

Géographie des cultures populaires

publics, pratiques, objets

Numéro coordonné par Hovig Ter Minassian et Louis Dupont

La revue *Géographie et Cultures* lance un appel à textes sur le thème des cultures populaires, en tant qu'objet d'étude et phénomène de société, et sur les expressions et manifestations de ces cultures. Longtemps négligées, parfois méprisées, elles sont désormais au cœur d'un nombre croissant de travaux en géographie, notamment du fait du développement de la géographie culturelle, même si tous ces travaux n'assument pas explicitement la dimension populaire de leur objet d'étude (Dittner 2010). Les récentes assises de la recherche sur les cultures populaires et médiatiques (2018)¹ témoignent d'ailleurs de l'intérêt porté par les chercheurs à cet objet, selon des approches plurielles (sociologie, littérature, esthétique etc.) qui tendent cependant à laisser de côté la dimension spatiale de ces pratiques. C'est pourquoi ce numéro propose d'aborder les cultures populaires à travers leurs publics, leurs pratiques et leurs objets.

ARGUMENTAIRE

On entend ici le terme de « cultures » au sens large, c'est-à-dire les biens culturels mais aussi les pratiques et les discours qui les sous-tendent. L'appel à textes invite également à considérer le terme de « populaire » dans son double sens, c'est-à-dire à la fois comme une culture très répandue et partagée, mais aussi comme marqueur d'appartenance à certains groupes sociaux. Ainsi posées, les cultures populaires n'ont pas été des plus... « populaires » auprès des géographes et même de la géographie culturelle et sociale, si l'on s'en tient par exemple aux mots-clés « géographie » et « culture(s) populaire(s) » dans les principales bases données et dans les revues nationales de géographie. Dans *Géographie et Cultures*, par exemple, le n° 16 (hiver 1995) est le premier de la revue à aborder la question des « traditions populaires » en liens avec les écomusées ; le numéro 30 (printemps 2000) est l'un des rares qui fait apparaître l'expression dans le titre d'un numéro spécial *Témoignages géographiques et cultures populaires*. Dans les articles qu'ils contiennent, comme c'est le cas pour d'autres espaces de publication, le positionnement théorique sur les cultures populaires dans les sociétés contemporaines est ambigu. Il n'est jamais discuté en soi comme phénomène social et les cultures populaires se confondent, sinon se confrontent, à la « culture de masse », à la « culture savante », à la « culture traditionnelle », à la « culture folklorique » ou même encore à la « culture ouvrière ». Et ce quand elles ne sont pas perçues comme le fait d'un envahissement d'une culture américaine hégémonique. La géographie anglo-américaine, du reste, s'y est penchée davantage, plus tôt et avec d'autres débats. Dans les années 1970, la *Humanistic geography*, par exemple, a développé un intérêt pour des sujets « populaires », tels les cimetières, la musique, le sport, la mode, etc. Dans l'ombre portée de Zelinski (1973), un pionnier en la matière, les géographes restaient néanmoins focalisées sur le monde rural, les régions et les *folk societies* (mélange de culture populaire et de culture « ethnique » folklorisée). Différemment et plus près de la géographie culturelle, l'ouvrage dirigé par Meinig (1979) s'intéresse aux cultures populaires dans leur dimension ordinaire, sensible aux espaces du quotidien, en focalisant sur la culture matérielle et ses représentations. Ses contributeurs focalisent sur la région, mais aussi sur les paysages « vernaculaires » de l'espace urbain, utilisant la musique et les récits oraux populaires comme source d'information. Malgré ces antécédents, Burgess et Gold s'en prennent en 1985 à la

¹ Assises de la recherche : cultures populaires et médiatiques, octobre 2018 (<https://cpm2018.hypotheses.org/>).

« nouvelle géographie culturelle », la jugeant trop élitiste dans ses approches et objets d'étude, et proposant une sorte de tournant culturel populaire.

Ces débats et ces catégories semblent aujourd'hui en bonne partie dépassés. Sous l'effet du tournant culturel, depuis les années 1980, la géographie sociale et culturelle a très largement diversifié ses thèmes et objets d'étude. Dans la foulée, se développe assez rapidement un intérêt pour des sujets et approches plus en phase avec les cultures populaires. En témoigne en France la multiplication récente de thèses et de travaux explorant différentes formes de cultures et de loisirs populaires : le cyberspace et la science-fiction (Henri Desbois 2011), les bandes dessinées (Dornon 1984 ; Champigny 2010), les romans policiers (Rosemberg 2007), la littérature populaire (Montabone 2009) ; les séries télévisées² ; différents courants musicaux comme la musique électronique (Benadbellah 2017), le hip hop (Guillard 2017) ; le football (Augustin et Gaubert 2017), mais aussi la pétanque (Ruffié et al. 2012), les espaces ludiques (Borzakian 2012), la visite au zoo (Estebanez 2010) ou au musée (Hertzog 2004), en passant par les jeux vidéo (Rufat et al. 2014), la danse (Raibaud 2015) et le tour de France (Fumey, 2006), pour n'en citer que quelques-uns³.

