

Regards

34 | 2025

Musiques au Proche-Orient après le tournant numérique

Promouvoir son image et « se faire un nom » dans la scène rap proche-orientale : l'exemple de SoundCloud

Thomas Michel

Edition électronique

URL : <https://journals.usj.edu.lb/Regards/article/view/1526>

DOI : <https://doi.org/10.59383/Regards.voRegards.v034.1526Regards.vo>

ISSN : 2791-285X

Editeur

Editions de l'USJ, Université Saint-Joseph de Beyrouth

Référence électronique

MICHEL, T. (2025). Promouvoir son image et « se faire un nom » dans la scène rap proche-orientale : l'exemple de SoundCloud. *Regards*, (34), 151-177.

PROMOUVOIR SON IMAGE ET « SE FAIRE UN NOM » DANS LA SCÈNE RAP PROCHE-ORIENTALE : L'EXEMPLE DE SOUNDCLOUD

Thomas Michel

Université Paris Cité

Abstract | Cet article étudie le rôle de la plateforme SoundCloud dans la construction de carrières pour les rappeurs et producteurs indépendants du Proche-Orient, en particulier en Jordanie et en Palestine. À partir d'une enquête ethnographique menée entre Amman et Jérusalem, l'auteur analyse comment les artistes utilisent cette plateforme pour se faire connaître, diffuser leur musique et naviguer dans un écosystème musical numérisé. L'étude s'appuie sur les *Popular Music Studies* et les études sur les plateformes numériques pour examiner trois axes principaux. Le premier concerne la visibilité, à travers les outils de recommandation et les playlists proposées par SoundCloud, qui permettent une exposition locale et internationale. Le deuxième axe porte sur les formes de monétisation mises en place par la plateforme, comme le programme des « fan-powered royalties », ainsi que sur les difficultés rencontrées par les artistes pour s'approprier les outils de distribution. Le troisième axe explore les dimensions sociales de SoundCloud, en tant qu'espace numérique favorisant les interactions artistiques, mais aussi en lien avec les pratiques physiques (concerts, soirées, collaborations) propres à la scène rap régionale. L'article interroge ainsi les modalités d'usage de SoundCloud dans un contexte marqué par des inégalités d'accès aux ressources culturelles, économiques et techniques. Il s'attache à comprendre comment la plateforme agit comme levier potentiel de professionnalisation pour des artistes évoluant hors des circuits dominants, tout en reliant les logiques numériques aux dynamiques de terrain propres aux scènes locales du *Bilad al-Sham*.

Mots-clés | SoundCloud, Plateformes musicales, Proche-Orient, Palestine, Rap

Abstract | This article examines the role of the SoundCloud platform in building careers for independent rappers and producers in the Middle East, particularly in Jordan and Palestine. Based on an ethnographic survey conducted between Amman and Jerusalem, the author analyses how artists use this platform to make themselves known, distribute their music and navigate a digitized musical ecosystem. The study draws on Popular Music Studies and studies of digital platforms to examine three main areas. The first concerns visibility, through the recommendation tools and playlists offered by SoundCloud, which provide local and international exposure. The second looks at the forms of monetization put in place by the platform, such as the fan-powered royalties programme, and at the difficulties encountered by artists in appropriating the distribution tools. The third area explores the social dimensions of SoundCloud, as a digital space that encourages artistic interaction, but also in relation to the physical practices (concerts, parties, collaborations) that are specific to the regional rap scene. The article examines the ways in which SoundCloud is used in a context of unequal access to cultural, economic and technical resources. It seeks to understand how the platform acts as a potential lever of professionalisation for artists evolving outside the dominant circuits, while linking digital logics to the dynamics of the local scene in the *Bilad al-Sham*.

Key words | SoundCloud, Music platforms, Middle East, Palestine, Rap

Introduction

Dans un article intitulé « SoundCloud and Bandcamp as Alternative Music Platforms », David Hesmondhalgh, Ellis Jones et Andreas Rauh parlent de démocratisation de la musique à travers les nouvelles plateformes de streaming comme SoundCloud. Lancée à Berlin en 2007, SoundCloud représente un « canal permettant aux musiciens d'atteindre le public dans le nouvel écosystème musical »¹ ainsi que « le principal moyen par lequel les espoirs des optimistes du numérique concernant les nouvelles relations entre la production et la consommation musicales s'ancrent dans le monde culturel « plateformisé » en rapide émergence. »² SoundCloud s'avère être une plateforme « bottom up » (« de bas en haut ») vouée aux artistes indépendants qui ne disposent ni d'un label, ni d'un distributeur et sur laquelle leurs morceaux peuvent être likés, commentés, repartagés au sein d'une communauté globale importante (plus de 70 millions d'utilisateurs en 2021). De plus, au contraire des autres services de streaming musical (MSS) existants comme Apple Music, Spotify ou Deezer, SoundCloud se met à disposition des producteurs³, et non uniquement des auditeurs, grâce à divers « programmes » que la plateforme propose et dont certains seront discutés au cours de cet article. La plateforme a ainsi pu rapidement évoluer dans les différents cercles d'artistes rap et EDM (Electronic Dance Music), notamment en Jordanie où l'économie musicale de ces genres reste assez précaire, comme en témoigne HT7, rappeur et producteur palestino-jordanien basé à Amman :

« La région a adopté SoundCloud assez rapidement, où les rappeurs postaient énormément sur SoundCloud. Pas au début, du moins pas dans la région, mais c'était au moins le lieu de naissance du rap numérique en Jordanie car c'était une plateforme gratuite. Tu pouvais te connecter avec tous les artistes et tu n'avais rien d'autre à faire que de téléverser ta chanson. Et ensuite les gens peuvent te contacter. »⁴

Nous pouvons mettre le « rap numérique » en opposition et/ou en continuité avec les périodes des cassettes et des CD's avec cette nouvelle ère digitale où le stream est prééminent et où l'artiste se trouve plus indépendant. Comme nous le verrons au cours de cet article, SoundCloud fait partie de ces nouveaux espaces dans la production musicale au sein desquels l'économie du producteur et sa sphère sociale sont liées dans un tout numérique. Pourtant, nous verrons aussi que ce tout numérique reste dépendant des espaces physiques.

À titre d'exemple, la plateforme fournit aux artistes un service gratuit de téléversement de leurs musiques avec néanmoins une limitation du nombre de chansons pouvant être émises chaque mois. Pour dépasser cette limite, elle

1- HESMONDHALGH, David, JONES, Ellis, RAUH, Andreas, « SoundCloud and Bandcamp as Alternative Music Platforms », *Social Media + Society*, vol. 5, n°4, 2019, p. 2.

2- Ibid.

3- Le terme « producteur » signifie ici les artistes musiciens qui produisent le « son » sur les stations de travail audio-numériques (STAN).

4- ENTRETIEN avec HT7, Amman, 19 juillet 2024.

offre plusieurs abonnements comme Next Pro (moins de 100 euros l'année) qui permettent de publier un nombre infini de musiques ainsi que de les re-masteriser avec une intelligence artificielle proposée par la plateforme dont les options de master sont diverses mais produisent une uniformisation de la musique publiable sur la plateforme. Next Pro se veut notamment être un premier pas vers la professionnalisation de l'artiste sans label mais ne présente toutefois pas un label adapté à chaque artiste, fonctionnant avec un système d'IA. Enfin, il est aujourd'hui possible, via le menu 'SoundCloud for Artists', de distribuer sa musique sur toutes les plateformes de streaming classiques comme Spotify et Apple Music, s'attribuant le rôle de nouveau distributeur pour les artistes indépendants en marge des circuits traditionnels.

Par circuit traditionnel on entend ici la gestion de carrière du rappeur et/ou du producteur sous label, c'est-à-dire avec l'assistance d'un manager, d'une boîte d'édition pour les ventes physiques (CD, Vinyls), la mise en ligne des musiques sur les plateformes musicales, ainsi que d'un tourneur pour organiser les concerts et promouvoir une tournée. Hormis certains exemples comme Bu Kolthoum (Syrie), El Rass (Liban), The Synaptik (Palestine), la grande majorité des cas étudiés dans mon enquête se résolvent à payer un distributeur en ligne comme Distrokid et TuneCore qui permettent la publication sur les plateformes en ligne mais ne gèrent ni la promotion, ni la vente de tickets et/ou de supports physiques. Pour ce dernier cas, la plateforme Bandcamp joue le rôle de plateforme de vente pour certains artistes qui réussissent à éditer des supports physiques à leur propre coût, comme l'exemple de la Cassette de DJ Gawad « DJ GAWAD Presents: VOLUME 1 »⁵ éditée par la boîte d'édition *Drowned by Locals* basée à Amman. Dans cet ensemble de plateformes, nous verrons donc que SoundCloud joue un rôle singulier pour l'artiste qui navigue parmi ces structures pour promouvoir, diffuser et monétiser sa musique avec un moindre coût, ne vivant pas de sa création et devant s'adapter au contexte socio-économique de la région.

À ce jour, de nombreux travaux portent sur les services de streaming musical (MSS) et leur critique quant au « nouveau système » de production, de circulation et de consommation des musiques enregistrées qu'ils représentent.⁶ Une certaine littérature se base notamment sur la valeur culturelle et économique ainsi que sur l'authenticité des musiques enregistrées au sein de ces plateformes,⁷ sur les pratiques de distribution et de médiation⁸, et sur les jeux de pouvoir et la

5- <https://drownedbylocals.bandcamp.com/album/dj-gawad-presents-volume-1>

6- HESMONDHALGH, David, « Is Music Streaming Bad for Musicians? Problems of Evidence and Argument », *New Media & Society*, vol. 23, n°12, 2021, p. 3596.

