

**Appel à communication
Colloque international
Les plateformes de productions médiatiques et culturelles au Moyen-Orient et en
Afrique du Nord
09-10 avril 2025
Marrakech - Maroc**

Comité d'organisation :

ADIB DOSS Maria (MCF, Université Sorbonne Paris-Nord, LabSIC), **AZIZI** Asmaa (MCF, Université Sorbonne Paris-Nord, LabSIC), **BENCHENNA** Abdelfettah (Professeur des universités, Université Sorbonne Paris-Nord, LabSIC), **MARCHETTI** Dominique (Directeur de recherche au CNRS, CESSP), **CARRÉE** Roland (Enseignant en cinéma, ESAV-Maroc)

Comité scientifique :

BADR Hanan, Professeure de communication, Université Paris Lodron de Salzburg, Autriche
BEN NEFISSA Sarah, Directrice de recherche à l'Institut de Recherche pour le Développement (IRD), France
BOUQUILLION Philippe, Professeur en Sciences de l'information et de la communication et directeur du LabSIC, Université Sorbonne Paris-Nord, France
HADJ MOUSSA Ratiba, Professeure de sociologie de la culture, Université de York, Canada
HALABI Nour, Enseignante-Chercheuse et *interdisciplinary fellow*, University d'Aberdeen, Ecosse
ITHURBIDE Christine, Chargée de recherche CNRS, Laboratoire Passages, France
KHALIL Joe, Professeur de communication, Université de Northwestern, Qatar
MATTELART Tristan, Professeur en Sciences de l'information et de la communication, Université Panthéon-Assas, IFP, CARISM, France
MERMIER Franck, Directeur de recherche au CNRS, Institut de Recherche Interdisciplinaire sur les enjeux Sociaux (IRIS), France
MILLER Catherine, Directrice de recherche émérite au CNRS, Institut de Recherches et d'Études sur les Mondes Arabes et Musulmans (IREMAM), France
KOCH Olivier, Maître de Conférences, Université Sorbonne Paris Nord, LabSIC, France
SAKR Naomi, Professeure émérite de médias, Université de Westminster, Angleterre
SALAMANDRA Christa, Professeure d'Anthropologie et de "Middle Easter Studies" à la City University of New York (CUNY)

Dans un contexte où les plateformes numériques de streaming redéfinissent les modalités d'accès à la culture, à l'information et au divertissement, il devient essentiel de décortiquer les multiples facettes de cette plateformes en cours. C'est tout aussi nécessaire d'inscrire cette dernière dans le cadre plus large des lieux de circulation de ces biens culturels.

En effet, le phénomène multidimensionnel de plateformes suscite un intérêt croissant parmi les chercheurs issus de diverses disciplines. Ces plateformes (Shahid, Netflix, Anghami, Amazon Prime, Spotify, etc.) transforment et façonnent de nouvelles pratiques de production et de consommation des biens culturels (AHMED, 2019 ; AZZA ABDEL-AZIM, 2020). De plus, cette plateformes (ACAR, PAUL et PEREIRA COEHLO, 2021) remet en question les modèles d'offres existants et suscite des

réactions variées parmi les acteurs de la production culturelle. Comme le démontrent O. Thuillas et L. Wiart (THUILLAS et WIART, 2023), il existe un double positionnement : pour certains, la plateformes offrirait des opportunités tandis que, pour d'autres, elle menacerait la « diversité culturelle ». En effet, les problématiques liées à l'hégémonie des acteurs internationaux et à l'uniformisation des formats exacerbent les tensions entre « globalisation culturelle » et valorisation des contenus locaux (HANNERZ, 1996 ; BOUQUILLION et ITHURBIDE, 2021 ; MATTELART 2008). D'autres interrogations relatives à l'émergence de nouvelles temporalités dans la création, la production et la consommation de contenus émergent également dans les débats (THOËR, BOISVERT et NIEMEYER, 2022).

