

## Introduction

Hovig Ter Minassian et Louis Dupont

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/gc/12532>

DOI : [10.4000/gc.12532](https://doi.org/10.4000/gc.12532)

ISSN : 2267-6759

### Éditeur

L'Harmattan

### Édition imprimée

Pagination : 5-14

ISBN : 978-2-343-21033-9

ISSN : 1165-0354

### Référence électronique

Hovig Ter Minassian et Louis Dupont, « Introduction », *Géographie et cultures* [En ligne], 111 | 2019, mis en ligne le 27 novembre 2020, consulté le 08 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/gc/12532> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/gc.12532>

---

---

# Introduction

Hovig Ter Minassian et Louis Dupont

---

- 1 Le comité éditorial de la revue a accepté et publié un appel à textes sur le thème des cultures populaires. Sa raison d'être découlait d'un constat et de trois questionnements sur les rapports entre espace, culture et société. Le constat était le suivant : en géographie culturelle et sociale, les cultures populaires n'ont pas été des plus... populaires, si l'on s'en tient par exemple aux mots-clés « géographie » et « culture(s) populaire(s) » dans les principales bases de données et dans les revues nationales de géographie. Faisons ici notre autocritique : dans *Géographie et cultures*, il faut attendre le n° 16 (hiver 1995) pour aborder pour la première fois la question des « traditions populaires » en lien avec les écomusées. Le numéro 30 (printemps 2000) est l'un des rares de notre revue à faire apparaître l'expression dans le titre d'un numéro spécial intitulé « Témoignages géographiques et cultures populaires ». Dans les articles qu'ils contiennent, comme c'est en réalité 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 encore à la « culture ouvrière ». Et ce quand elles ne sont pas négativement perçues comme le fait d'un envahissement d'une culture américaine hégémonique, fer de lance d'une standardisation et d'une américanisation de la culture de la « Vieille Europe ».
- 2 Le premier questionnement concerne justement les recherches sur les cultures populaires en tant qu'objet d'étude en géographie ou dans une perspective géographique ; le deuxième s'interroge sur l'usage des cultures populaires pour aborder ou revisiter des phénomènes sociaux qui, au point de départ, sont considérés à partir d'autres prémisses ou abordés par d'autres problématiques ; la troisième, qui recoupe les deux premières, pose directement la question de savoir si on peut faire de la géographie en partant des pratiques culturelles les plus populaires auprès de nos étudiants. Les textes reçus répondent de façon directe ou indirecte à ces questionnements. Globalement, ils abordent des phénomènes de cultures populaires ou problématisent des phénomènes sociaux, au sens large du thème, à l'aide d'une

problématisation au cœur de laquelle se situent les cultures populaires. La qualité, la diversité et le nombre de textes reçus permettent à la revue de publier deux numéros.