7- FARRUGIA Rebekah, SWISS Thomas, « Tracking the DJs: Vinyl records, work, and the debate over new technologies », *Journal of Popular Music Studies*, vol. 17, 2005, p. 30-44; MARSHALL Lee, « Do People Value Recorded Music? », *Cultural Sociology*, SAGE Publications, 13 May 2019; MUIKKU Jarri, « Pro rata and user centric distribution models: a comparative study », 2017, Available at: http://www.digitalmedia.fi/wp-content/uploads/2018/02/UC_report_final_171213.pdf?utm_campaign=Penny%20Fractions&utm_medium=email&utm_source=Revue%20newsletter ; NOWAK Raphaël, GLEVERAC Hervé, « La valeur de la musique », *Volume!*, 20:1, 2023, p. 7-17;

8- PREY Robert, ESTEVE DEL VALLE Marc, ZWERWER Leslie, « Platform pop: disentangling Spotify's intermediary role in the music industry », *Information, Communication & Society*, vol. 25, n°1, 2020, p. 74-92.

monétisation⁹ qu'elles présentent.¹⁰ Or, il est important de notifier que la majorité de cette littérature repose sur des études basées sur les plateformes Apple Music et Spotify, les principaux acteurs du streaming contemporain. De son côté, la plateforme SoundCloud a fait elle aussi l'objet de diverses recherches, notamment sur sa qualité de réseau social¹¹ et son esthétique en tant que nouveau système de streaming musical¹² mais aussi en tant que nouveau réseau pour évaluer la valeur de la musique électronique.¹³ D'autres recherches se sont aussi concentrées sur les copyrights¹⁴ ou encore les pratiques de discussions et de commentaires comme capital social du réseau musical¹⁵ ainsi que les modèles de consommation de la plateforme : « la coexistence des logiques du capitalisme numérique – à savoir la surveillance, la collecte de données et le manque de confidentialité – avec des trajectoires sociales alternatives se produit rarement, c'est pourquoi SoundCloud est une plateforme pertinente. »¹⁶ De ce fait, le présent article cherche à initier une étude approfondie de la plateforme SoundCloud — plateforme privilégiée des musiques rap et EDM — comme nouvelle alternative dans le narratif des services de streaming musical, ainsi qu'un lieu privilégié de professionnalisation et de visibilité pour les artistes proche-orientaux.

Cet article s'appuie sur une enquête de terrain ethnographique de plusieurs mois menée auprès de rappeurs et producteurs palestiniens et jordaniens à Amman au cours de l'été 2024 ainsi que d'un séjour depuis novembre 2024 à Jérusalem au sein

9- Selon la définition du Larousse : « Introduction de nouvelles formes de moyens de paiement dans le circuit économique ».

10- MARSHALL Lee, « 'Let's keep music special. F – Spotify': on-demand streaming and the controversy over artist royalties », *Creative Industries Journal*, vol. 8, n°2, 2015, p. 177-189; PREY Robert, « Locating Power in Platformization: Music Streaming Playlists and Curatorial Power », *Social Media + Society*, vol. 6, n°2, 2020; WALFISH Gregory, « How much does Spotify pay per stream in 2024 », *xposuremusic*, 2024, Available at: <https://info.xposuremusic.com/article/spotify-pay-per-stream#:~:text=The%20pay%2Dper%2Dstream%20system,streams%20in%20a%20given%20timeframe>

11- HUBBLES Chris, LEE Jin Ha, McDONALD W. David, « F#@ That Noise: SoundCloud as (A-)Social Media? », 80th Annual Meeting of the Association for Information Science & Technology, Washington DC, Oct. 27-Nov. 1, 2017, p. 179-188; REED J. Darren, « Performance and interaction on SoundCloud: Social remix and the fundamental techniques of conversation », *Journal of Pragmatics*, vol. 115, 2017, p. 82-98.

12- HESMONDHALGH David, JONES Ellis, RAUH Andreas, « SoundCloud and Bandcamp as Alternative Music Platforms », *op. cit.* ; MULLIGAN Mark, « How Soundcloud could transform Deezer's market narrative [Music industry blog] » [online], 4 Jul. 2017, Available at: <https://musicindustryblog.wordpress.com/2017/07/04/how-soundcloud-could-transform-deezers-market-narrative/> (Accessed June 29, 2025).

13- JORDANOUS Anna, ALLINGTON Daniel, DUECK Byron, « Using online networks to analyse the value of electronic music » [online], *Proceedings of the 5th International Conference on Computational Creativity*, 2014, Available at: <https://computationalcreativity.net/iccc2014/proceedings/> (Accessed June 29, 2025); JORDANOUS Anna, ALLINGTON Daniel, DUECK Byron, « Measuring cultural value using social network analysis: A case study on valuing electronic musicians » [online], *Proceedings of the 6th International Conference on Computational Creativity*, 2015, p. 110-117, Available at: <https://computationalcreativity.net/iccc2015/proceedings/> (Accessed June 29, 2025).

14- CUSHING Tim, « SoundCloud has given universal music group the ability to directly move content » [online], *TechDirt*, July 2, 2014, Available at: <http://www.techdirt.com/articles/20140702/10252827760/soundcloud-has-given-univer-sal-music-group-ability-to-directly-remove-con-tent.shtml> (Accessed June 29, 2025);

15- HUBBLES Chris, LEE Jin Ha, McDONALD W. David, *op. cit.*

16- DUNHAM Ian, « SoundCloud Rap: An investigation of community and consumption models of internet practices » [online], *Critical Studies in Media Communication*, vol. 39, n°2, 2022, p. 109. Available at: <https://doi.org/10.1080/15295036.2021.1964403> (Accessed June 29, 2025).

de l'Institut Français du Proche-Orient. Cette enquête se base aussi sur une veille constante sur SoundCloud auprès d'artistes du *Bilad al-Sham* (Syrie, Liban, Jordanie, Palestine) depuis l'été 2023. Avec l'appui des *Sciences and Technology Studies* et des *Popular Music Studies*, cette étude anthropologique entend s'imbriquer dans les recherches déjà opérées par plusieurs chercheurs sur les rapports de pouvoir au sein de ce nouveau type de plateforme¹⁷ sur les inégalités sociales que cette plateforme génère¹⁸ ainsi que sur l'accessibilité du numérique pour les artistes en demande de visibilité.¹⁹ Nous nous attarderons notamment sur la promotion de ces artistes à travers trois points dont l'enjeu est de montrer comment la plateforme sociale SoundCloud tend à proposer une nouvelle voie de professionnalisation pour les producteurs de musique rap. Premièrement, nous discuterons des différentes approches de SoundCloud pour les producteurs comme la mise en place de playlists de partage des musiques — initiées par Spotify et Apple Music — qui permettent une plus grande visibilité de l'artiste d'un point de vue régional et international. Ensuite, il s'agira d'aborder la monétisation à partir du programme '*Fan-powered royalties*' et de questionner le rôle de la plateforme comme nouveau distributeur pour les artistes sans label. Ce sera aussi l'occasion d'investir le champ de l'apprentissage de l'industrie musicale par les artistes proche-orientaux. Enfin il faudra considérer SoundCloud comme plateforme sociale — enjeu majeur de la plateforme à sa création — et de montrer sa proximité numérique unique en termes de cercles locaux de sociabilité chez les artistes voulant se professionnaliser. Nous verrons ainsi comment les artistes rap palestiniens et jordaniens s'approprient SoundCloud comme un levier de professionnalisation dans un contexte marqué par de fortes inégalités structurelles. Nous examinerons la manière dont cette plateforme reconfigure les dynamiques locales et globales de visibilité, de sociabilité et d'apprentissage au sein des scènes musicales du *Bilad al-Sham*.

Les playlists SoundCloud comme tremplin de visibilité et de professionnalisation pour les artistes du Proche-Orient à l'échelle locale et internationale

Sur le modèle des playlists Spotify et Apple Music, Soundcloud propose un service de playlists basées soit sur des listes de lecture personnelles créées par un particulier, soit sur des algorithmes qui trient et diffusent les musiques pour un public visé selon l'ambiance, le genre, le thème ou encore l'activité — par exemple les playlists 'Workout' (« Entraînement ») qui proposent des musiques plus rythmées afin de stimuler l'auditeur pour le sport. C'est une volonté de la plateforme de produire une « expérience musicale de marque »²⁰ à l'image de

17- COLLET Boris, GARCIA-BARDIDIA Renaud, « Plateformes et supports musicaux: une étude des formes de mise en marché des musiques indépendantes », Volume!, 20:1, 2023, p. 77-88.

18- ALLINGTON Daniel, DUECK Byron, JORDANOUS Anna, « Networks of Value in Electronic Music: SoundCloud, London, and the Importance of Place » [online], *Cultural Trends*, vol. 24, n°3, 2015, p. 211-222, Available at: <https://doi.org/10.1080/09548963.2015.1066073> (Accessed June 29, 2025).

19- HESMONDHALGH David, JONES Ellis, RAUH Andreas, *op. cit.*

20- PREY Robert, « Locating Power in Platformization: Music Streaming Playlists and Curatorial Power », *Social Media + Society*, vol. 6, n°2, 2020.

Spotify, mais aussi de permettre une plus grande visibilité des jeunes artistes qui publient leurs premières chansons.

« Pour les auditeurs, c'est un moyen de découvrir les morceaux et les artistes avec lesquels d'autres fans de leur scène se connectent. Pour [...] les professionnels de l'industrie, il s'agit d'un aide-mémoire pour savoir sur qui garder les yeux. » ²¹

Dans cette partie, je présenterai ainsi les nouvelles playlists 'Buzzing' initiées par SoundCloud pour faire mieux connaître les morceaux des jeunes artistes en recherche de visibilité. Je décrirai ensuite les playlists locales de 'station' d'artistes — ces playlists qui définissent une « station » autour d'un artiste dans un système de collaboration entre artistes et de similitudes entre chansons par la langue, le genre, la région de publication. Enfin je questionnerai l'impact local et global de ces playlists.