Ce colloque s'inscrit dans le prolongement de deux initiatives scientifiques portant sur les industries culturelles dans la région MENA. Il s'agit tout d'abord du séminaire « [Productions et circulations des biens culturels : le cas des pays du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord](#) »¹ organisé depuis 2015 par Dominique Marchetti et Abdelfettah Benchenna et dont l'objectif est de pallier le vide de recherches en sciences humaines et sociales qui portent sur les biens culturels, considérés comme des objets de recherche triviaux dans la région. La rencontre prévue propose également une lecture de ces objets à l'aune des spécificités nationales et des processus de circulation. Ensuite, cette manifestation participe des travaux menés dans le cadre du **projet de recherche** « [Les Plateformes numériques de streaming dans la région MENA](#) »² labellisé par la MSH Paris-Nord en 2021 et 2023 et ayant abouti à l'organisation d'une journée d'étude en juin 2023. À cette occasion, des chercheurs issus de différentes disciplines (sciences de l'information et de la communication, cultural studies, anthropologie, science politique) ont échangé sur l'offre existante, ses conditions, ses contextes de production et sur les pratiques des publics.

À l'image des transformations introduites par les télévisions satellitaires dans les années 1990 et 2000 (QUIJANO et GUAAYBESS, 2009), l'arrivée des plateformes marquent l'émergence de nouveaux lieux de circulation des productions médiatiques et culturelles. Dès lors, elles participent entre autres à l'introduction de nouvelles pratiques de consommation culturelles influençant les stratégies, a minima, numériques des acteurs médiatiques dits traditionnels, tant sur les plans national, régional qu'international (AHMED, 2019 ; AZZA ABDEL-AZIM, 2020). La plateformes questionne également les modèles socio-économiques existants et en produit de nouveaux, pluriels, en fonction, des contenus, des caractéristiques socio-économiques des pays cibles, etc.

Le colloque vise donc à approfondir ces réflexions et à enrichir le débat scientifique sur cette question dans la région MENA. Son principal objectif est de contribuer à la recherche scientifique sur cette zone géographique, tout en offrant une perspective nuancée de sa complexité et de sa diversité mais aussi tout en tenant compte de son héritage disparate en matière de production audiovisuelle et cinématographique. C'est en ce sens qu'il est crucial d'examiner les contextes socio-politico-économiques spécifiques (MERMIER 2009 ; MILLER, 2012) dans lesquels ces plateformes évoluent dans une région souvent et incorrectement perçue comme homogène.

Une des singularités de cette manifestation scientifique est d'offrir un espace de rencontre et d'échange entre des chercheurs et des professionnels exerçants ou ayant exercé dans certaines des

¹ <https://culturmena.hypotheses.org/>

² <https://ottmena.hypotheses.org>

plateformes connues dans la région. Ce double regard croisé, entre des scientifiques et des professionnels, est motivé par les spécificités même de la région MENA où les enquêtes de terrain sont le plus souvent difficiles à mener et ce pour plusieurs raisons (discrétion des interlocuteurs, marché convoité, contextes politique et géopolitique sensibles, etc.).

En interrogeant l'émergence des plateformes numériques dans la région, cette manifestation souhaite plus précisément apporter des éléments de réponses à toute une série de questions, parmi lesquelles : Quelle place occupe réellement les plateformes numériques dans les paysages médiatique et culturel de la région MENA ? Dans quelle mesure adaptent-elles leurs stratégies de contenu, de production, et de diffusion aux publics de cette région dans leur diversité ? Comment les spécificités culturelles, sociales et politiques de la région MENA sont-elles prises en compte ? Comment ces plateformes s'inscrivent-elles dans l'écosystème plus large de la production et la circulation des biens culturels dans la région ? Comment cette mutation se répercute sur les acteurs dits traditionnels de la production culturelle, les nouveaux entrants sur le numériques sans oublier les multiples agents de l'économie dite informelle ? Dans quelle mesure les plateformes participent à la redéfinition des stratégies et des positionnements ? Qu'en est-il des politiques publiques, quand elles existent, dans la régulation de ce nouveau paysage médiatique ? Comment la plateformesation questionne-t-elle la relation dialectique entre internationalisation, hégémonie et l'offre de production locale ?