## La culture populaire comme outil pédagogique

- 3 Le physicien James Kakalios de l'Université du Minnesota donnait en 2016 une conférence à l'Université de Stanford intitulée « *Everything I know about science I learned from reading comic books* »<sup>1</sup>. Il expliquait s'appuyer en cours sur les superhéros comme l'Araignée et Superman, défendant ainsi l'idée que les objets de culture populaire pouvaient servir de support d'apprentissage formel et informel. De la physique à la géographie, les imaginaires sont aujourd'hui produits tout autant sinon plus, en dehors des salles de classe ou des amphis d'université, qu'en dedans. Ils se nourrissent désormais de la littérature, des médias, de la télévision, du cinéma, mais aussi des jeux vidéo, des pratiques spatiales, alimentaires, et culturelles de masse. John Morgan (2001) constatait il y a quelques années déjà l'écart croissant entre le capital culturel de ses étudiant.es, baigné.es 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.
- 4 Récemment, pour un cours de première année de licence intitulé « Médias et géographie », nous avons justement fait travailler les étudiant.es sur une photographie d'un artiste brésilien illustrant les inégalités sociospatiales à Sao Paulo. Nous leur avons ensuite demandé de citer une œuvre de fiction qu'ils pourraient mettre en relation avec le message de cette photographie. Sur les 59 différentes œuvres proposées, les réponses les plus fréquentes, avec huit occurrences chacune, ont été *Slumdog Millionaire* (Danny Boyle, 2008) et *Elysium* (Neill Blomkamp, 2013), c'est-à-dire un blockbuster au succès international et un film de science-fiction. Au total, près de la moitié des réponses portaient sur des œuvres de fantasy (*Game of Thrones*), de science-fiction (*Snowpiercer*), des adaptations de manga (*Alita Battle Angel*) ou de comics (*Gotham*), sur des supports relativement variés (cinéma, séries télévisées, romans). On pourrait s'étonner que nos étudiant.es de première année aient été si nombreux à être allés chercher des œuvres de science-fiction ou de *fantasy* pour illustrer les inégalités sociospatiales, même si Victor Hugo et Émile Zola ont été proposés (une fois chacun). Peut-être ont-ils justement trouvé plus aisé de mettre en relation ce dont il était question dans la photographie, non pas avec les fondements théoriques de la géographie sociale et ses principales références scientifiques, dont la plupart découvraient encore l'existence, mais avec des produits culturels populaires qu'ils consommaient de manière régulière.
- 5 Les amateurs de ces genres littéraires ou cinématographiques seront peu surpris. Des thèmes aussi sérieux que la ségrégation ou les inégalités y sont en réalité des motifs assez récurrents, et la science-fiction a souvent pris le rôle de miroir déformant, ou plutôt grossissant, de la réalité, pour mieux la dénoncer. *Le meilleur des mondes* de Aldous Huxley, *1984* de George Orwell, ou *Fahrenheit 451* de Ray Bradbury n'en sont que quelques exemples. Plusieurs géographes ont d'ailleurs montré qu'en dépeignant des mondes fictionnels issus des cultures populaires, les auteurs de science-fiction souhaitaient souvent parler de nos propres sociétés. Ainsi, *Star Wars* est pour Alain

Musset l'occasion d'évoquer la ségrégation verticale et l'urbanisation galopante (2005), et les « géo-fictions de l'apocalypse » lui permettent de montrer les grandes angoisses de notre monde contemporain liées aux catastrophes naturelles, technologiques, pandémiques, etc. (Musset, 2012). Il ne serait d'ailleurs pas inutile de relire certains ouvrages de fantastique ou de science-fiction comme *World War Z* (Max Brooks, 2009) ou *Silo* (Hugh Howey, 2013) à l'aune de l'épidémie de Covid-19. Manouk Borzakian s'est quant à lui attaqué à un large corpus de films et de séries télévisées pour montrer comment la figure du zombie servait à mettre en scène et dénoncer le racisme, la xénophobie, la ségrégation, la société de consommation ou encore l'idéologie sécuritaire. Il souligne ainsi que cette créature mort-vivante « oblige les groupes à repenser leur attitude face à l'altérité, entre rejet et acceptation, haine et empathie » (Borzakian, 2019, p. 22). On pourrait également citer l'analyse par Thomas Michaud de la dystopie urbaine imaginée par Robert Silveberg dans *Les monades urbaines* (Michaud, 2017) et d'autres encore. Il en ressort une richesse – encore à explorer – des représentations spatiales à l'œuvre dans ces objets de cultures populaires et leur potentiel de production d'imaginaires géographiques partagés, qui contraste avec la relative rareté, jusqu'à récemment, des travaux de géographie qui leur sont directement consacrés.

