Interaction and Social Intelligence*, University of Aberdeen, Guerin and Vasconcelos (eds), UK, 12-19. Repéré à <http://www.aisb.org.uk/convention/aisb08/proc/proceedings/12%20Computing%20and%20Philosophy/03.pdf>
- (2008b). Philosophical Engineering: Towards a Philosophy of the Web. *APA Newsletter on Philosophy and Computers*, 7(2), 5–11. Repéré à <http://www.ibiblio.org/hhalpin/homepage/notes/webphilpaper-finaldraft3.pdf>
- Heylighen, F. (2004). Das Globale Gehirn als neue Utopia. ([The Global Brain as a new Utopia](#)), dans R. Maresch & F. Rötzer (eds.) *Renaissance der Utopie*. Frankfurt : Suhrkamp.
- Hippel, E. V. (2005). *Democratizing Innovation*. Cambridge, MA : MIT Press.
- Hoschka, P. (1998b, août). CSCW research at GMD-FIT: from basic groupware to the social web. *ACM SIGGROUP Bulletin*, 19(2), 5-9.
- (1998a, mai). *The Social Web Research Program: Linking people through virtual environments*. Repéré à <https://public.bscw.de/pub/bscw.cgi/d121052875/Social%20Web.pdf>
- Howe, J. (2008) *Crowdsourcing : Why the power of the crowd is driving the future of the business*. New York : Crown Publishing Group.
- (2006, 14 juin). The Rise of Crowdsourcing, *Wired*. Repéré à <http://www.wired.com/2006/06/crowds/>

Hu, C., Bederson, B., Resnik, P. et Kronrod, Y. (2011). Monotrans2: A new human computation system to support monolingual translation. Dans : *Proceedings CHI 2011*. New York : ACM. Repéré à <http://ling.umd.edu/assets/assets/publications/Hu-Bedersen-Resnik-Kronrod-2011-MonoTrans2.pdf>

Hu, C., Resnik, P., Kronrod, Y., Eidelman, V., Buzek, O. et Bederson, B. (2010). The Value of Monolingual Crowdsourcing in a Real-World Translation Scenario: Simulation using Haitian Creole Emergency SMS Messages. Dans : *Proceedings of the Sixth Workshop on Statistical Machine Translation*. Repéré à <http://www.cs.umd.edu/hcil/monotrans/publications/wmt11monotrans.pdf>

Jiménez-Crespo, M. A. (2017). *Crowdsourcing and online collaborative translations: expanding the limits of translation studies*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing.

——— (2014). Beyond prescription: What empirical studies are telling us about localization crowdsourcing. *Translating and the Computer*, 36, 27-36. Repéré à <http://www.mt-archive.info/10/Asling-2014-Jimenez-Crespo.pdf>

——— (2011). From many one: Novel approaches to translation quality in a social network era. Dans: O'Hagan, M., (éd), *Translation as a Social Activity. Community Translation 2.0. Special Issue of Linguistica Antverpiensia New Series – Themes in Translation Studies* 10, 131–152. Repéré à <https://lans-tts.uantwerpen.be/index.php/LANS-TTS/article/view/281/179>

Lebraty, J.-F. (2009). Externalisation ouverte et pérennité. Une nouvelle étape de la vie des organisations. *Revue française de gestion*, 2009/2 (192), 151-165. Repéré à <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2009-2-p-151.htm>

——— (2007). Vers un nouveau mode d'externalisation : le crowdsourcing, *12ème Conférence de l'AIM*, Lausanne. Repéré à <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00264354/document>

Levy, P. (1994a). *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. New York City : Plenum Press.

——— (1994b). *L'Intelligence collective : pour une anthropologie du cyberspace*. Paris : La Découverte.

Llosa, M. V. (2012). *La civilización del espectáculo*. Madrid : Alfaguara.

Marcoccia, M. (2004). L'analyse conversationnelle des forums de discussion : questionnements méthodologiques. *Les Carnets du Cediscor*, 2004/8, 23-37. Repéré à <http://cediscor.revues.org/220>

McDonough McDonough Dolmaya, J. (2011). The Ethics of Crowdsourcing. *Linguistica Antverpiensia*, 10, 97–111. Repéré à <https://lans-tts.uantwerpen.be/index.php/LANS-TTS/article/view/279/177>

Munro, R. (2010). Crowdsourced translation for emergency response in Haiti: the global collaboration of local knowledge. *AMTA Workshop on Collaborative Crowdsourcing for Translation. Keynote*. Repéré à <https://www-nlp.stanford.edu/pubs/munro2010translation.pdf>

- O'Hagan, M. (2009) Evolution of User-generated Translation: Fansubs, Translation Hacking and Crowdsourcing. *The Journal of Internationalisation and Localisation*, 1. Repéré à https://www.academia.edu/4462788/Evolution_of_User-generated_Translation_Fansubs_Translation_Hacking_and_Crowdsourcing?auto=download
- O'Reilly, T. (2005, 30 septembre). What is web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Repéré à <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Perrino, S. (2009, juillet). User-generated Translation: The future of translation in a Web 2.0 environment. *Jostrans. The Journal of Specialised Translation*, 12, 55-78. Repéré à http://www.jostrans.org/issue12/art_perrino.pdf
- Schenk, E., Guittard, C. (2012). Une typologie des pratiques de Crowdsourcing : l'externalisation vers la foule, au-delà du processus d'innovation. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 16, 89-100.
Repéré à <http://id.erudit.org/iderudit/1012395ar>
- Serres, M. (2011, 3 septembre). Petite poucette, la génération mutante. (P. Nivelles, interviewer). *Libération*. Repéré à http://next.liberation.fr/culture/2011/09/03/petite-poucette-la-generation-mutante_758710
- Suciu, P. (2007, 15 juin). The Rise Of The Prosumer. *Blog*. Repéré à <http://techcrunch.com/2007/06/15/the-rise-of-the-prosumer/>
- Surowiecki, J. (2008). *La sagesse des foules*. Paris : JC Lattès.
- (2004). *The Wisdom of Crowds*. New York: Random House.
- Toffler, A. (1984). *La troisième vague*. Paris : Denoël.
- Zaidan O.F., Callison-Burch C. (2011). Crowdsourcing Translation: Professional Quality from Non-Professionals. *Conference paper: Annual Meeting of the Association of Computational Linguistics, University of Michigan*, 1220-1229. Repéré à <http://www.cis.upenn.edu/~ccb/publications/crowdsourcing-translation.pdf>