Le colloque se limitera aux plateformes numériques audiovisuelles, en l'occurrence les plateformes de vidéo-streaming, de *pure players* ou de grands groupes d'audiovisuels publics ou privés, et aux plateformes de musique. Autrement dit, il s'agit de questionner, entre autres, les motivations, les offres et les stratégies d'innovation, d'extension de services, d'alliance ou d'intérêt général (THUILLIAS et WIART, 2023) de ces acteurs.

Les propositions de communication pourront se situer, à titre d'exemple et de manière non exclusive, dans un ou plusieurs des axes ci-dessous.

Axes proposés

Axe 1 : Dynamiques internationale, régionale et nationale

Ce premier axe souhaite étudier l'offre dans la région en dressant une cartographie des plateformes existantes ou ayant existé en fonction des pays. Au-delà de l'inventaire, cette cartographie permet d'identifier la stratification de cette offre entre plateformes internationales, régionales et locales. Que dit cette stratification et comment informe-t-elle l'offre proposée par ces plateformes et oriente-t-elle les pratiques des publics ? Dans un tel paysage, quelle est la place, existante ou à construire, des « petits » acteurs de streaming audiovisuel qui émergent dans certains pays (comme Aflamin au Maroc et Artify en Tunisie) ? Quelles offres de contenus proposent-ils et quelles sont leurs marges de manœuvres dans un secteur où les mastodontes internationaux et les géants de l'industrie audiovisuelle régionale dominant ? Une attention sera accordée aux circulations inégales des offres des productions entre les différents pays au sein même de cette région. Il s'agit également d'interroger l'offre en présence dans cette région pour voir dans quelle mesure elle modifie ou pas les logiques de production, de narration et de créativité.

Sous-thèmes proposés :

- Adaptation des stratégies de contenu par les plateformes internationales pour le marché MENA.
- Hégémonie et contre hégémonie culturelle
- Dynamiques de production, consommation et circulation du contenu local vs. régional et international.
- Impact des régulations et des politiques publiques culturelles sur les offres de contenus dans la région MENA.

Axe 2 : Pratiques des publics

Cet axe vise à comprendre les pratiques des publics en s'intéressant non seulement aux stratégies d'accès formel et informel aux plateformes de streaming, mais aussi aux « nouvelles » pratiques de consommation de leurs contenus. Cet axe explore ainsi la zone grise entre légalité et illégalité, ainsi que les perceptions morales et culturelles associées au piratage dans les monde(s) arabe(s). Les stratégies de protection de contenus mises en place par les plateformes, ainsi que les freins auxquels elles font face, seront également étudiés.

Sous-thèmes :

- Professionnalisation dans la vente d'abonnements aux serveurs de streaming
- Pratiques de visionnage et tendances de *binge watching* des publics de la région
- Usages fléchés des plateformes.
- Rapport des fournisseurs d'accès et des acteurs des plateformes au marché informel
- La professionnalisation de la protection des contenus numériques au sein des plateformes

Axe 3 : Stratégies de(s) contenu(s)

Ce troisième axe mobilise plusieurs approches et disciplines : analyse socio-économique, storytelling, sociologie et *cultural studies*, etc. Il aborde les stratégies de contenu spécifiques adoptées par les plateformes de streaming pour s'adresser aux publics du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord (MENA), en prenant en compte les dynamiques culturelles, sociales et politiques régionales. Ce volet examine comment les plateformes internationales et régionales adaptent leurs offres pour répondre aux attentes diversifiées des publics MENA, tout en naviguant dans les complexités réglementaires et culturelles.

Sous-thèmes :

- Politiques d'acquisition et fléchage de l'offre des contenus
- Stratégies de localisation : de la traduction au doublage en passant par de nouvelles productions.
- Dimensions linguistiques et artistiques des contenus
- Collaboration régionales et diversification du contenu : examiner l'impact des partenariats et des productions conjointes entre les plateformes de streaming internationales et les producteurs locaux.