## Cultures populaires et objet d'étude en géographie

- 6 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, selon les catégories d'âge, de population, de sexe, mais aussi les contextes de consommation culturelle (Lahire, 2009). Les récentes assises de la recherche sur les cultures populaires et médiatiques (2018)<sup>2</sup> 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 l'ambition de ce numéro que de proposer quelques pistes d'analyse d'une géographie des cultures populaires à travers leurs publics, leurs pratiques et leurs objets.
- 7 Pour une grande partie des géographes « culturels », la culture est un système signifiant visant à rendre le monde intelligible (Mitchell, 1995). Serait-il possible de se pencher et rendre compte des tensions existantes dans nos sociétés à partir des cultures populaires, des représentations qu'elles produisent, des émotions qu'elles suscitent, des pratiques qu'elles entraînent, voire de la récupération dont elles font l'objet ? Ceci invite bien entendu à tenter de définir le terme même de « populaire », tout en ayant à l'esprit que « les risques d'essentialisation de la notion [...] sont, en matière de culture, particulièrement nombreux » (Pasquier, 2005, p. 66). D'une part, on peut entendre populaire comme ce qui est du côté des dominé.es, de celles et ceux qui sont en bas de la hiérarchie sociale. Dans un numéro spécial de la revue *Espaces et sociétés* consacré aux « pratiques populaires de l'espace », Sauvadet et Bacqué rappellent que le terme « renvoie ici à des milieux sociaux qui se trouvent au bas de l'échelle sociale structurée par la division du travail. [...] Les usages de l'espace seraient

spécifiquement “populaires” à partir du moment où ils se démarqueraient de ceux des milieux sociaux supérieurs » (Sauvadet et Bacqué, 2011, p. 7). Le deuxième sens au terme de populaire, qui n’est pas nécessairement incompatible avec le précédent, est celui de populaire au sens de largement partagé, connu du plus grand nombre. Sauvadet et Bacqué rappellent encore que « les milieux populaires jadis incarnaient “le Peuple” du fait qu’ils représentaient la très large majorité de la population » (Sauvadet et Bacqué, 2011, p. 7). Et c’est peut-être justement parce qu’elles sont largement partagées, y compris des classes les plus modestes, que ces cultures populaires sont parfois regardées de haut, voire pire.

- 8 La géographie anglo-américaine s’est penchée relativement tôt sur les cultures populaires et avec d’autres débats. Dès les années 1970, la *humanistic geography* 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 cependant focalisés sur le monde rural, les pratiques culturelles dites « régionales » 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 se penchent 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.
- 9 Cependant, comme le rappelle John Morgan, cette géographie culturelle des années 1970 et 1980 n’a globalement pas échappé à un certain désintéressement, voire une certaine condescendance pour la culture de masse, qui l’a empêché de porter le regard sur des objets de culture populaire, ou alors avec une posture souvent misérabiliste. Il prolonge les critiques déjà présentes dans l’ouvrage collectif *Geography, the media and popular culture* (Burgess et al., 1985). Les géographes du tourisme rappellent également que le phénomène « tourisme » et particulièrement le « tourisme de masse » a fait l’objet d’une même condescendance. Soit négligé, soit étudié comme une activité néfaste, il a rarement, jusqu’à récemment, été abordé sous l’angle de l’expérience touristique et selon des approches plus compréhensives et attentives à ce que « fait » le tourisme de masse à celles et ceux qui le pratiquent ou qui en vivent (Équipe MIT, 2008). À cette génération de travaux de géographie culturelle, Morgan oppose, à partir des années 1980, une « nouvelle géographie culturelle » beaucoup plus ouverte sur l’étude des nouvelles cultures médiatiques et les cultures populaires de la « vie quotidienne » (Morgan, 2001, p. 288). Sous l’effet du tournant culturel des années 1980, la géographie sociale et culturelle a ainsi largement diversifié ses thèmes et objets d’étude, plus en phase avec les cultures populaires. On citera notamment l’influence du *Centre for Contemporary Cultural Studies* de l’Université de Birmingham, dont les travaux ont souvent pour point de départ la culture comme forme de résistance face à la culture dominante par le biais de réappropriations et de détournement (sous-culture, culture alternative, etc.) (Cosgrove et Jackson, 1987).
- 10 On pourrait cependant faire l’hypothèse, qui mériterait d’être testée par un travail d’analyse bibliométrique plus systématique, que le glissement vers les cultures populaires s’est fait d’abord à partir de catégories ou thèmes culturels souvent marqués du sceau de la « haute culture » ou de la « culture savante ». Associée à la difficulté à définir le terme de culture, cette tendance a amené certains géographes comme Don