Comme on peut le voir, les manifestations des cultures populaires intéressent désormais les géographes, sans toutefois être au cœur du positionnement théorique ou des problématisations. On peut même poser que le glissement vers les cultures populaires se fait d'abord à partir de catégories ou thèmes culturels souvent marqués du sceau de la « haute culture » ou de la « culture savante ». Traditionnellement les recherches sur les pratiques culturelles des groupes populaires ont été plutôt portées par la sociologie, avec d'une part, comme le résume Bernard Lahire, une sociologie de la consommation culturelle attentive aux inégalités d'accès à la culture et aux logiques de distinction et de domination dans les pratiques culturelles, et de l'autre une sociologie de la réception attachée à décrire la variété des pratiques et des expériences d'appropriation des biens culturels, selon les catégories d'âge, de population, de sexe mais aussi les contextes de consommation culturelle (Lahire, 2009). Parmi ces recherches, la dimension spatiale reste cependant peu explorée.

ESPACE, CULTURE POPULAIRE ET CULTURES POPULAIRES

Sans tomber dans le misérabilisme social, ce numéro de *Géographie et cultures* s'efforcera donc de sortir d'une vision légitimiste qui peut parfois opposer cultures d'élites et cultures populaires, accordant plus d'importances aux premières (et à leurs lieux d'expression) qu'aux secondes : l'opéra plutôt que le bar PMU, la musique classique plutôt que le lotto de village. Partant de ce constat, le numéro sur la « géographie des cultures populaires » invite à soumettre des contributions sur les publics, les pratiques et les objets des cultures populaires, suivant trois principales pistes de réflexion, bien entendu non exhaustives :

1/ Les disparités géographiques des cultures populaires : dans la continuité des travaux de géographie du sport, les auteur.es sont invité.es à proposer des travaux sur les spécificités locales, régionales, voire nationales de certaines cultures ou pratiques culturelles populaires, sur leur ancrage territorial et les logiques de circulation, les ressorts de leur diffusion, mais aussi le rôle joué par ces cultures dans la fabrique d'identités territoriales. À rebours d'une vision uniformisante de la mondialisation culturelle, les travaux analysant les « résistances »

² Pas de doctorat, mais des mémoires de géographie et un Café géographique, dont le compte rendu contient une bibliographie : <https://cafe-geo.net/les-series-tv-miroirs-obscur-de-la-geographie-urbaine/>

³ Dans la géographie anglo-américaine, Tristan Sturm propose une excellente bibliographie dans *Geography and popular culture*, Oxford Bibliographies in Geography, Oxford University Press, 2013.

locales de certaines cultures sont également bienvenus, entre réinterprétations, hybridations ou à l'inverse leur abandon.

2/ *La dimension spatiale comme condition d'expérience des cultures populaires* : quelles sont les conditions spatiales mais aussi sociales d'expérience et d'appropriation des cultures populaires ? Lorsque le mobilier urbain devient dispositif de jeu pour les sports de glisse urbaine (skate, rollers etc.), les places publiques des salles d'entraînement pour les danseurs ou les adeptes du *parkour*, les transports publics des lieux d'écoute musicale et de pratiques vidéoludiques, dans quelle mesure certaines de ces pratiques culturelles viennent brouiller les catégories spatiales traditionnelles (lieu de travail, lieu de résidence, lieu de loisirs), la coupure entre le public et le privé ? Les travaux seront attentifs à la description et l'analyse des lieux de ces pratiques : le musée, le théâtre, le comptoir du café, la salle de jeux d'arcade etc.

3/ *La dimension populaire des espaces des pratiques* : en quoi ces espaces participent à la définition tant des pratiques culturelles qu'à l'appartenance à des groupes, des communautés, et quels sont les enjeux, les tensions, les affrontements parfois, en termes de rapport de genre et de classe ? Quel(s) rôle(s) jouent ces lieux (la MJC de quartier, le café des habitués, le foyer rural, le local associatif etc.) dans la structuration d'une identité culturelle et sociale, à la fois comme lieu de partage et de diffusion d'une culture, et structuration d'un sentiment d'appartenance à une communauté et à un espace (parfois exacerbé lorsque ces mêmes lieux sont menacés de disparition et suscitent des mobilisations en vue de leur défense) ?

