

Table des matières

Avant-propos	9
Introduction	13
Chapitre 1. Introduction conceptuelle sur la notion de crowdsourcing en bibliothèque : un nouveau paradigme ?	17
1.1. Un modèle économique en plein essor	17
1.1.1. Ce qui a rendu possible ce nouveau modèle économique	17
1.1.2. Application aux bibliothèques numériques	21
1.1.3. Intérêt croissant des politiques, des internautes et des universitaires	23
1.2. Origine, définition et périmètre du crowdsourcing.	26
1.2.1. Le crowdsourcing explicite : le recours aux bénévoles	31
1.2.2. Le crowdsourcing implicite : le recours au travail involontaire et inconscient	31
1.2.3. La <i>gamification</i> : le recours aux joueurs	31
1.2.4. Le crowdsourcing rémunéré : le recours au microsalarariat	32
1.2.5. Le <i>crowdfunding</i> : la « mendicité » institutionnelle	32
1.3. Chronologie historique du crowdsourcing.	32
1.4. Controverses philosophiques et politiques.	36
1.5. Conséquences économiques, sociologiques et juridiques	47
1.5.1. Economie du crowdsourcing	47
1.5.1.1. La disparition du travail nécessaire ?	47

1.5.1.2. Crowdsourcing, revenu de base et théorie des biens communs.	49
1.5.1.3. L'amateur, nouveau moteur de l'économie et du développement ?.	50
1.5.2. Les usagers du crowdsourcing	52
1.6. Conséquences managériales, bibliothéconomiques et technologiques	54
1.6.1. Le facteur culturel.	54
1.6.2. Le facteur corporatiste	55
1.6.3. Le règne de l'amateur : vers une médiocratie ?	57
1.6.4. Le crowdsourcing, stade suprême de l'externalisation ?	58

Chapitre 2. Panorama de quelques projets de crowdsourcing appliqués à la numérisation des bibliothèques 61

2.1. Mise en ligne et curation participatives : l'Oxford's Great War Archive et Europeana 1914-1918	61
2.2. La numérisation à la demande sous forme de crowdfunding appliquée aux bibliothèques numériques : le réseau européen <i>eBooks on Demand</i> (EOD).	62
2.3. L'impression à la demande (<i>Print on Demand</i> , POD) : l'Espresso Book Machine	74
2.4. La correction participative de l'OCR et la transcription participative de manuscrits	81
2.4.1. Le crowdsourcing explicite : la correction/transcription volontaire	84
2.4.1.1. La correction participative et volontaire de l'OCR : l'Australian Newspapers Digitisation Program (TROVE).	84
2.4.1.2. La transcription participative et volontaire de manuscrits : Transcribe Bentham	87
2.4.2. La gamification, la correction de l'OCR en jouant : Digitalkoot (Bibliothèque nationale de Finlande)	93
2.4.3. Le crowdsourcing implicite : la correction involontaire de l'OCR <i>via</i> reCAPTCHA au service de Google Books	97
2.4.4. Le crowdsourcing rémunéré : l'Amazon Mechanical Turk Marketplace (AMT).	102
2.5. Folksonomie, catalogage et indexation participatifs	118
2.5.1. Le crowdsourcing explicite par <i>tagging</i> volontaire : Flickr: The Commons	118
2.5.2. Le recours à la gamification : Art Collector	119

Chapitre 3. Etat de l'art et clés du succès	125
3.1. Typologies et taxonomies des projets	125
3.1.1. Le crowdsourcing explicite	137
3.1.1.1. Le crowdsourcing explicite gratuit	137
3.1.1.2. Le crowdsourcing explicite rémunéré.	137
3.1.2. Le crowdsourcing implicite	137
3.1.3. La gamification	137
3.2. Communication et marketing pour recruter les bénévoles	144
3.3. La question des motivations	147
3.3.1. Les motivations intrinsèques	150
3.3.2. Les motivations extrinsèques	151
3.3.3. L'opposition entre les motivations intrinsèques et extrinsèques.	152
3.3.4. Les motivations spécifiques des projets de gamification	153
3.3.5. Crowdsourcing et récompenses.	155
3.3.6. Les autres théories sur les motivations	156
3.3.7. Les motivations des institutions culturelles et les prérequis pour lancer un projet de crowdsourcing.	158
3.4. Sociologie des contributeurs et <i>community management</i>	160
3.4.1. Sociologie des contributeurs	161
3.4.2. Crowdsourcing ou <i>community sourcing</i> ?	162
3.4.3. Le travail des professionnels autour de ces projets et le <i>community management</i>	164
3.5. La question de la qualité des contributions	168
3.5.1. Les systèmes d'évaluation et de modération des contributions	168
3.5.2. Comparaison entre la qualité des données produites par les amateurs et celles produites par les professionnels.	172
3.5.3. La réintégration des données produites	174
3.5.4. Le statut juridique des contributions : crowdsourcing et web sémantique	175
3.6. L'évaluation des projets de crowdsourcing	175
3.6.1. Les facteurs de réussite et d'échecs	178
3.6.2. Evaluation quantitative des projets de crowdsourcing et de leurs coûts	180
3.7. La conduite du changement	183

Conclusion 189

Bibliographie 191

Index 207