Avec une statistique selon le site de SoundCloud de plus de 45,6 millions de morceaux qui n'ont généré aucun stream, SoundCloud a lancé en 2023 un programme appelé 'First Fans', un algorithme de recommandation qui aide les abonnés au Next Pro à être écoutés par au moins une centaine d'auditeurs dans les premiers jours de la sortie du morceau. De cette manière, lorsque le morceau de l'artiste est publié, ce dernier reçoit un mail dans lequel la plateforme se propose d'analyser l'esthétique sonore et le thème principal de la chanson afin de la diffuser auprès d'auditeurs potentiels. Il suffit de valider la proposition et, quelques jours plus tard, le morceau peut atteindre jusqu'à 200 écoutes. Plus de 3,5 millions de morceaux ont pu ainsi être analysés par le programme et recommandés à des fans potentiels, atteignant une augmentation de 400% des écoutes pour les artistes bénéficiant de l'abonnement Next Pro selon les arguments mis en avant par la plateforme.

Introducing Buzzing



Figure 1 : Apparition des playlists 'Buzzing' sur la page principale de SoundCloud.

21- SoundCloud 2024, Toutes les références à SoundCloud proviennent du site SoundCloud Community : <https://community.soundcloud.com/article-index>

Au vu de ce « succès », la plateforme a alors décidé de lancer un nouveau programme, les ‘Buzzing Playlists’ (Figure 1), « un ensemble de listes de lecture spécifiques à un genre, alimentées par des fans, comprenant des chansons basées sur un véritable engagement des fans ».²² Sur le même modèle que les playlists découverte Spotify et Apple Music, ces playlists sont générées toutes les semaines et partagent les morceaux des artistes Next Pro analysés par le programme ‘First Fans’. Ainsi, lorsqu’un artiste publie un morceau, celui-ci est d’abord analysé par le programme ‘First Fans’, puis recommandé à une centaine d’auditeurs. Ensuite, les *top tracks* sont exposées à un millier d’auditeurs. Enfin, les morceaux les plus performants en termes de likes, commentaires et reposts²³, sont assignés à une playlist ‘Buzzing’ « convoitée et alimentée par les fans ».²⁴ La plateforme compte aujourd’hui sept playlists ‘Buzzing’, correspondant aux principaux genres musicaux : Pop, R&B, Hip Hop & Rap, Electronic, Rock, Metal, Indie. Ces listes de lecture ‘Buzzing’ prennent place dans un contexte plus large où une multitude de playlists convoitées sont accessibles directement via l’espace d’accueil de la plateforme. Parmi ces listes, l’on trouve les listes algorithmiques, celles créées pour l’auditeur. Celles-ci peuvent être des ‘station’ d’un artiste (Figure 2) en particulier que l’auditeur a l’habitude d’écouter.

« Des listes de lecture animées sont disponibles pour tous les utilisateurs de SoundCloud et présenteront de nouveaux morceaux des meilleurs artistes Next Pro émergents dans les domaines de la pop, du hip hop, du R&B et de l’électronique. Pour les artistes Next Pro, c’est l’occasion de montrer leur meilleure nouvelle musique et de trouver de futurs fans. »²⁵

Ces listes de lecture personnelles sont basées sur un algorithme qui analyse les likes, les commentaires, les reposts, les collaborations et les propres playlists de l’artiste en question, ainsi que des proximités stylistiques et de langue. De ce fait, écouter un artiste proche-oriental va amener les algorithmes à faire écouter d’autres artistes de la région. Dans le contexte de la musique du *Bilad al-Sham*, il faut noter que les artistes présents dans ces playlists, basées donc sur les relations sociales entre artistes, les reposts et les *featurings*²⁶, témoignent de communications intra-régionales entre artistes palestiniens, jordaniens, libanais,

22- SoundCloud, 2024.

23- Action de repartager un morceau sur son propre profil.

24- Ibid.

25- SoundCloud, 2024.

26- Les *Featuring* forment un système de collaboration, d’invitation et de promotion mutuelles entre artistes dans une dynamique de cooptation. Cf. ROQUEBERT Corentin, « Le capital social des rappeurs : les *featurings* entre gain de légitimité et démarche d’authentification professionnelle », Volume!, 17:2, 2020.

syriens et issus de la diaspora²⁷. Cela met en avant une scène régionale sous-tendue par des relations extra-frontalières liées au numérique. Il est donc tout aussi important pour les jeunes artistes de figurer dans ces playlists afin d'être écoutés au sein même de leur propre scène²⁸ et donc de participer activement à la scène locale/régionale en interagissant avec les autres artistes. La communication et l'interaction sont favorisées notamment par l'incitation des algorithmes à interagir avec les autres artistes de sa scène locale pour un jeune producteur.

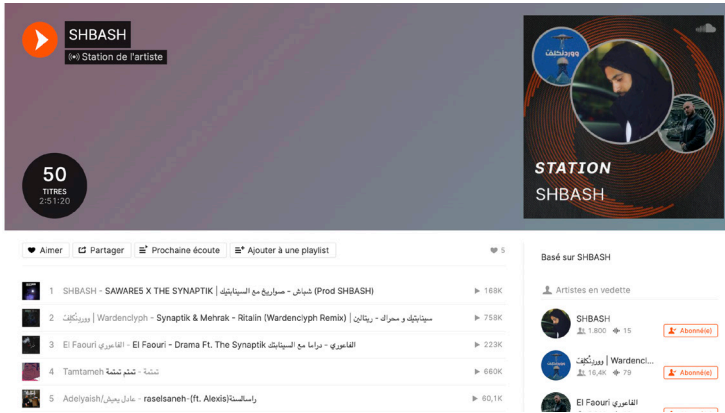


Figure 2 : Playlist 'Station' autour de l'artiste jordanien Shbash. On peut notamment y voir l'artiste palestinien The Synaptik, ainsi que le Jordanien El Faouri ou encore le Palestinien Tamtameh.

Enfin, de nombreuses autres playlists sont mises à disposition de l'auditeur comme les playlists découvertes 'Trending Music on SoundCloud', 'Workout', 'Party', 'Chill' qui sont des playlists « éditoriales »²⁹ de la plateforme. Ces dernières, directement influencées par les plateformes Apple Music et Spotify, sont parmi les plus convoitées et les plus visées par les artistes pour atteindre un public international. Or, au contraire des playlists algorithmiques, celles-ci requièrent plusieurs dizaines voire centaines de milliers de streams et sont donc très peu accessibles pour la majorité des profils de rappeurs et de producteurs EDM émergents et/ou indépendants de la scène musicale proche-orientale.

27- Notamment dans les processus de création où les producteurs échangent des démos de morceau à d'autres pour qu'ils produisent par-dessus. Cf. PUIG Nicolas, « Composer avec... Sampling et références sonores dans le travail d'un artiste palestinien au Liban », Volume!, 14, 2017, p. 37-49.

Il est d'autant plus important que les artistes issus de la diaspora connaissent pour la plupart des modes de professionnalisation plus classiques (présence d'un manager, appartenance à un label) et ont accès plus facilement à des scènes concrètes hors du numérique (concerts, festivals) auxquels ils peuvent inviter les artistes vivant au Proche-Orient.

28- La notion de scène désigne ici un espace social et culturel dynamique où se rencontrent des pratiques artistiques, des acteurs locaux, des identités collectives et des enjeux économiques, souvent ancrés dans un territoire particulier. Elle renvoie à une construction collective inscrite dans des contextes spatiaux, historiques et sociaux spécifiques, et permet d'analyser les interactions entre musique, urbanité et développement culturel. Cf. FERYN Matthieu, « Scène musicale, locale, culturelle. Études de cas et réflexions sur la notion de scène », Volume!, 14:1, 2017, p. 193-194.

29- WALFISH Gregory, « How much does Spotify pay per stream in 2024 », xposuremusic, 2024, Available at: <https://info.xposuremusic.com/article/spotify-pay-per-stream#:~:text=The%20pay%2Dper%2Dstream%20system,streams%20in%20a%20given%20timeframe>

Néanmoins, ces playlists dites éditoriales peuvent être alimentées par les artistes des listes ‘Buzzing’ dont le titre a émis la plus grosse performance.

« Les morceaux bien accueillis par les fans écoutant Buzzing ont le potentiel d’être ajoutés aux listes de lecture éditoriales SoundCloud, sous réserve des critères d’éligibilité pour les listes de lecture éditoriales. Les morceaux qui reçoivent une augmentation continue et soutenue du nombre de lectures peuvent ensuite apparaître dans l’un des nombreux graphiques SoundCloud. »³⁰

Ainsi, SoundCloud propose un large panel de playlists algorithmiques, éditoriales et personnelles, accessibles à tous les artistes et auteurs de la plateforme. On peut néanmoins les séparer en trois types. Premièrement, il y a les listes de lecture ‘Buzzing’, les plus mises en avant par la plateforme, qui permettent aux plus petits artistes sans écoute de trouver des premiers auditeurs. Ces playlists sont proposées dans une multitude de pays et sont basées seulement sur les qualités esthétiques du son, c’est-à-dire les qualités de master et de mixing qui définissent le son. Ainsi, ce sont des playlists à vocation de première écoute, à une échelle globale, qui permettent à l’artiste une première visibilité mais ne lui permettent pas de s’insérer dans une quelconque scène locale. Deuxièmement, on peut s’intéresser à cette dimension du local via les playlists ‘station’ d’artistes qui localisent l’écoute de l’auditeur afin de lui proposer une exposition à la scène, le plus souvent régionale. Pour les artistes, ces playlists sont d’autant plus importantes qu’elles les incorporent dans un cercle, une sphère artistique locale, et marquent leur appartenance à cette communauté. Ces playlists sont surtout accessibles de par l’activité des artistes dans les likes, les reposts, les featurings. L’étude de ces playlists relève donc d’une étude intra-régionale au Proche-Orient et relève de dynamiques locales spécifiques liées aux collaborations réelles des artistes entre eux. À titre d’exemple, l’artiste libanais El-Rass a publié de nombreuses chansons en featuring avec les artistes palestiniens Haykal et Synaptik et les artistes syriens Bu Kulthoum et Jundi Majhul malgré leur impossibilité de se retrouver physiquement et de produire ensemble. Tous figurent alors dans les mêmes playlists ‘station’ avec d’autres artistes de la région. Enfin, les playlists éditoriales marquent un tournant plus global de la musique diffusée sur SoundCloud. Il s’agit non plus de scène locale, mais bien d’un auditoire international. Ces playlists accordent plus de visibilité aux artistes qui sont pour la plupart déjà professionnels avec plusieurs centaines de milliers d’écoutes à leur actif.