4/ *Les cultures populaires : un outil pédagogique ?* Le physicien James Kakalios de l'université du Minnesota donnait en 2016 une conférence à l'université de Stanford intitulé « *Everything I Know About Science I Learned from Reading Comic Books* »⁴. Il expliquait s'appuyer en cours sur les super héros comme l'Araignée et Superman, défendant ainsi l'idée que les objets de culture populaire pouvaient tout autant que les autres servir de support d'apprentissage formel et informel. Morgan quant à lui (2001) constatait l'écart qui se creuse entre le capital culturel de ses étudiants, baignés de cultures populaires, et les thèmes et les approches de la culture géographique universitaire, à son avis plus élitaire que populaire. Il proposait de placer les cultures populaires au cœur de l'éducation géographique, pour en faire un « outil heuristique » permettant aux étudiants de mieux comprendre le monde et les dynamiques sociales, notamment dans le contexte de la mondialisation. Les travaux réflexifs interrogeant la place des cultures populaires dans les modes et les thèmes des enseignants (du primaire à l'université) sont les bienvenus.

Ces pistes de réflexion ne sont bien sûr pas exhaustives et la revue acceptera toute proposition empiriquement fondée qui s'inscrira dans la thématique de ce numéro. L'appel à texte est ouvert à tous travaux émanant d'autres disciplines que la géographie, dès lors que l'approche spatiale et le rapport à l'espace feront l'objet d'une attention particulière.

RÉFÉRENCES

Augustin J. P., Gaubert V. (dir.), 2017, « Football et géographie », n° spécial de la revue *Géographie et Cultures*, n° 104.

⁴ <https://photonics.stanford.edu/events/uncanny-physics-superhero-comic-books>

- Benabdellah A., 2017/1, « Détroit, ville techno : analyse musicale et géographique d'une ville noire en pleine mutation », *L'information géographique*, p. 68-85.
- Borzakian M. (dir.), 2012, « Les espaces ludiques », n° spécial de la revue *Géographe et Cultures*, n° 82.
- Burgess J. A., Gold J. R. (eds.), 1985, *Geography, the media and popular culture*, London, Croom Helm.
- Champigny J., 2010, *L'espace dans la bande dessinée*, Thèse de doctorat en géographie, Université Paris-Diderot.
- Dittner J., 2010, *Popular culture, geopolitics and identity*, Londres, Rowmand and Littlefield Pub.
- Desbois H., 2011, « Cyberspace : retour sur un imaginaire géographique », *Carnets de géographes*, n° 2.
- Desbois H., Gervais-Lambony P., Musset A., 2016, « Géographie : la fiction "au cœur" », *Annales de géographie*, vol. 709-710, n° 3, p. 235-245.
- Dornon D., 1984, *Espace et bandes dessinées. L'émergence d'un mythe de la ville (1976-1982)*, thèse de doctorat en géographie, Université Toulouse 2.
- Estebanez J., 2010, « Le zoo comme dispositif spatial : mise en scène du monde et de la juste distance entre l'humain et l'animal », *L'Espace géographique*, vol. 39, n° 2, p. 172-179.
- Fumey, F., 2006, « Le Tour de France ou le vélo géographique », *Annales de géographie*, vol. 650, n° 4, p. 388-408.
- Guillard S., 2017/1, « "Getting the city on lock" : imaginaires géographiques et stratégies d'authentification dans le rap en France et aux États-Unis », *L'information géographique*, p. 102-123.
- Hertzog A., 2004, *Là où le passé demeure : les musées de Picardie, étude géographique. Une contribution à l'étude géographique des lieux de mémoire*, thèse de doctorat en géographie, université Paris-Diderot.
- Lahire B., 2009/1, « Entre sociologie de la consommation culturelle et sociologie de la réception culturelle », *Idées économiques et sociales*, n° 55, p. 6-11.
- Meinig D. W. (ed.), 1979, *The interpretation of ordinary landscapes. Geographical essays*, New York, Prentice Hall.
- Montabone B., 2009, « Harry Potter : la magie des lieux dans un monde discontinu », *Géographie et Cultures*, n° 68, p. 99-114.
- Morgan J., 2001, « Popular culture and geography education », *International Research in Geographical and Environmental Education*, vol. 10, n° 3, p. 284-297.

Raibaud Y. (dir.), 2015, « Géographie de la danse », n° spécial de la revue *Géographie et Cultures*, n° 95. p.

Rosemberg M. (dir.), 2007, « Le roman policier », n° spécial de la revue *Géographie et Cultures*, n° 61.

Rufat S., Ter Minassian H., Coavoux S., 2014, « Jouer aux jeux vidéo en France. Géographie sociale d'une pratique culturelle », *L'Espace géographique*, vol. 43, 2014, n° 4, p. 308-323.

Ruffié S., Ferez S., Mercellini A., 2012, « La pétanque à Pondichéry », *Géographie et cultures*, n° 82, p. 77-95.

Zelinski W., 1973, *The cultural geography of the United States*, New York, Oxford University Press, 204 p.

Modalités de soumission et d'évaluation

Les articles (entre 35 000 et 50 000 signes maximum, bibliographie incluse) sont à soumettre à la rédaction de la revue *Géographie et cultures* (gc@openedition.org) au plus tard le **25 avril 2019**.

Les instructions aux auteur.e.s sont disponibles en ligne : <http://gc.revues.org/605>

Les articles seront évalués en double aveugle.