Mitchell à affirmer que la « culture » n'existe pas en tant que telle et, dans une lecture par les rapports de domination, qu'elle n'était au fond qu'un moyen « of attempting to order, control and define "others" in the name of power and profit » (Mitchell, 1995, p. 104). En bref, la culture ne serait rien d'autre qu'un outil pour nommer, classifier, distinguer le « nous » et le « eux », à travers « l'idée de culture », de ce qui serait « de la culture », et de ce qui n'en serait pas.

## Une vitalité renouvelée des travaux sur les cultures populaires

- 11 Ce tableau, que nous restituons ici à traits grossiers, ne saurait résumer évidemment la richesse des différents courants de géographie culturelle et leur relation aux cultures dites populaires. Longtemps négligées, parfois méprisées, les cultures populaires sont désormais au cœur d'un nombre croissant de travaux en géographie, même si tous ces travaux n'assument pas explicitement la dimension populaire de leur objet d'étude (Dittner, 2010). Pour en revenir au cas français, la multiplication récente de thèses et de travaux explorant différentes formes de cultures et de loisirs populaires montre la vitalité renouvelée de ces approches : le cyberspace et la science-fiction (Desbois, 2011), les bandes dessinées (Dornon, 1984 ; Champigny, 2010), les romans policiers (Rosemberg, 2007), la littérature populaire (Montabone, 2009) ; les séries télévisées<sup>3</sup> ; 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-uns.
- 12 L'ambition de ce numéro de *Géographie et cultures* est de prolonger ces réflexions par différents articles qui explorent la dimension spatiale des cultures populaires, sans tomber ni dans le misérabilisme ni dans le populisme, comme y invitaient déjà Grignon et Passeron (1989). Ce premier volume rassemble des textes qui entrent dans les cultures populaires par leurs pratiques et leurs représentations. Ils ont en commun d'interroger les processus de réappropriation d'éléments culturels, sinon disqualifiés ou délégitimés, du moins peu valorisés voire parfois déclassés (la « culture de banlieue », les séries télé, les bandes dessinées, les chants de supporter, etc.) ; et de montrer la fabrique des identités socioculturelles par le faire (aller au stade, aménager son logement, valoriser le patrimoine culturel local).
- 13 Étudiant les sorties en montagne proposées par des structures socioculturelles de type MJC à de jeunes des quartiers populaires de Grenoble, Léa Sallenave montre comment ces occasions de sortir ces adolescent.es de leur ordinaire sont aussi vécues comme des moments de confrontation à des espaces, des représentations et des pratiques associées aux classes dominantes. Léa Sallenave rappelle que c'est aussi l'occasion pour ces jeunes habitant.es grenoblois.es de s'approprier à leur façon la culture des espaces montagnards, et de s'interroger sur l'identité « populaire » à laquelle on les assigne, entre condescendance de la part des organisateurs et exhortation au goût de l'effort.
- 14 Les cultures populaires adolescentes sont aussi au cœur du second texte, proposé par Christophe Meunier, qui porte sur l'adaptation en série télévisée diffusée sur Netflix du

roman *Thirteen Reasons Why* (Jay Asher, 2007). Objet de culture populaire, au vu du succès du livre et de sa version à l'écran, c'est aussi une œuvre sur la culture populaire d'un groupe d'adolescent.es d'une banlieue plutôt blanche et plutôt aisée d'une ville moyenne américaine. À partir d'une « carte mentale » du récit, Christophe Meunier propose de lire les territorialités adolescentes (lieux de résidence, lieux fréquentés, mobilités, etc.) comme la manifestation d'une crise sociospatiale qui exprime le désarroi, voire la souffrance d'une catégorie des protagonistes, confrontés à l'univers social dans lequel ces adolescent.es et jeunes adultes naviguent.