Ces différentes listes de lecture témoignent ainsi d’une certaine opposition entre le local et le global au sein de la plateforme SoundCloud. Les playlists locales favorisent la visibilité au sein d’une communauté sans participer néanmoins à la diffusion à grande échelle de l’artiste, là où les playlists globales favorisent la diffusion à grande échelle en décontextualisant le local. L’on peut alors se

30- SoundCloud, 2024.

questionner sur la visibilité réelle des musiques au sein de ces playlists et se demander si, dans un contexte de monétisation, celles-ci peuvent réellement aider l'artiste à se professionnaliser au sein d'une scène locale avec potentiellement un auditeur à l'échelle globale. Il est alors important maintenant de s'intéresser aux processus de monétisation que la plateforme offre depuis ces dernières années visant à pallier le manque de visibilité économique des artistes indépendants sur la plateforme. Il sera ainsi intéressant de relever la difficulté des artistes de rap proche-orientaux à prendre connaissance de ces modalités dans l'industrie musicale contemporaine.

Monétiser via Soundcloud : une solution face à la méconnaissance des producteurs sur la distribution et la promotion du rap proche-oriental ?

Dans le contexte actuel, avec un système de *pay-per-stream* à hauteur de 0,003 à 0,005 dollar par stream, les services de streaming musical souffrent d'un mécontentement des artistes émergents et professionnels quant aux revenus qui peuvent leur être attribués : « Cela signifie qu'un artiste a besoin d'un nombre très élevé de streams pour pouvoir générer des revenus significatifs — des recherches ont montré qu'il faut plus de 800 000 streams par mois pour gagner un salaire de 15 dollars de l'heure, vous ne pouvez donc certainement pas compter sur Spotify et ses redevances en tant qu'artiste émergent. »³¹

Le taux de revenus varie selon plusieurs facteurs comme le pays de publication, la qualité des auditeurs qui ont écouté le morceau (s'il s'agit d'abonnés premium ou d'utilisateurs de la plateforme gratuite), mais aussi le nombre total de streams que l'artiste a généré sur la plateforme. Cela crée une inégalité importante selon les foyers artistiques et la renommée de l'artiste émergent ou non. C'est notamment ce qu'explique David Hesmondhalgh dans son article « Is Music Streaming Bad for Musicians ? Problems of Evidence and Argument » (2021) dans lequel il questionne ces nouveaux systèmes économiques musicaux comme préjudiciables aux musiciens et autres personnes impliquées dans la production et la diffusion musicales, reproduisant des « systèmes injustes de pouvoir industriel ».³² Il nomme en particulier la domination des grandes maisons de disques et des élites (les « superstars »), ainsi que la difficulté pour les artistes à gagner décemment leur vie grâce à la musique enregistrée :

« Les faibles taux de paiement par flux sur MSS ont été soulignés pour la première fois en 2009, lorsqu'il a été largement rapporté que Lady Gaga n'avait gagné que 167 dollars américains sur plus d'un million de flux Spotify de son enregistrement « Poker face ». »³³

De plus, dans le contexte de création de la musique hip hop, composé majoritairement de home studios et de l'apprentissage par le DIY (*Do it yourself*), il

31- WALFISH Gregory, op. cit., p. 1.

32- HESMONDHALGH David, op. cit., p. 3596.

33- Ibid., p. 3598.

est important de mentionner que la pluralité des règles de distribution imposées par les compagnies représente un millefeuille administratif complexe pour les artistes qui n'ont généralement aucune connaissance du monde de l'industrie musicale. En effet, au sein des cercles d'artistes de musique rap au Proche-Orient, beaucoup d'artistes ne savent pas comment rendre leur musique monétisable ni comment la promouvoir sur les plateformes *mainstream*, à l'exception de grands artistes comme le Palestinien The Synaptik dont la carrière est gérée par un manager, ou encore les membres du groupe BLTNM, collectif auto-labellisé. C'est notamment ce qu'a pu me témoigner le rappeur palestinien Haykal, originaire de Ramallah et pourtant reconnu dans le milieu du rap proche-oriental depuis 2012, et qui peine encore à comprendre l'entreprise musicale :

« J'utilise DistroKid³⁴. Je ne sais pas grand-chose de tout cela. Je pense que lorsque je commencerai à agir de manière plus professionnelle et à devenir plus au courant, peut-être que je me retirerai de DistroKid et trouverai d'autres moyens. [...] Je dois encore faire d'autres démarches compte tenu de l'aspect commercial du fait de gagner de l'argent grâce à la musique. »³⁵

En 2024, un seul distributeur, *Musiqah*, a vu le jour en Jordanie et travaille avec des artistes arabes locaux et/ou issus de la diaspora. La création de cette plateforme de distribution intervient notamment pour pallier le manque de solutions et les difficultés des artistes proche-orientaux qui peinent à aborder les distributeurs internationaux numériques comme DistroKid ou Tune Core. Ces derniers demandent en effet des connaissances pré-établies (et en anglais) des différentes législations et de l'économie budgétaire de l'industrie musicale. Aussi, même si certains producteurs prennent connaissance de ces distributeurs, ce sont des services payants qui sont proposés au même titre que le programme Next Pro et qui sont donc peu abordables économiquement pour une grande partie des artistes rap dont la majorité est issue de classes économiques moyennes et doit travailler la journée pour produire le soir. *Musiqah* propose quant à lui un service gratuit sur sélection des artistes avec qui il souhaite collaborer.

Au cours d'un entretien en août 2024, Qais Masri, le fondateur de *Musiqah*, m'a ainsi confié la nécessité d'éduquer les artistes proche-orientaux sur l'industrie musicale :

« La priorité c'est d'éduquer les artistes en Jordanie et au Moyen-Orient sur la façon de gérer ces choses et il y a bien plus que simplement télécharger une chanson. Les artistes doivent comprendre les métadonnées, doivent avoir leurs fichiers propres, doivent savoir comment télécharger une chanson, savoir quelles redevances ils possèdent, savoir comment gérer l'édition avec les gestionnaires, les feuilles de calcul... il y a vraiment un million de choses. »³⁶

34- DistroKid est une plateforme de distribution dont le coût s'élève à une vingtaine d'euros par an. Elle permet de distribuer sa musique sur plus d'une centaine de plateformes comme Spotify ou Apple Music sans toutefois en faire la promotion. De ce fait, comme Haykal, ce distributeur ne suffit pas à atteindre un réel audimat, avec très peu d'écoutes mensuelles et une non visibilité sur les réseaux d'écoute.

35- Entretien avec Haykal, Zoom, 6 août 2024.

36- Entretien avec Qais Masri, Zoom, 1^{er} août 2024.

En outre, ces distributeurs internationaux, en raison de leurs liens avec l'industrie musicale, bénéficient d'avantages en connaissances provenant des MSS pour être retournés aux artistes et leur permettre d'obtenir plus facilement une reconnaissance. Mais ces distributeurs, parce qu'ils comptent actuellement des milliers d'artistes, ne fournissent pas ces avantages à chacun. Ils ne les transmettent qu'aux artistes qui génèrent des revenus importants ; car si les artistes génèrent des revenus, les distributeurs en obtiennent également. Cela rejoint les propos de David Hesmondhalgh qui parle d'inégalités de traitement envers les petits artistes face aux élites des « superstars » : les distributeurs favorisent la mise en avant des artistes avec le plus de streams car cela implique une plus grosse rémunération pour eux. C'est donc le fer de lance de *Musiqah* qui cherche à offrir une plateforme de distribution gratuite et éducative pour tous les artistes émergents en offrant des services spéciaux provenant des MSS tout en proposant des vidéos d'apprentissage et des fichiers en trois langues (anglais, arabe, français) expliquant les modalités de diffusion et de distribution. Démocratiser l'industrie musicale est, pour lui, la priorité dans le contexte proche-oriental :

« De cette façon, nous pouvons non seulement aider les artistes, mais nous comprenons également ce dont ils ont besoin, ce que signifie leur musique, comment elle s'intègre dans différents outils de marketing et de promotion, et ils peuvent réellement parler à quelqu'un en arabe et obtenir l'aide dont ils ont besoin [à travers] leur langue maternelle. [...] C'est un processus à long terme où nous organisons des ateliers, des appels, des sortes d'événements communautaires où nous enseignons aux artistes toutes les différentes choses de l'industrie. »³⁷

L'entreprise de Qais, qui se positionne comme une entreprise arabe « par nous, pour nous », aide donc à pallier le manque de connaissances et d'opportunités des artistes proche-orientaux vis-à-vis des grands distributeurs internationaux. Malheureusement, *Musiqah* reste à ce jour une nouvelle entreprise peu lucrative³⁸ et travaille avec une quinzaine d'artistes seulement, sélectionnés précautionneusement pour des raisons financières :

« Parce que le service client va rester 5 heures avec l'artiste par mois, 5 heures par mois c'est comme 25 dollars de l'heure, ça fait 125 dollars par mois que nous perdons. Et pour que nous puissions générer 125 dollars grâce à l'artiste, il doit gagner près de mille dollars [soit 400 000 streams par mois]. Et je ne parle que du service client, je ne parle pas de tout le reste. »³⁹

De ce fait, la majorité des artistes émergents proche-orientaux qui n'obtiennent pas autant de streams n'ont pas accès à la distribution classique et se tournent directement vers les plateformes comme Apple Music et Spotify qui cherchent

37- Entretien Qais Masri, Zoom, 1^{er} août 2024.