Axe 4 : Relations entre les différents acteurs des productions culturelles

Cet axe explore la complexité des relations entre les plateformes de streaming, les producteurs traditionnels de contenu, les nouveaux entrants numériques au sein de l'écosystème culturel de la région MENA. En mettant en lumière les synergies, les tensions, et les coopérations entre ces différents acteurs, il s'agit de comprendre comment l'arrivée des plateformes de streaming modifie la production, la distribution, et la consommation de contenu culturel dans la région. C'est également la manière dont ces acteurs s'adaptent aux défis technologiques, réglementaires et aux attentes des publics dans un marché en constante évolution, qui retiendra l'attention.

Sous-thèmes :

- Synergies entre plateformes de streaming et production traditionnelle
- Collaborations entre les plateformes de streaming et les maisons de production
- Interactions des productions « originales » des plateformes avec l'industrie culturelle locale
- Régulations et politiques publiques : Le rôle des pouvoirs publics dans la régulation du marché du streaming.

Ce colloque est financé par le Labex ICCA et a obtenu le soutien du LabSIC et du projet IRN « Platforms in Global South » (CNRS).

Le colloque sera organisé à l'École Supérieure des Arts Visuels (ESAV), à Marrakech au Maroc.

Modalités :

Nous encourageons les collègues à soumettre des propositions qui se penchent sur l'étude de cas (d'une plateforme ou d'un pays en particulier) mais aussi celles qui privilégient des études transversales ou comparatives. Les contributions théoriques mais aussi empiriques basées sur une étude de terrain sont les bienvenues. De même, les contributions qui soulèvent les biais méthodologiques, les difficultés d'accès aux terrains.

Les jeunes chercheur·es et doctorant·es sont chaleureusement invité·e·s à soumettre des communications.

Les propositions (3000 à 4000 caractères) doivent inclure une question de recherche bien définie et une description de la méthodologie. Elles doivent également être accompagnées d'une bibliographie et d'une courte notice biographique.

Les propositions peuvent être soumises en français ou en anglais.

Merci d'envoyer vos propositions à : communication.menaplatforms@gmail.com

Calendrier :**15 septembre 2024 : Date limite pour la soumission des résumés**

Les auteurs sont invités à soumettre un résumé de leur proposition de communication ou de panel, incluant les objectifs, la méthodologie, et les résultats attendus. Une courte biographie des auteurs doit être jointe au résumé.

15 octobre 2024 : Notification d'acceptation aux auteurs

Après évaluation par le comité scientifique, les auteurs sélectionnés seront informés de l'acceptation de leur proposition.

26 février 2025 : Soumission d'une version écrite de la communication

Date du colloque : 9-10 avril 2025

Le calendrier de la publication, incluant les délais de soumission des versions finales des papiers intégrant les éventuelles révisions post-colloque, sera communiqué aux participants. Les inscriptions seront ouvertes dès février 2025.

À l'issue du colloque, une publication des communications sélectionnées est prévue.

Bibliographie indicative :

Acar, Matthieu, Éléonore Paul et Gabrielle Pereira Coelho. « Penser la plateforme ». *Feuilletages*, 10, p. 28-29.

Ahmed, Azza. 2019. « Marathon TV Watching among Emiratis in the Interactive Media Environment ». *Arab Media & Society*, 27, Winter/Spring. <https://www.arabmediasociety.com/wp-content/uploads/2019/06/1-10793713.pdf>

Allam, Rasha, et Sylvia Chan-Olmsted. 2020. « The development of video streaming industry in Egypt: Examining its market environment and business model ». *Journal of Media Business Studies*. <https://doi.org/10.1080/16522354.2020.1853436>. Consulté le 11/05/2024.

Azza Abdel-Azim, Mohamed Ahmed. 2020. « Impact of US Drama Binge-Watching in the Emirates Third-Person Effect and Cultural Self-Conceptual ». *Arab Media & Society*, 30. <https://www.arabmediasociety.com/wp-content/uploads/2021/03/Impact-of-US-Drama-Binge-Watching-in-the-Emirates-Third-Person-Effect-and-Cultural-Self-Conceptual.pdf>. Consulté le 11/05/2024.