- 15 Du roman adapté en série à la bande dessinée, Simone Gamba nous propose de décentrer notre regard sur les objets de la culture populaire en analysant un corpus d'œuvres dessinées par des auteurs musulmans ou mettant en scène des héros et superhéros d'origine musulmane. C'est pour Simone Gamba l'occasion de montrer comment certains produits culturels trop aisément associés à une culture « occidentale » (la bande dessinée européenne, les *comics* américains) font l'objet d'une réappropriation culturelle dans d'autres régions du monde, mais aussi le rôle que peuvent jouer ces produits de la culture populaire, pour leur lectorat, dans la construction de certaines représentations géographiques.
- 16 Laura Giancaspero s'intéresse également aux représentations géographiques, cette fois par la manière dont est mise en scène l'histoire de Cibiana di Cadore, petit village de montagne situé dans les Dolomites vénitiennes, célèbre pour ses fresques murales. Pour réactiver le patrimoine local et développer le tourisme, les peintures murales ont été utilisées pour raconter les traditions et les anciens métiers associés au village et sa région. Laura Giancaspero invite alors à considérer cette pratique artistique comme l'expression d'un attachement au territoire, comme une « écriture collective qui a recours à la représentation des anciens métiers dans le but de définir son identité et son appartenance au lieu ».
- 17 Les cultures populaires s'expriment dans les peintures murales, mais aussi dans les chants. À partir d'une approche ethnographique des chants et de la musique utilisée par des supporters de football de trois clubs français, Théophile Bonjour montre comment ces pratiques sont justement un moyen d'affirmation, pour ces supporters des différents clubs, de rappeler leur attachement à un lieu et d'affirmer leur ancrage local. Il analyse pour cela à la fois le texte des chants, le placement dans les tribunes et la diffusion des hymnes dans l'espace pour dévoiler une dimension originale de la géographie du football en France.
- 18 L'article de Clara Breteau dévoile une autre facette des cultures populaires liée cette fois-ci à l'habiter. En s'intéressant aux personnes engagées dans des démarches d'habitat autonome, elle interroge la manière dont une certaine culture matérielle populaire, associée à une certaine représentation de l'ancien monde paysan, est aujourd'hui réappropriée et réinterprétée dans une perspective de transition écologique et de ré-enchantement des espaces de l'habiter, ce qu'elle appelle « l'habitation poétique du monde ».
- 19 Enfin, l'article de Marie-Alix Molinié-Andlauer porte sur la territorialisation de la marque « Louvre ». Précédant la publication de l'appel à textes, sa thématique nous semblait entrer parfaitement en résonance avec la problématique d'ensemble du dossier. En effet, dans cette contribution, l'auteure interroge la diffusion et la mise en réseau de l'image du Louvre (Paris, Lens et Abu Dhabi) et interroge de manière critique

la manière dont le rayonnement de « l'institution mère » est diversement utilisé pour « faire territoire ».

---

## BIBLIOGRAPHIE

AUGUSTIN Jean-Pierre, GAUBERT Vincent (dir.), 2017, « Football et géographie », n° spécial de la revue *Géographie et cultures*, n° 104.

BENABDELLAH Alia, 2017/1, « Détroit, ville techno : analyse musicale et géographique d'une ville noire en pleine mutation », *L'information géographique*, p. 68-85.

BORZAKIAN Manouk (dir.), 2012, « Les espaces ludiques », n° spécial de la revue *Géographe et cultures*, n° 82.

BORZAKIAN Manouk, 2019, *Géographie zombie. Les ruines du capitalisme*, Levallois-Perret, Playlist Society, 120 p.

BURGESS Jacquelin A., Gold John R. (eds.), 1985, *Geography, the media and popular culture*, Londres, Croom Helm.