38- Qais vit lui-même d'un autre travail au Canada.

39- Entretien Qais Masri, Zoom, 1^{er} août 2024.

à créer des espaces pour les producteurs (ex: Spotify for artists) afin que ces derniers puissent accéder facilement à la monétisation de leur musique. De par cette situation, depuis le 1er avril 2021, les artistes indépendants peuvent aussi directement être distribués et monétisés sur SoundCloud via le ‘Premier Program’ (qui n’est plus accessible pour des nouvelles inscriptions mais est toujours actif) et/ou ‘SoundCloud for Artists’. En 2017, Mark Mulligan suggérait justement que « Soundcloud dans Deezer, Spotify ou même Apple Music créerait une toute nouvelle couche dans chacune de ces propositions et améliorerait considérablement le positionnement sur le marché. »⁴⁰

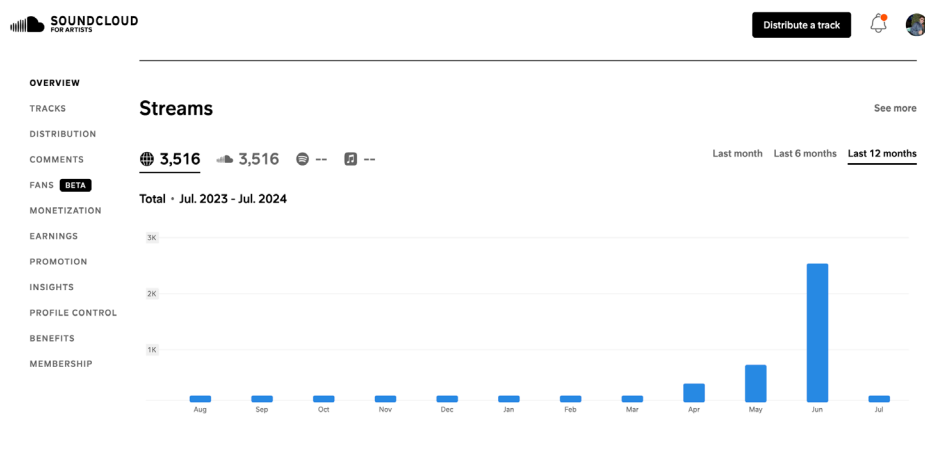


Figure 3

‘SoundCloud for Artists’ est un menu disponible après achat d’un abonnement Next Pro et se veut être une « *all-in-one platform* »⁴¹ pour les artistes en les connectant avec les fans afin d’« accélérer leur carrière ». Selon Tracy Chan, Vice-président sénior et créateur de la plateforme SoundCloud, celle-ci se veut notamment une plateforme centralisée pour la distribution, la promotion et la monétisation des musiques indépendantes :

« Nous payons des redevances en fonction de la partie du temps passé par un fan à écouter chaque artiste. Le montant total d’argent généré par un fan pour les artistes qu’il écoute dépend de quelques facteurs : dans quelle mesure le fan écoute cet artiste par rapport à l’ensemble de sa durée d’écoute au cours d’un mois donné ; combien de publicités le fan a-t-il consommées ; si le fan dispose d’un abonnement payant à SoundCloud Go+ (abonnement sans pub créé pour les fans seulement). Les redevances générées par les fans

40- MULLIGAN Mark, op. cit.

41- CHAN Tracy, « Introducing SoundCloud for artistes our all-in-one platform for artistes », 2021. Available a : <https://community.soundcloud.com/playbook-articles/introducing-the-new-dashboard-on-soundcloud-for-artists>

*profitent aux artistes indépendants dont les fans se consacrent à écouter fréquemment leur musique. Ainsi, si un fan n'écoute qu'un jeune rappeur de Détroit ou un chanteur émergent de France, la plupart ou la totalité de ses abonnements ou de ses revenus publicitaires iront à ces artistes précis. »*⁴²

La plateforme se présente en un tableau de bord (Figure 3) avec un accès simplifié sur la monétisation par les *fan-powered royalties*, la distribution sur les autres MSS, les outils promotionnels, tout cela en une unique localisation. En haut de la page sont visibles aussi les décomptes du nombre de streams ainsi que la progression des derniers mois. Il y apparaît aussi les commentaires des auditeurs, les likes et les reposts, ainsi que l'affichage des pays d'accès des auditeurs afin de mettre en exergue une dimension internationale de l'écoute pour l'artiste.

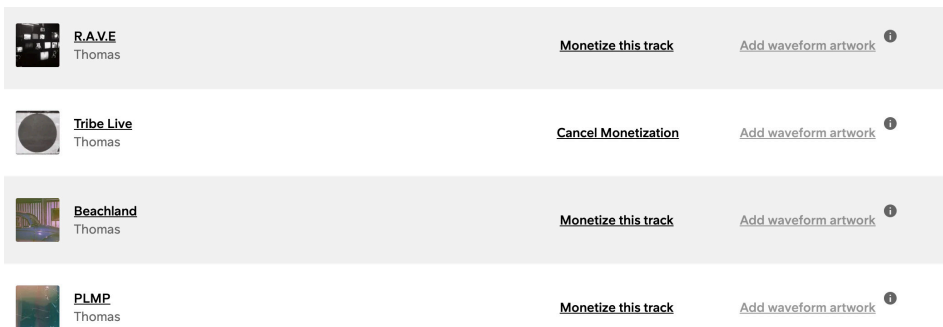


Figure 4 : Menu de monétisation pour les fan-powered royalties.

Les *fan-powered royalties* font partie des dernières fonctionnalités de SoundCloud. Il suffit de cliquer sur « Monétiser ce morceau » (Figure 4) pour que celui-ci rapporte de l'argent. Néanmoins, aucune information n'est donnée par le site sur les *pay-per-stream* et le programme reste encore à ses débuts.

Pour l'instant, SoundCloud reste majoritairement une plateforme de distribution pour les autres plateformes MSS. Les étapes paraissent elles aussi très simples (Figure 5) : il faut d'abord choisir sa musique dans l'espace 'Tracks', ensuite remplir un formulaire 'Details' comprenant le nom, l'image de couverture, le genre (techno, EDM, hip-hop, etc.), le label d'enregistrement (s'il n'existe pas, il faut mettre son propre nom en tant que label), enfin la date de publication. Il est à noter que le site se charge de générer automatiquement un ISRC⁴³ s'il n'y en a pas déjà un existant, ce qui facilite d'autant plus la publication. Ensuite, un nouveau menu s'ouvre, 'Partners', où l'artiste fait le choix des plateformes

42- FAQ SoundCloud.

43- « L'ISRC permet d'identifier de manière unique et permanente les enregistrements sonores et les vidéos musicales. ISRC aide à éviter toute ambiguïté entre les enregistrements et simplifie la gestion des droits lorsque les enregistrements sont utilisés dans différents formats, canaux de distribution ou produits. L'ISRC d'un enregistrement reste un point de référence fixe lorsque l'enregistrement est utilisé sur différents services, au-delà des frontières ou dans le cadre de différents accords de licence. » (<https://isrc.ifpi.org/en/>)

sur lesquelles il veut distribuer sa chanson (Apple Music, Deezer, Spotify, etc.). On dénombre aujourd’hui près de 32 plateformes, de nationalités diverses : américaines, chinoises, coréennes, russes, françaises, etc. La quatrième étape est celle du ‘Profile mapping’ où l’artiste doit référencer son compte Apple Music, Spotify, etc. s’il existe déjà. Si non, il doit créer un profil pour chaque plateforme sélectionnée. Enfin, avant le tout dernier menu ‘Review’, l’artiste doit se donner le droit de « partager facilement les redevances d’un morceau avec d’autres parties prenantes ».⁴⁴

Figure 5 : Seconde étape ‘Détails’ dans le processus de distribution de son morceau via SoundCloud.

Ainsi, la monétisation de SoundCloud se présente comme un processus (soi-disant) simple mais il reste tout de même opaque. En effet, aucune information n’est donnée sur le site sur le *pay-per-stream* et les MSS comme Apple Music et Spotify se réservent le droit de publier ou non. SoundCloud n’est donc pas une plateforme de monétisation mais bien de distribution, d’intermédiaire entre l’artiste et les MSS. De plus, SoundCloud souhaite offrir un large panel de partenaires au sein des services de streaming musical mais ne permet pas nécessairement de publier dans ceux-ci car l’auteur a besoin d’un profil déjà existant dans ces plateformes. Malgré la volonté affichée de SoundCloud d’être une plateforme pour les artistes indépendants, remplissant tous les attributs de distributeur et de diffuseur, gérant ainsi la distribution et la promotion, le site se place finalement plus comme un label par procuration pour les artistes qu’il ne permet directement la monétisation.

