



HAL
open science

Pour une approche communicationnelle de la gentrification et de ses dimensions culturelles et symboliques

Simon Renoir

► **To cite this version:**

Simon Renoir. Pour une approche communicationnelle de la gentrification et de ses dimensions culturelles et symboliques. Sociétés et espaces en mouvement, Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication, Jun 2021, Grenoble & On-line event, France. halshs-04264584

HAL Id: halshs-04264584

<https://shs.hal.science/halshs-04264584>

Submitted on 30 Oct 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License

Pour une approche communicationnelle de la gentrification et de ses dimensions culturelles et symboliques

A communication science-bases approach for the study of the cultural and symbolic aspects of gentrification

Simon Renoir, docteur qualifié en SIC
Membre associé du LabSIC (Université Paris 13)
simon.renoir@gmail.com

Mots-clefs : gentrification, symbolique, approche communicationnelle, méthodologie.

Keywords : gentrification, symbolic, communication science approach, methods.

Résumé

Cette communication propose une approche communicationnelle pour l'étude de la gentrification, en particulier de ses dimensions symboliques et culturelles. Il s'agit de réfléchir au rôle que jouent diverses expressions symboliques dans la gentrification, ainsi qu'à la manière de les étudier. Un premier temps fera un état de l'art sur la gentrification, un second temps précisera les rapports entre le symbolique et la communication, un troisième temps ouvrira des perspectives de recherche.

Abstract

This communication offers a communication science-based approach for the study of the symbolic and cultural aspects of gentrification. It questions the way to study various symbolic materials and the role they play in the gentrification process. We draw first a state of the art on gentrification, then we focus on the relations between the symbolic system and communication, and finally we try to open research perspectives.

Pour une approche communicationnelle de la gentrification et de ses dimensions culturelles et symboliques

Simon Renoir

Cette communication prend pour objet la gentrification, qui nous semble être un phénomène particulièrement pertinent dans le cadre d'une réflexion sur les « sociétés et espaces en mouvement ». Elle vise à ajouter aux théories de la gentrification – déjà nombreuses et, pour certaines d'entre elles, d'une grande richesse – une perspective communicationnelle souvent délaissée, en y approfondissant l'analyse des représentations symboliques, culturelles et idéologiques.

Il s'agira de réfléchir au rôle de diverses productions associées à la gentrification, soit qu'elles en sont des expressions symboliques (c'est le cas du design et de l'esthétique de nombreuses boutiques, cafés, et restaurants), soit parce qu'elles en composent le récit (c'est davantage le cas de contenus médiatiques). Comment étudier ces productions ? Quel rôle jouent-elles dans le processus de gentrification ? En quoi la gentrification est-elle aussi un phénomène communicationnel et symbolique ?

Il s'agit d'une recherche exploratoire qui ne présente pas de résultats tirés d'une enquête mais vise à proposer une approche et une méthode pour enquêter sur l'objet qui vient d'être décrit. Néanmoins, nous nous appuyerons sur des résultats déjà existants et sur nos propres données provenant d'une enquête de terrain (entretiens semi-directifs, analyse de contenus médiatiques et institutionnels et de discours d'acteurs, observations ethnographiques) réalisée à Detroit (Etats-Unis), afin d'ébaucher des pistes de réflexion qui prendront la forme d'hypothèses.

Dans un premier temps, nous procéderons à un état de l'art sur la gentrification et sur ses dimensions symboliques. Ensuite nous préciserons ce qu'est le domaine du symbolique et nous tâcherons d'expliquer pourquoi une démarche communicationnelle nous semble pertinente pour appréhender la gentrification sous ses aspects symboliques. Enfin, nous tracerons quelques perspectives de recherche afin de prolonger des travaux déjà existants, à nos yeux susceptibles d'être complétés.

La gentrification et ses dimensions symboliques

La première partie dressera un état de l'art de la gentrification, en allant des travaux les plus généralistes vers ceux qui s'intéressent plus spécifiquement aux représentations sociales et symboliques qu'elle suscite.

La complémentarité des théories de la gentrification

Le concept de gentrification apparaît dans la sociologie et les études urbaines en 1963 sous la plume de la sociologue britannique Ruth Glass. Depuis, ce concept a irrigué de nombreux travaux et plusieurs courants de recherche et, même s'il a connu une extension progressive qui justifie certaines entreprises de déconstruc-

tion de celle-ci (Bourdin, 2008), nous considérons qu'il est suffisamment installé et défini pour l'employer à la suite de ces travaux. Chris Hamnett propose une synthèse des diverses définitions et décrit la gentrification comme un « phénomène à la fois physique, économique, social et culturel » qui « implique à la fois un changement dans la composition sociale des résidents d'un quartier, et un changement dans la nature du parc de logements » (Hamnett, 1997 : 4-5).