Bouquillon, Philippe, Christine Ithurbide et Tristan Mattelart (dir.). 2023. *Digital Platforms and the Global South – Reconfiguring Power Relations in the Cultural Industries*. Routledge Editions.

Bouquillon, Philippe et Christine Ithurbide. 2021. « La globalisation culturelle et les nouveaux enjeux d'hégémonie à l'heure des plateformes. Le cas indien ». *Réseaux*, 226-227 : 71-98. <https://doi.org/10.3917/res.226.0071> . Consulté le 11/05/2024.

Cha, Jiyoung., et Sylvia M. Chan-Olmsted. 2012. « Substituability between Online Video Platforms and Television ». *Journalism and Mass Communication Quarterly* 89 (2): 261–278. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1077699012439035>

Chalaby, Jean K. 2023. *Television in the Streaming Era*. Cambridge University Press.

Chalaby, Jean K. 2009. « Broadcasting in a Post-National Environment: The Rise of Transnational TV Groups ». *Critical Studies in Television* 4(1) : 39–64.

Dagnino, Gloria. 2018. « Regulation and Co-Regulation of Product Placement for OTT SVODs: The Case of Netflix ». *International Journal of Digital Television* 9 (3): 203-218. https://doi.org/10.1386/jdtv.9.3.203_1. Consulté le 11/05/2024.

El-Hibri, Hatim, and William L. Youmans. 2023. Producing the Middle East: An Introduction. *Middle East Journal of Culture and Communication* 16(2) : 111-114. Doi: <https://doi.org/10.1163/18739865-01602001>. Consulté le 10/05/2024.

Finn, Ed. 2017. *What Algorithms Want: Imagination in the Age of Computing*. Cambridge, MA: MIT Press.

Flayelle, Maïté, Nadia Canale, Christian Vögele, Laurent Karila, Pierre Maurage et Joël Billieux. 2019. « Assessing Binge Watching Behaviors: Development and Validation of the “Watching TV Series Motives” and “Binge-Watching Engagement and Symptoms” Questionnaires ». *Computers in Human Behavior* 90: 26-36.

Flew, Terry, Petros Iosifidis, et Jeanette Steemers (dir.). 2016. *Global Media and National Policies: Return of the State*. Palgrave Macmillan.

Frishkopf, Michael A. 2010. *Music and Media in the Arab World*. Cairo : The American University in Cairo Press.

Gillan, Jennifer 2015. *Television Broadcasting: The Return of the Content-Promotion Hybrid*. New York, London : Routledge.

Gimpel, Gregory. 2015. « The Future of Video Platforms: Key Questions Shaping the TV and Video Industry ». *International Journal on Media Management* 17(1) : 25–46. <http://www.tandfonline.com/loi/hijm20>. Consulté le 11/05/2024.

G-Stolz, Barbara. 2021. « National, Transnational, Transcultural Media: The Culture Binge ». In Mareike Jenner (dir.), *Binge-Watching and Contemporary Television Studies.*, Edinburgh : Edinburgh University Press, 145-46.

Gonzalez-Quijano, Yves, et Tourya Guaaybess, éditeurs. 2009. *Les Arabes Parlent aux Arabes*. Arles : Actes Sud.

Haddad, Fadi G., et Alexander Dhoest. 2021. « Netflix Speaks Arabic, Arabs Speak Netflix: How SVOD is Transforming Arabic Series Screenwriting ». *Journal of Arab & Muslim Media Research* 14(2) : 261-280.

Hadj-Moussa Ratiba (dir.) 2019. *Terrains Difficiles, Sujets Sensibles: Faire de la Recherche au Maghreb et sur le Moyen-Orient*. Vulaines sur Seine : Éditions du Croquant.

Hallinan, Blake, et Ted Striphas. 2016. « Recommended for You: The Netflix Prize and the Production of Algorithmic Culture ». *New Media & Society* 18(1) : 117-137.

Hannerz, Ulf. 1996. *Transnational connections*. London : Routledge.

