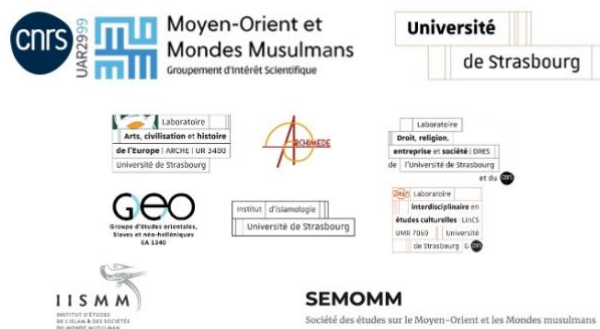


Appel à communications : Citoyenneté(s) et cultures numériques dans les États du Golfe

Call for papers: Citizenship(s) and digital cultures in the Gulf States

6e congrès des études sur le Moyen-Orient et les mondes musulmans
6th Congress of Middle Eastern and Muslim Studies

25-27 juin 2025 – Université de Strasbourg, France
June 25-27, 2025 - University of Strasbourg



Du 24 au 27 juin 2025, le campus de l'Université de Strasbourg accueillera la sixième édition du Congrès des études sur le Moyen-Orient et les mondes musulmans, organisé par le GIS MOMM en partenariat avec les laboratoires ARCHE, ARCHIMEDE, DRES, GEO et LINC, l'Institut d'islamologie de Strasbourg, l'IISMM et la SEMOMM.

On Wednesday 25, Thursday 26 and Friday 27 June 2025, the University of Strasbourg campus will host the sixth edition of the Congress of Middle Eastern and Islamic Studies, organised by the French Academic network "GIS MOMM" in partnership with the ARCHE, ARCHIMEDE, DRES, GEO and LINC laboratories, the Strasbourg Institute of Islamology, the IISMM and the SEMOMM.

FRANCAIS

Le modèle de l'État-providence adopté par les États du Golfe arabo-persique permet de distribuer les bénéfices des hydrocarbures, première ressource économique de la région, à l'ensemble des citoyens. Toutefois, ce modèle influence le niveau de vie de l'ensemble des résidents alors que les populations migrantes précaires sont majoritaires. Les politiques migratoires restrictives participent quant à elles à renforcer les écarts sociaux. Aux côtés de ce modèle de « non-intégration » nationale, la valorisation du consumérisme ces trente dernières années a eu pour conséquence de placer les nouvelles technologies au cœur des modes de vie dans le Golfe, à commencer par les médias de communication. Alors que le marché des médias socio-numériques est en constante expansion, de nouvelles cultures d'influence et de célébrité en ligne émergent entre les intérêts transnationaux, étatiques et économiques. Cet atelier a pour objectif d'explorer comment les hiérarchies sociales qui découlent de ces conditions se reflètent dans l'accès aux réseaux socio-numériques dans ce contexte. Si la connectivité est intrinsèque à la mobilité, l'accès au web des communautés migrantes n'est pas homogène. Les activités en ligne peuvent également se voir contrôlées au point de faire des médias sociaux ordinaires des outils de surveillance. La sphère des influenceurs locaux peut quant à elle servir de vecteur de promotion nationale, mais aussi renforcer les intérêts économiques des plateformes par le développement croissant de la sponsoring de contenu. Que ce soit au sein d'influenceurs célèbres ou qu'il s'agisse d'utilisateurs « ordinaires », des formes de contre-discours émergent néanmoins, ce qui illustre la nature multiforme de tels usages numériques. À partir de travaux empiriques, nous analyserons comment ces pratiques participent à la constitution d'un cyberspace golfe tout en fragilisant les mécanismes de la citoyenneté. Nous chercherons à comprendre comment les modes d'engagement en ligne, les formes d'expression, mais

aussi l'économie des plateformes web (accessibilité, circulation et visibilité du contenu ; enjeux financiers, self-branding, systèmes de modération et auto-/censure) reflètent ou défient le modèle politique et économique qui particularise les États du Golfe. Nous insisterons sur la manière dont celui-ci se voit nuancé selon les usages et les contextes d'émergence. Plutôt que de s'intéresser à des formes d'expression idéologiquement ou politiquement explicites, nous insisterons sur les usages ordinaires et leur enchevêtrement avec la culture populaire dans une perspective transnationale.

ENGLISH

The welfare-state model adopted by the Arab-Persian Gulf states distributes the benefits of hydrocarbons, the region's leading economic resource, to all citizens. However, this model influences the standard of living of all residents, while precarious migrant populations are in the majority. Restrictive migration policies, for their part, contribute to reinforcing social disparities. Alongside this model of national “non-integration”, the promotion of consumerism over the last thirty years has placed new technologies at the heart of lifestyles in the Gulf, starting with the communications media. As the social-digital media market keeps expanding, new cultures of online influence and celebrity are emerging between transnational, state, and economic interests. This workshop aims to explore how the social hierarchies arising from these conditions are reflected in access to socio-digital networks in this context. While connectivity is intrinsic to mobility, migrant communities' access to the web is not homogeneous. Online activities can also be controlled to the extent of turning ordinary social media into surveillance tools. Meanwhile, the sphere of local influencers can serve as a vector for national promotion, but also reinforce the economic interests of platforms through the growing development of content sponsorship. Be it among famous influencers or “ordinary” users, forms of counter-discourse are nevertheless emerging, which illustrates the multifaceted nature of such digital uses. Drawing from empirical work, we will analyze how these practices contribute to the constitution of a Gulfian cyberspace, while at the same time weakening the mechanisms of citizenship. We will seek to understand how modes of online engagement and forms of expression, as well as the economics of web platforms (accessibility, circulation, and visibility of content; financial stakes, self-branding, moderation systems, and self-censorship), reflect or challenge the political and economic model that characterizes the Gulf States. We will emphasize how this model is nuanced according to the uses and contexts in which it emerges. Rather than focusing on ideologically or politically explicit forms of expression, we will insist on ordinary uses and their intertwining with popular culture from a transnational perspective.