CHAMPIGNY Julien, 2010, *L'espace dans la bande dessinée*, thèse de doctorat en géographie, Université Paris-Diderot.

DESBOIS Henri, 2011, « Cyberespace : retour sur un imaginaire géographique », *Carnets de géographes*, n° 2.

DITTNER Jason, 2010, *Popular culture, geopolitics and identity*, Londres, Rowmand and Littlefield Pub.

DORNON Dominique, 1984, *Espace et bandes dessinées. L'émergence d'un mythe de la ville (1976-1982)*, thèse de doctorat en géographie, Université Toulouse 2.

ÉQUIPE MIT, 2008, *Tourismes 1. Lieux communs*, Paris, Belin, 319 p.

ESTEBANEZ Jean, 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 Gilles, 2006, « Le Tour de France ou le vélo géographique », *Annales de géographie*, vol. 650, n° 4, p. 388-408.

GRIGNON Claude, PASSERON Jean-Claude, 1989, *Le savant et le populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Gallimard, 260 p.

GUILLARD Séverin, 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 Anne, 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 Bernard, 2009/1, « Entre sociologie de la consommation culturelle et sociologie de la réception culturelle », *Idées économiques et sociales*, n° 55, p. 6-11.

- MEINIG Donald W. (ed.), 1979, *The interpretation of ordinary landscapes. Geographical essays*, New York, Prentice Hall.
- MICHAUD Thomas, 2017, « Les monades urbaines, entre utopie et dystopie de la ville verticale », *Géographie et cultures*, n° 102, p. 83-99.
- MONTABONE Benoît, 2009, « Harry Potter : la magie des lieux dans un monde discontinu », *Géographie et cultures*, n° 68, p. 99-114.
- MORGAN John, 2001, « Popular culture and geography education », *International Research in Geographical and Environmental Education*, vol. 10, n° 3, p. 284-297.
- MUSSET Alain, 2005, *De New York à Coruscant. Essai de géofiction*, Paris, PUF, 189 p.
- MUSSET Alain, 2012, *Le syndrome de Babylone. Géofictions de l'apocalypse*, Paris, Armand Colin, 355 p.
- PASQUIER Dominique, 2005/2, « La "culture populaire" à l'épreuve des débats sociologiques », *Hermès*, n° 42, p. 60-69.
- RAIBAUD Yves (dir.), 2015, « Géographie de la danse », n° spécial de la revue *Géographie et cultures*, n° 95. p.
- ROSEMBERG Muriel (dir.), 2007, « Le roman policier », n° spécial de la revue *Géographie et cultures*, n° 61.
- ROUIAÏ Nashidil, 2016, *Ciné-géographie hongkongaise. Le Hong Kong cinématographique, outil du soft power chinois*, thèse de doctorat en géographie, Université Paris Sorbonne.
- RUFAT Samuel, TER MINASSIAN Hovig, COAVOUX Samuel, 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 Sébastien, FERREZ Sylvain, MERCELLINI Anne, 2012, « La pétanque à Pondichéry », *Géographie et cultures*, n° 82, p. 77-95.
- SAUVADET Thomas, BACQUÉ Marie-Hélène, 2011/1, « Éditorial. Les pratiques populaires de l'espace », *Espaces et sociétés*, n° 144-145, p. 7-13.
- ZELINSKI Wilbur, 1973, *The cultural geography of the United States*, New York, Oxford University Press, 204 p.

## NOTES

1. <https://photonics.stanford.edu/events/uncanny-physics-superhero-comic-books>
2. *Assises de la recherche : cultures populaires et médiatiques*, octobre 2018. <https://cpm2018.hypotheses.org/>
3. 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/>

## AUTEURS

### **HOVIG TER MINASSIAN**

Laboratoire Citères

Université de Tours

hovig.terminassian@univ-tours.fr

### **LOUIS DUPONT**

UR Médiations – Sciences des lieux, sciences des liens

Sorbonne Université – Lettres

duponlouis@aol.com