« Pour la Jordanie, la plupart des artistes sont tout simplement pauvres [...] et la plupart du temps, beaucoup d’artistes se retrouvent face contre terre

44- SoundCloud.

parce qu'ils ne gagnent pas d'argent. Et c'est ce qui manque à SoundCloud. Tu ne peux pas gagner d'argent avec SoundCloud, les gens doivent donc aller ailleurs. »⁴⁵

Comme le suggérait Mulligan, à travers le service 'SoundCloud for Artists' la plateforme apparaît plutôt « comme un label, identifiant et testant les artistes avant de les déplacer vers le service principal. » (les MSS *mainstream*), et comme « précurseur pour devenir un label de nouvelle génération. »⁴⁶ En effet, SoundCloud veut se placer comme un garant des producteurs indépendants orphelins d'un label et en recherche d'un distributeur. Pourtant, la monétisation reste encore opaque pour les artistes et la plateforme reste une plateforme de découverte et non d'écoute quotidienne comme Apple Music et Spotify. Il est donc difficile, voire impossible, de gagner sa vie seulement sur SoundCloud. Comme je le suggère dans la partie suivante, SoundCloud est une plateforme de sociabilité avant tout et permet aux artistes émergents de se faire connaître et d'être monétisés autrement (merchandising, concerts) :

« Tu ne recevras pas beaucoup d'argent de SoundCloud, mais SoundCloud te donnera beaucoup de fans à travers lesquels tu pourras monétiser et gagner de l'argent en dehors de SoundCloud. Et c'est toute l'idée que les musiciens devraient avoir en tête. »⁴⁷

SoundCloud entre espace numérique et espace physique : promouvoir son image et « se faire un nom » sur la scène locale proche-orientale

« Le rôle des technologies mobiles et des plateformes de médias sociaux signifie que la vie sociale du hip-hop [...] se déroule sur une série de sites en ligne et hors ligne de plus en plus imbriqués. »⁴⁸

Dans son article « Locating Power in Platformization: Music Streaming Playlists and Curatorial Power » qui discute du marché autour des plateformes, notamment Spotify, Robert Prey cherche à rappeler aux chercheurs de regarder au-delà de la plateforme pour comprendre ses implications, notamment dans les pratiques de commercialisation et de sociabilité hors-ligne des artistes. Ian Dunhnam quant à lui, parle de SoundCloud comme présentant un « modèle communautaire » qui « implique l'engagement participatif dans une pratique collective visant à construire des identités collectives. En tant que telles, les communautés sont intrinsèquement capables de s'auto-articuler et de se mobiliser vis-à-vis de la société dans son ensemble ».⁴⁹ Il s'agira ainsi de questionner ce modèle communautaire à l'échelle locale proche-orientale et la

45- Entretien avec HT7, Amman, 19 juillet 2024.

46- MULLIGAN Mark, *op. cit.*

47- Entretien avec Qais Masri, Zoom, 01 août 2024.

48- GOULY Daniel, SoundCloud, Sampling and Sonic Experimentation: Knowledge Transmission in Hip-Hop's Underground, PhD Thesis, The Open University, 2020, p. 149.

49- BAKARDJIEVA Maria, FEENBERG Andrew, "Community Technology and Democratic Rationalization", *The Information Society*, vol. 17, n°3, 2001, p. 182, In. DUNHAM Ian, *op. cit.*, p. 110.

visibilité des profils d'artistes dans l'espace numérique SoundCloud par rapport à l'espace physique social (concerts, soirées) dans le sens suivant : « Alors que la plateformes conduit les producteurs culturels à devenir de plus en plus dépendants des plateformes,⁵⁰ ces plateformes sont, à leur tour, dépendantes d'acteurs « ailleurs ».⁵¹

Selon les mots des fondateurs de SoundCloud, la plateforme était, à sa création, « quelque chose qui permettrait aux artistes de partager et de se connecter à travers la musique »⁵². En effet, SoundCloud bénéficie des mêmes caractéristiques que les plateformes sociales *mainstream* comme Twitter, Instagram, Facebook. On peut aimer des musiques, les repartager, commenter directement les *tracks* à la seconde près de l'écoute ainsi qu'envoyer des messages privés aux artistes dans « un sentiment d'expérience mutuelle partagée ».⁵³ À l'inverse des autres services de streaming musical, la plateforme SoundCloud s'impose comme une plateforme « hautement partageable et hautement sociale »⁵⁴ et instaure une proximité entre artistes et public, notamment pour les producteurs amateurs et semi-professionnels. Quant aux acteurs professionnels de la production musicale, la plateforme serait une « connexion directe avec les fans »⁵⁵ au contraire des autres plateformes comme Spotify, Apple Music ou Deezer qui ne permettent pas ce type d'interactions. Selon Mulligan, SoundCloud est ainsi vue comme « une plateforme mondiale pour atteindre les fans sans intermédiaire ». Pour les artistes émergents de la scène proche-orientale rencontrés lors de mon enquête, il s'agit surtout du premier espace d'activation de leur promotion et de leur visibilité au sein de la scène locale et globale :

« L'endroit où aller en premier est donc SoundCloud. Tu y gagnes un peu en popularité, tu commences à être invité à des soirées, si tu réussis correctement à te commercialiser toi-même. Puis il faut mettre tous tes efforts pour faire des shows et, la plupart du temps, les trois, quatre, cinq premiers shows pour les rappeurs, ils le font. Ils se rassemblent auprès d'amis pour pouvoir réserver une scène et faire un petit concert. Et ils prient Dieu pour que leurs amis amènent plus d'amis afin qu'ils puissent vendre plus de billets et pouvoir se couvrir sans perdre d'argent. Mais ils doivent le faire pour inscrire leur nom sur la scène rap. »⁵⁶

50- NIEBORG B. David, POELL Thomas, « The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity », *New Media & Society*, vol. 20, n°11, 2018, p. 4275-4292.

51- VONDERAU Patrick, « The Spotify effect: Digital distribution and financial growth », *Television & New Media*, vol. 20, n°1, 2019, p. 15; PREY Robert, ESTEVE DEL VALLE Marc, ZWERWER Leslie, « Platform pop: disentangling Spotify's intermediary role in the music industry », *Information, Communication & Society*, vol. 25, n°1, 2020, p. 8.

52- LJUNG Alexander, « A note from Alex Ljung », 6 July 2017. The SoundCloud Blog. <<https://blog.soundcloud.com/2017/07/06/note-alex-ljung/>>.

53- HUBBLES Chris, LEE Jin Ha, McDONALD W. David, *op. cit.*, p. 180.

54- MULLIGAN Mark, *op. cit.*

55- *Ibid.*

56- Entretien avec HT7, Amman, 19 Juillet 2024.

Comme le mentionne le producteur et rappeur palestino-jordanien HT7, cette pratique du partage commence par la plateforme SoundCloud mais relève par la suite de contacts physiques entre les personnes hors de la plateforme, c'est-à-dire qu'elle relève de réseaux locaux déjà existants. Ian Dunham met en avant cette dynamique comme étant une prérogative de SoundCloud qui tend à s'assimiler aux réseaux sociaux *mainstream* : « Un morceau peut gagner en popularité parce que les artistes ont des attentes quant à la manière dont leur comportement façonne la plateforme. Cette stratégie révèle les objectifs de SoundCloud dans leur interaction avec les modèles de communauté et de consommation, là où ils trouvent des points communs avec les médias sociaux conventionnels et là où ils divergent. »⁵⁷ Au même titre que des réseaux sociaux comme Twitter ou Instagram, la communauté numérique de l'artiste dépend aussi et surtout de sa communauté réelle au sein de la société. SoundCloud se présente comme une plateforme de premier échange qui participe à une communauté plus large, locale et physique, comme en témoigne le rappeur Haykal :

« Au début, quand j'ai commencé à sortir en 2012, je parlais aux gens via SoundCloud parce que je n'avais pas de réseaux sociaux en général. »⁵⁸

Dans l'exemple de l'artiste HT7, le site SoundCloud fut d'autant important comme plateforme de premier échange car, comme de nombreux jeunes de Jordanie et du Proche-Orient, l'artiste revenait de plusieurs années d'études aux États-Unis. Au retour de ces études, HT7 a d'abord pris contact via la plateforme afin de faire connaître ses productions notamment grâce aux publications privées (non visibles sur le profil public mais disponible via un lien de téléchargement) qu'il a pu partager en message privé à certains artistes. Ensuite, il a dû passer par des lieux physiques comme les concerts afin de nouer de réels liens avec d'autres artistes et leur public et ensuite partager ses morceaux publiquement sur SoundCloud :

« J'ai dû aller à des petits concerts pour savoir quelle était la scène hip-hop dans laquelle je suis. J'ai commencé à connaître les gens derrière ces profils et ils ont mis un visage à mon nom et maintenant, quand je publie quelque chose sur SoundCloud, ils le re-publient, et leurs fans le verront. »⁵⁹

À l'échelle du Proche-Orient, ces partages locaux révèlent des dynamiques intra-régionales entre producteurs des différents pays du *Bilad al-Sham*. De nombreux artistes palestiniens sont « partagés » en Jordanie, de même que pour des Libanais ou des Syriens. Dans cette localité numérique, Amman figure comme une ville centrale et particulièrement importante car elle permet à ces artistes de se retrouver physiquement :

« Il n'y a pas beaucoup d'artistes à Ramallah qui se rassemblent dans les rues, cela n'arrive presque jamais. À Amman, il y a maintenant du freestyle, du battle rap... »⁶⁰

57- DUNHAM Ian, op. cit., p. 113.

58- Entretien avec Haykal, Zoom, 6 août 2024.

59- Entretien avec HT7, Amman, 19 Juillet 2024.

60- Entretien avec Haykal, Zoom, 6 août 2024.

Comme Haykal, de nombreux artistes palestiniens ont pu me signifier la valeur de la ville d'Amman comme lieu de sociabilité au sein du *Bilad al-Sham*, la Jordanie étant le principal pays pour lequel ils ont des autorisations de voyage⁶¹, et l'apport de SoundCloud comme plateforme de premier échange pour ces artistes. Cela participe entièrement au capital social formulé par la plateforme tournée vers les producteurs qui souhaitent d'une manière ou d'une autre à avoir une visibilité locale sur leur musique.