Hjort, Mette. 2010. « On the Plurality of Cinematic Transnationalism ». In Nataša Đurovičová et Kathleen Newman (dir.) *World Cinemas, Transnational Perspectives*, édité par,. Abingdon : Routledge, 12–33.

Ithurbide, Christine. 2022. « Déploiement de Netflix en Inde: Localisation d'une Plateforme Transnationale et Reconfigurations Locales ». *Annales de Géographie* 743 : 23-43. <https://doi.org/10.3917/ag.743.0023>. Consulté le 11/05/2024.

Joshi, Harsh. 2015. « Digital Media: Rise of On-Demand Content ». Deloitte. Consulté le 7 décembre 2019. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/technology-media-telecommunications/in-tmt-rise-of-on-demand-content.pdf>. Consulté le 11/05/2024.

Khalil, Joe F., et Mohamed Zayani. 2022. « Digitality and Debordered Spaces in the Era of Streaming: A Global South Perspective ». *Television & New Media* 23(2) : 167-183. <https://doi.org/10.1177/15274764211014584>. Consulté le 11/05/2024.

Khalil, Joe F. 2016. « The Business Push and Audience Pull in Arab Entertainment Television ». *International Journal of Communication* 10 : 3632–3646. <https://doi.org/10.1002/9781119269465.ch22>. Consulté le 11/05/2024.

Levine, E. 2009. « National Television, Global Market: Canada's Degrassi: The Next Generation ». *Media, Culture & Society* 31(4) : 515–31.

Lobato, Ramon. 2019. *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York: New York University Press.

Lobato, Ramon, et Alexa Scarlata. 2019. « Australian Content in SVOD Catalogs: Availability and Discoverability ». <https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2019-10/apo-nid264821.pdf>

Lotz, Amanda D., Oliver Eklund, et Stuart Soroka. 2022. « Netflix, Library Analysis, and Globalization: Rethinking Mass Media Flows ». *Journal of Communication* 72(4) : 511–521. <https://doi.org/10.1093/joc/jqac020>. Consulté le 11/05/2024.

Mermier Franck. 2009. « Médias et espace public panarabe : de quoi parle-t-on ? ». In K. Mohsen-Finan (dir.), *Les médias en Méditerranée. Nouveaux médias, monde arabe et relations internationales*. Arles : Actes Sud, MMSH, Barzakh, 74-91.

Miller, Catherine. 2012. « Langues et médias dans le monde arabe/arabophone. Entre idéologie et marché, convergences dans la glocalisation ? ». In Abdenbi Lachkar (dir.), *Langues et médias en Méditerranée*. Paris : L'Harmattan, 157-171. <https://shs.hal.science/halshs-00578851>. Consulté le 03/06/2024.

Noam, Eli. 2019. « Online Video: Content Models, Emerging Market Structure, and Regulatory Policy Solutions ». The 47th Research Conference on Communication, Information and Internet Policy 2019. <http://ssrn.com/abstract=3427445>. Consulté le 11/05/2024.

Northwestern University in Qatar. 2016. *Middle East Media Industries Report*. <https://www.qatar.northwestern.edu/docs/publications/research/2016-middle-east-media-industries-report.pdf>. Consulté le 11/05/2024.

Thuillas, Olivier et Louis Wiart. 2023. *Les Plateformes à la Conquête des Industries Culturelles*. PUG.

Vitrinel, Ece. 2020. « Making Foreign Ready-Made Content Great Again: VOD Platforms and English-Language Series in Turkey ». *Journal of Popular Television* 8 (3): 313–319. https://doi.org/10.1386/JPTV_00031_1. Consulté le 11/05/2024.

Voigt, Kai-Ingo, Oana Buliga et Kathrin Michl. 2016. « Entertainment on Demand: The Case of Netflix ». In Voigt, Kai-Ingo, Oana Buliga et Kathrin Michl (dir.), *Business Model Pioneers: How Innovators Successfully Implement New Business Models*. Cham: Springer, 127–142.

Wayne, Mike L. 2020. « Global Streaming Platforms and National Pay-Television Markets: A Case Study of Netflix and Multi-Channel Providers in Israel ». *The Communication Review* 23(1) : 29–45.