Organisatrices/organizers:

- Marion Breteau, Oxford Centre for Islamic Studies; Centre Français de Recherche de la Péninsule Arabique – marionbreteau@hotmail.fr
- Sabrina Zahren, Ludwig-Maximilians-Universität – sabrina.zahren@lmu.de

Lien vers l'appel / link to the call: <https://momm-strasbourg.sciencesconf.org/user/submissions?docid=576226>

Pour soumettre une proposition / to submit a proposal:

Chaque proposition devra être déposée au moins en français et en anglais à partir du lien donné sur le site du congrès avant le 9 décembre : <https://momm-strasbourg.sciencesconf.org>

Each proposal must be submitted in at least French and English via the link provided on the congress website before December 9: <https://momm-strasbourg.sciencesconf.org>

Bibliographie / Bibliography

Abidin, Crystal. “Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours.” *Cultural Science* 12, no. 1 (2021): 77-103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>

- Abraham, R., 2022, Identity Formation, Social Media and Migrants 2.0: Case study of second generation Malayali migrants in the Gulf, *Asian Journal of Middle Eastern and Islamic Studies* 16(4). <https://doi.org/10.1080/25765949.2023.2165009>
- Al Zidjaly, N., 2019, Divine impoliteness: How Arabs negotiate Islamic moral order on Twitter, *Russian Journal of Linguistics* 23. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2019-23-4-1039-1064>
- Bench, Harmony. *Perpetual Motion: Dance, Digital Cultures, and the Common*. University of Minnesota Press, 2020.
- Bishop, Sophie. "Managing Visibility on YouTube through Algorithmic Gossip." *New Media & Society* 21, no. 11-12 (2019): 2589-2606. <https://doi.org/10.1177/1461444819854731>
- Bunt, Gary R. *Virtually Islamic: Computer-Mediated Communication & Cyber Islamic Environments*. University of Wales Press, 2000.
- Chaveneau C., 2023, "Arabic Pop Art" on Instagram: Questioning the representations of Arabness and Khaleejiness in digital art, *Arabian Humanities* 18. <https://doi.org/10.4000/cy.11375>
- Dakkak N., 2022, « "Ana Mafi Khouf Min Kafeel": Counter-Narratives in comedic Video representations of migrant workers in the Arab Gulf States », *Mashriq & Mahjar* 9(1), 12–40. <https://doi.org/10.24847/v9i12022.305>
- Everett, Anne, and John T. Caldwell. *New Media: Theories and Practices of Digitextuality*. Routledge, 2004.
- Hanieh A., 2011, *Capitalism and class in the Gulf Arab States*, New York, Palgrave Macmillan.
- Hine, Christine. *Virtual Ethnography*. SAGE, 2003.
- Hurley Z., 2023, *Social media influencing in the city of likes: Dubai and the postdigital condition*, Emerald Points.
- Jones M. O., 2022, *Digital authoritarianism in the Middle East. Deception, disinformation and social media*, Hurst Publishers.
- Kaye, D. Bondy V., Jing Zeng, and Patrik Wikström. *TikTok: Creativity and Culture in Short Video*. Wiley, 2022.
- Konerding P. et al., 2021, *Approaches to Arabic popular culture*, University of Bamberg Press.
- Lagrange F. Chaveneau C., Assaf L., 2023, Pop culture in the Arabian Peninsula: Societal expressions, commercial issues and state cooptations, *Arabian Humanities* 18. <https://doi.org/10.4000/cy.11027>
- Larsson, Göran. *Muslims and the New Media: Historical and Contemporary Debates*. Ashgate Publishing, 2011.
- Mattelart T., Parizot C., Peghini J., Wanono N., 2015, Le numérique vu depuis les marges, *Journal des anthropologues* 142-143, 9-27. <https://doi.org/10.4000/jda.6192>
- Miller, Daniel, et al. *How the World Changed Social Media*. UCL Press, 2016.
- Nakamura, Lisa. *Cybertypes: Race, Ethnicity, and Identity on the Internet*. Routledge, 2002.

Priopae-Șerbănescu C., Mațoi E., 2023, Social media in the GCC Countries — Facilitator or curse for generation “Z”?, in Rahman, M. M., Al-Azm A. (éds.), 2023, Social Change in the Gulf Region, Springer, 17-39. https://doi.org/10.1007/978-981-19-7796-1_1

Zimmer, Michael, and Katharina Kinder-Kurlanda, eds. Internet Research Ethics for the Social Age: New Cases and Challenges. Peter Lang, 2017.