Cette nécessité de rester en contact physique avec les autres acteurs de la scène, par-delà les frontières régionales, se traduit notamment dans des apports esthétiques entre communautés de goût et communautés de style⁶² en premier lieu, mais aussi dans une proximité sociale qui dépasse celle des réseaux sociaux comme SoundCloud :

*« Tu dois te connecter physiquement à la scène et cela joue aussi en ta faveur car, bien sûr, tu peux être un artiste de chambre et faire toute ta musique depuis ta chambre sans concerts, mais tu ne pourras pas raconter l'environnement de manière créative. »*⁶³

Pour HT7, il s'agit d'abord de se créer un style, une image — à l'aide aussi d'autres réseaux sociaux comme Instagram et Youtube avec des posts et des clips vidéos — mais aussi devoir s'acclimater à la sphère locale de sociabilité afin de rendre compte de l'environnement sonore et culturel dans lequel un artiste développe et concrétise la musique qu'il produit depuis son *home studio*. Cela s'imbrique directement dans la valeur même de chaque musique et donc de l'appartenance de l'artiste à un style qui se veut proche-oriental : « cela implique que, même dans le monde apparemment transnational de la musique électronique et de la distribution en ligne, la production sociale de valeur peut toujours être influencée par des interactions face-à-face localisées et en temps réel. »⁶⁴

Anna Jordanous, Daniel Allington et Byron Dueck rapportent la présence d'une notion de valeur de la musique au sein de la plateforme qui englobe plusieurs aspects comme « l'adéquation, la pertinence, l'utilité, l'exactitude, la valeur et/ou la qualité ». ⁶⁵ Ils mentionnent aussi la créativité comme un mélange de nouveauté

61- Contrairement à Beyrouth où Haykal a pu se rendre une seule fois après 10 ans de demande de visa auprès des autorités israéliennes, ou encore à Damas pour laquelle les séjours sont interdits.

62- Les communautés de goût dans le rap proche-oriental se forment autour d'affinités partagées pour certaines esthétiques sonores, récits collectifs ou enjeux politiques tels que la mémoire, la lutte ou l'exil ; elles traduisent une appartenance affective et socialement située. Les communautés de style, quant à elles, s'articulent autour de gestes, postures et expressions scéniques qui permettent aux artistes de négocier leur identité et leur place dans des collectifs mouvants, souvent transnationaux, révélant une appartenance plus fluide et performative que figée.

63- Entretien avec HT7, Amman, 19 Juillet 2024.

64- JORDANOUS Anna, ALLINGTON Daniel, DUECK Byron, « Measuring cultural value using social network analysis: A case study on valuing electronic musicians », *Proceedings of the 6th International Conference on Computational Creativity*, 2015, p. 112.

65- JORDANOUS Anna, ALLINGTON Daniel, DUECK Byron, « Measuring cultural value using social network analysis: A case study on valuing electronic musicians », *Proceedings of the 6th International Conference on Computational Creativity*, 2015, p. 111.

et de valeur qui doit « apporter une contribution utile qui est valorisée par les autres et reconnue comme une réalisation influente ; perçue comme spéciale »⁶⁶ et dont « le produit final est pertinent et approprié au domaine dans lequel on travaille. »⁶⁷ De même, le producteur palestino-jordanien me faisait part de cette démarche sociale mêlant valeur et créativité au sein de la scène proche-orientale :

« Pour m'accrocher à ces gens, j'ai besoin de connaître leur vie, et comment [...] ils produisent en tant que produit de leur mode de vie. Je n'ai pas besoin de l'intégrer pleinement, mais je peux intégrer certains éléments que je peux avoir et qui m'aident à m'intégrer de plus en plus dans cette communauté. Et cela pourrait être aussi simple que le type de sons de charleston que tu utilises [...] le rythme que tu utilises [...] la façon dont tu prononces un mot. »⁶⁸

Dans le contexte palestinien et proche-oriental, les stratégies esthétiques des musiciens s'élaborent dans un contexte marqué par la discontinuité historique et la dispersion géographique, ce que Haykal qualifie d'« expérience interrompue ».⁶⁹ Cette interruption concerne à la fois la transmission des savoirs traditionnels et la capacité d'accumulation stylistique, contraignant les artistes à se « lancer [...] vers d'autres choses », ⁷⁰ à recomposer à partir de fragments. Dans ce cadre, l'esthétique devient un espace de recomposition où les marqueurs sonores — « le son du charleston détermine s'il s'agit de techno ou de house »⁷¹ — se heurtent à un univers musical où les genres sont hybrides, fusionnés, et où « chanter sur le martyre ou chanter sur la résistance est pleinement et complètement intégré dans la musique ».⁷² Le geste esthétique ne vise donc pas à la pure distinction générique, mais à l'agencement de registres discontinus, inscrivant des formes de résistance dans des traditions festives ou relationnelles.

SoundCloud est ainsi un espace de sociabilité important pour les artistes producteurs et rappeurs du Proche-Orient. La plateforme donne de la visibilité à la musique de l'artiste mais ce dernier doit se créer une image, et celle-ci passe par des échanges physiques au-delà de la sphère numérique. Par exemple, des lieux comme le studio de la radio Al-Atheer à Ramallah ainsi que le Palestinian cultural center sont autant de lieux où les producteurs se rejoignent, produisent et se rencontrent autour de discussions informelles qui mènent généralement à des collaborations entre artistes. À Amman, les espaces de nuit comme *The Village* et sa boîte *Mass* permettent aux artistes et auditeurs de se rejoindre pour les performances de *The Synaptic* ou *Shbash* par exemple.

De ce fait, on peut donc se demander quelle est la part du numérique dans les

66- Ibid.

67- JORDANOUS Anna, op. cit., p. 258.

68- Entretien avec HT7, Amman, 19 Juillet 2024.

69- Entretien avec Haykal, Zoom, 29 janvier 2025.

70- Ibid.

71- Ibid.

72- Ibid.

relations intra-régionales et quelles dispositions nouvelles elle donne en réalité aux artistes pour traverser les frontières. L'exemple de HT7 est d'autant plus probant que, étant d'origine palestinienne, il n'aurait pu s'engager dans une scène palestino-jordanienne sans ses différents allers-retours à Ramallah à la rencontre d'autres artistes palestiniens. Pourtant, SoundCloud reste, selon lui et à ce jour, le premier espace local pour tout artiste voulant intégrer la scène proche-orientale contemporaine. Il est donc important, dans l'étude de ce type de plateforme, de recontextualiser le numérique dans sa localité « tout en s'appuyant sur les tropes traditionnels de localisation et de fidélité au quartier ».⁷³

Lors de notre échange avec Haykal ce dernier a aussi pu me communiquer la nécessité de l'amitié dans ces tropes traditionnelles, notamment sur la base de moments partagés à écouter de la musique, à « traîner » dans les studios et dans les cafés, ainsi que de se voir régulièrement pour créer, produire, improviser de la musique :

« Ma relation avec les gens avec qui je travaille à Ramallah est fondée sur l'amitié, le fait de les connaître depuis un moment et de se voir tous les jours. Et la musique est une chose très mutuelle entre nous. Nous écoutons de la musique ou du freestyle tous les jours pendant de nombreuses années. [...] Donc c'est un jumelage entre l'amitié et la musique. »⁷⁴

Ainsi, ces derniers arguments cherchent à montrer que la plateformesisation numérique doit être pensée par les musiciens en relation avec la localité physique et en temps réel. Ce que suggère aussi Dunham à propos des différentes plateformes d'Internet : « Internet, à savoir ses protocoles et sa pile de technologies avec lesquelles les utilisateurs interagissent généralement, est loin d'être un projet terminé et n'a donc pas « d'impact social dominant unique ».⁷⁵ Les relations peuvent être élargies, expérimentées à l'internationale, partagées dans des contextes de frontières physiques. Or, en ce qui concerne l'attrait de telles plateformes pour les producteurs qui souhaitent partager leur musique et bénéficier d'une aura, il reste difficile d'élargir son cercle. Sans réalité physique, sans amitié pré-existante, une plateforme comme SoundCloud ne peut ainsi fonctionner dans son intégralité numérique.

Conclusion

À travers l'étude des playlists, des modalités de monétisation et de la sociabilité locale propre à SoundCloud, cet article vise à éclairer les différentes strates de la plateformesisation de la musique comme nouvel écosystème de professionnalisation, de visibilité et de création de valeur pour les producteurs au Proche-Orient. L'analyse des usages de la plateforme met en lumière les tensions entre opportunités globales et ancrages locaux, entre logiques algorithmiques et dynamiques communautaires.

73- DUNHAM Ian, *op. cit.*, p. 115.

74- Entretien avec Haykal, Zoom, 6 août 2024.

75- DUNHAM Ian, *op. cit.*, p. 114.

Les playlists, en tant qu'objets numériques éditorialisés, révèlent une articulation complexe entre diffusion locale et circulation transnationale. Elles participent à la construction d'un capital symbolique — reconnaissance, buzz, authenticité — et également à la production d'une valeur potentiellement monétisable. Cela soulève des questions plus larges sur la façon dont les plateformes façonnent aujourd'hui les hiérarchies culturelles et redéfinissent les critères de légitimité artistique. Que signifie être « visible » dans un espace saturé d'offres culturelles où les logiques algorithmiques filtrent et ordonnent les contenus ? Qui décide de ce qui est promu ou invisibilisé, et selon quelle logique ?

La monétisation via SoundCloud illustre l'ambivalence des promesses de l'économie numérique dite « participative » ou « décentralisée ». Si des outils sont mis à disposition pour permettre aux artistes de monétiser leur contenu et de se passer d'intermédiaires traditionnels, ces dispositifs reposent en réalité sur de nouveaux intermédiaires invisibles (algorithmes, partenaires, programmes internes), souvent opaques et difficilement accessibles. Cette dynamique invite à reconsidérer les promesses d'émancipation faites par les plateformes : dans quelle mesure ces dispositifs permettent-ils véritablement un accès élargi au marché musical global, et pour qui ? Quels types de capitaux économiques, sociaux, culturels faut-il mobiliser pour y accéder ?

Enfin, le caractère profondément social de la plateforme rappelle que la création musicale, même lorsqu'elle transite par des circuits numériques, reste enracinée dans des pratiques relationnelles établies. La dimension locale faite de rencontres, d'échanges hors ligne, de performances et de collaborations demeure centrale dans la trajectoire des artistes. Ce constat renvoie à des débats plus larges en sciences sociales sur la matérialité du numérique, l'ancrage spatial des réseaux et les recompositions de la communauté dans des espaces hybrides. Comment penser les plateformes numériques non seulement comme des infrastructures techniques, mais aussi comme des espaces sociaux où se jouent des rapports de pouvoir, de classe et de territorialité ?

En somme, l'étude de SoundCloud au Proche-Orient permet d'interroger de manière plus générale les effets de la plateformes sur les économies culturelles locales, les logiques d'inclusion/exclusion dans les circuits globaux de la visibilité, et la redéfinition des conditions contemporaines de la professionnalisation artistique.

Bibliographie

1. ALLINGTON Daniel, DUECK Byron, JORDANOUS Anna, « Networks of Value in Electronic Music: SoundCloud, London, and the Importance of Place », *Cultural Trends*, vol. 24, n°3, 2015, p. 211-222.
2. CHAN Tracy, « Introducing SoundCloud for artistes our all-in-one platform for artistes », 2021. Available at : <https://community.soundcloud.com/playbook-articles/introducing-the-new-dashboard-on-soundcloud-for-artists>
3. COLEMAN C. Miles, ANTHONY Mark, « Machinic enculturation, copyright bots, and the aesthetics of composing mashups for machines », *Journal of Aesthetics & Culture*, vol. 12, n°1, 2020.
4. COLLET Boris, GARCIA-BARDIDIA Renaud, « Plateformes et supports musicaux: une étude des formes de mise en marché des musiques indépendantes », *Volume!*, 20:1, 2023, p. 77-88.
5. CUSHING Tim, « SoundCloud has given universal music group the ability to directly move content », *TechDirt*, 2 Jul. 2014. Available at: <http://www.techdirt.com/articles/20140702/10252827760/soundcloud-has-given-universal-music-group-ability-to-directly-remove-content.shtml>
6. DUNHAM Ian, « SoundCloud Rap: An investigation of community and consumption models of internet practices », *Critical Studies in Media Communication*, vol. 39, n°2, 2022, p. 107-126.
7. FARRUGIA Rebekah, SWISS Thomas, « Tracking the DJs: Vinyl records, work, and the debate over new technologies », *Journal of Popular Music Studies*, vol. 17, 2005, p. 30-44.
8. FERYN Matthieu, « Scène musicale, locale, culturelle. Études de cas et réflexions sur la notion de scène », *Volume!*, 14:1, 2017, p. 193-194.
9. GOULY Daniel, SoundCloud, Sampling and Sonic Experimentation: Knowledge Transmission in Hip-Hop's Underground, PhD Thesis, The Open University, 2020.
10. HESMONDHALGH David, MEIER M. Leslie, « What the digitalisation of music tells us about capitalism, culture and the power of the information technology sector », *Information, Communication & Society*, vol. 21, n°11, 2017, p. 1555-1570.
11. HESMONDHALGH David, JONES Ellis, RAUH Andreas, « SoundCloud and Bandcamp as Alternative Music Platforms », *Social Media + Society*, vol. 5, n°4, 2019, p. 1-13.
12. HESMONDHALGH David, « Is Music Streaming Bad for Musicians? Problems of Evidence and Argument », *New Media & Society*, vol. 23, n°12, 2021, p. 3593-3615.
13. HUBBLES Chris, LEE Jin Ha, McDONALD W. David, « F#%@ That Noise: SoundCloud as (A-)Social Media? », *80th Annual Meeting of the Association*

- for Information Science & Technology, Washington DC, Oct. 27-Nov. 1, 2017, p. 179-188.
14. JORDANOUS Anna, « A Standardised Procedure for Evaluating Creative Systems: Computational Creativity Evaluation Based on What it is to be Creative », *Cognitive Computation*, vol. 4, n°3, 2012, p. 246-279.
 15. JORDANOUS Anna, ALLINGTON Daniel, DUECK Byron, « Using online networks to analyse the value of electronic music », *Proceedings of the 5th International Conference on Computational Creativity*, 2014.
 16. JORDANOUS Anna, ALLINGTON Daniel, DUECK Byron, « Measuring cultural value using social network analysis: A case study on valuing electronic musicians », *Proceedings of the 6th International Conference on Computational Creativity*, 2015, p. 110-117.
 17. MARSHALL Lee, « 'Let's keep music special. F – Spotify': on-demand streaming and the controversy over artist royalties », *Creative Industries Journal*, vol. 8, n°2, 2015, p. 177-189.
 18. MARSHALL Lee, « Do People Value Recorded Music? », *Cultural Sociology*, SAGE Publications, 13 May 2019.
 19. MUIKKU Jarri, « Pro rata and user centric distribution models: a comparative study », 2017. Available at: http://www.digitalmedia.fi/wp-content/uploads/2018/02/UC_report_final_171213.pdf?utm_campaign=Penny%20Fractions&utm_medium=email&utm_source=Revue%20newsletter
 20. MULLIGAN Mark, « How Soundcloud could transform Deezer's market narrative [Music industry blog] », 4 Jul. 2017. Available at: <https://musicindustryblog.wordpress.com/2017/07/04/how-soundcloud-could-transform-deezers-market-narrative/>
 21. NIEBORG B. David, POELL Thomas, « The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity », *New Media & Society*, vol. 20, n°11, 2018, p. 4275-4292.
 22. NOWAK Raphaël, GLEVERAC Hervé, « La valeur de la musique », *Volume!*, 20:1, 2023, p. 7-17.
 23. SOUNDCLOUD, « Introducing Buzzing Playlists: from first fans to fan-power playlists », 2024. Available at : <https://community.soundcloud.com/playbook-articles/introducing-buzzing-playlists-from-first-fans-to-fan-powered-playlists>
 24. PREY Robert, « Locating Power in Platformization: Music Streaming Playlists and Curatorial Power », *Social Media + Society*, vol. 6, n°2, 2020.
 25. PREY Robert, ESTEVE DEL VALLE Marc, ZWERWER Leslie, « Platform pop: disentangling Spotify's intermediary role in the music industry », *Information, Communication & Society*, vol. 25, n°1, 2020, p. 74-92.
 26. PUIG Nicolas, « Composer avec... Sampling et références sonores dans le travail d'un artiste palestinien au Liban », *Volume!*, 14, 2017, p. 37-49.

27. REED J. Darren, « Performance and interaction on SoundCloud: Social remix and the fundamental techniques of conversation », *Journal of Pragmatics*, vol. 115, 2017, p. 82-98.
28. ROQUEBERT Corentin, « Le capital social des rappeurs: les featurings entre gain de légitimités et démarche d'authentification professionnelle », *Volume!*, 17:2, 2020, p. 61-81.
29. VONDERAU Patrick, « The Spotify effect: Digital distribution and financial growth », *Television & New Media*, vol. 20, n°1, 2019, p. 3-19.
30. WALFISH Gregory, « How much does Spotify pay per stream in 2024 », *xposuremusic*, 2024, Available at: <https://info.xposuremusic.com/article/spotify-pay-per-stream#:~:text=The%20pay%2Dper%2Dstream%20system,streams%20in%20a%20given%20timeframe>

ملخص | يبحث هذا المقال في دور منصة ساوند كلاود في بناء مسيرة مهنية لمغني الراب والمنتجين المستقلين في الشرق الأوسط، لا سيما في الأردن وفلسطين. واستنادًا إلى دراسة استقصائية إثنوغرافية أجريت بين عمّان والقدس، يحلل الكاتب كيفية استخدام الفنانين لهذه المنصة للترويج لأنفسهم وتوزيع موسيقاهم وخوض غمار النظام البيئي الموسيقي الرقمي. تعتمد الدراسة على أبحاث في مجال الموسيقى الشعبية وعلى تحليل المنصات الرقمية للنظر في ثلاثة مجالات رئيسية. يتعلق المجال الأول بالظهور، من خلال أدوات التوصية وقوائم التشغيل التي توفرها ساوند كلاود، والتي تقدم شهرة محلية ودولية. أما المجال الثاني فيتناول أشكال تحقيق الربح التي وضعتها المنصة، مثل برنامج حقوق الملكية الذي يدعمه المعجبون، والصعوبات التي يواجهها الفنانون في الاستفادة من أدوات التوزيع. أما المجال الثالث فيستكشف الأبعاد الاجتماعية لساوند كلاود، كمساحة رقمية تشجع التفاعل الفني، وأيضًا فيما يتعلق بالممارسات الفعلية (الحفلات الموسيقية والحفلات والتعاون) الخاصة بمشهد الراب الإقليمي. يبحث المقال في طرق استخدام ساوند كلاود في سياق الوصول غير المتكافئ إلى الموارد الثقافية والاقتصادية والتقنية. ويسعى إلى فهم كيفية عمل المنصة كرافعة محتملة للاعتراف بالنسبة للفنانين الذين يعملون خارج الدوائر المهيمنة، مع ربط المنطق الرقمي بديناميكيات المشهد المحلي في بلاد الشام.

الكلمات المفتاحية | ساوند كلاود، منصات الموسيقى، الشرق الأوسط، فلسطين، الراب.

Thomas Michel est doctorant en anthropologie à l'Université Paris Cité et allocataire d'une bourse de mobilité à l'Institut Français du Proche-Orient à Jérusalem. Il mène actuellement ses recherches dans le cadre d'une thèse sur le rap en Palestine et au Proche-Orient. Il s'intéresse particulièrement à l'impact des nouvelles technologies de production, de communication et de diffusion dans la musique rap et comment celles-ci restructurent les frontières et les identités de la région.