Deux principales explications théoriques et empiriques de la gentrification ont été proposées et débattues. L'une, centrée sur l'offre et sur la production, explique la gentrification par des mouvements spatiaux de désinvestissements et de réinvestissements des capitaux. Le désinvestissement dans certains quartiers favorise l'apparition d'un « différentiel de loyer » (*rent gap*) qui ouvre des possibilités de profit que les acteurs du marché de l'immobilier vont saisir en réinvestissant dans ces zones (Smith, 1996). L'autre explication, plutôt centrée sur la demande et la consommation, s'intéresse aux changements dans la division sociale et spatiale du travail, qui ont conduit à la désindustrialisation des économies capitalistes avancées et à la croissance du secteur des services (David Ley, cité par (Gervais-Linon, 2006 ; Corbillé, 2009). Ces mutations ont à leur tour induit l'expansion rapide d'une nouvelle classe moyenne, liée à la concentration des fonctions-clés financières, juridiques (Hamnett, 1997), mais aussi culturelles et créatives (Colomb, 2006) dans un nombre restreint de « villes globales » (Sassen, 2004). Enfin, une condition semble décisive dans l'émergence d'un mouvement de gentrification : une préférence culturelle pour la résidence en centre-ville d'actifs travaillant dans certains segments du secteur tertiaire (Hamnett, 1997). L'un des objectifs de notre travail consistera dès lors à étudier les formes et expressions symboliques par lesquelles cette préférence culturelle est produite et se manifeste.

La gentrification, vue au travers de ses dimensions symboliques

Les travaux qui prennent en compte le rôle des aspects symboliques dans le processus de gentrification attribuent généralement leur cause à des stratégies de distinction sociale et en établissent les principales caractéristiques. Sous cet angle, la gentrification est décrite comme une stratégie spatio-temporelle collective et délibérée par laquelle les membres des « nouvelles classes moyennes » se distinguent de la bourgeoisie et des classes moyennes traditionnelles, autant que des classes populaires, dont ils sont pourtant plus proches dans l'espace urbain.

En particulier, les gentrifieurs issus des « nouvelles classes moyennes » développent un habitus métropolitain, opposé à l'habitus suburbain des classes moyennes traditionnelles (Clerval, 2008). Dans la pratique de l'espace urbain, cela se manifeste par une recherche d'authenticité, de diversité culturelle et de multiculturalisme (voir Zukin, 2008 ; Zukin et *al.* 2009 ; Zukin, Lindeman, et Hurson, 2017 ; Corbillé, 2009) et dans la pratique de l'habitat, par la volonté de faire soi-même la réhabilitation et l'aménagement de son logement (Collet, 2013).

Dans les représentations et les rapports symboliques à l'espace urbain, d'autres notent que les gentrifieurs ont un rapport nostalgique, voire un rapport mythique et non pratique au quartier (Bidou 1984 cité dans Clerval, 2008), ou encore qu'ils entretiennent un rapport distancié au monde, façonné principalement par la consommation (Corbillé, 2009). Ainsi décrits, les pratiques et rapports des gentrifieurs dans l'espace urbain sont associés à une appropriation des cultures populaires et de la mémoire de leurs quartiers. Dans le prolon-

gement de cette idée, il a souvent été remarqué que les gentrificateurs ont un rapport contradictoire à eux-même et à leur rôle dans la gentrification d'un quartier. Ils déplorent le fait que le quartier perde son authenticité et sa diversité culturelle tout en étant conscients de leur propre rôle dans ce processus. Ils louent l'aspect multiculturel du quartier mais ne mettent pas leurs enfants dans les écoles du quartier (entre autres (Clerval, 2008), se plaignent de la saleté et du désordre, ou expriment des jugements racistes à l'égard des populations locales : « c'est vraiment la faune » (*verbatim* tiré de Corbillé, 2009). Ces contradictions et la conscience de la conflictualité sociale, voire raciste liée à la gentrification font naître un sentiment de culpabilité qui s'exprime dans les récits des gentrificateurs (Donnelly, 2018).

Des travaux ont tenté une interprétation symbolique de la gentrification et de ses représentations en s'appuyant sur le mythe américain de la « *frontier* ». Ce concept, associé à la conquête de l'Ouest par les pionniers américains, représente dans l'imaginaire collectif américain le point de rencontre entre civilisation et sauvagerie (et entre blancs et indiens) (Turner F. J. 1893 ; Smith, 1996 ; Slotkin, 1998) Ces interprétations mettent en évidence la domination sociale et raciale à l'origine de la gentrification et l'assimilent à une forme de néo-colonialisme (Safransky, 2014). Elles avancent aussi que le discours qui mobilise le mythe de la « *frontier* » sert à rationaliser et à légitimer un processus de conquête par les nouvelles classes moyennes blanches d'un espace urbain au préalable occupé par des populations immigrées et/ou racisées (Smith, 1996). Néanmoins, ces travaux utilisent le mythe de la « *frontier* » dans les discours sur la gentrification comme une métaphore plutôt que comme un cadre d'interprétation tangible des dimensions symboliques de la gentrification. Nous pensons qu'il serait possible et fructueux d'approfondir cette voie d'interprétation en analysant et en déconstruisant encore davantage les discours sur la « *frontier* » et d'autres expressions symboliques liées à la gentrification. Dans cette perspective, l'appropriation de l'espace et des expressions symboliques des classes populaires et des populations racisées dans le cadre de la gentrification mérite une attention plus grande, même si elle a parfois été traitée (par exemple (Corbillé, 2009 ; Gravari-Barbas et Ripoll, 2010).

Le symbolique et la communication

Il convient à présent de préciser les contours du symbolique, puis d'expliquer en quoi une approche communicationnelle permettrait de mieux saisir et de réévaluer les dimensions symboliques de la gentrification.

Contours du symbolique

Un symbole est un signe qui réunit une image (ou un signifiant) et un sens (ou un signifié). Le symbole – ou ce que certains nomment la « fonction symbolique » – est donc avant tout ce qui permet de signifier (Godelier, 2015) ; et le symbolique désigne la relation entre la signification et ses supports (Castoriadis, 1999). Par ailleurs, le sens se produit par un faisceau de renvois et contient toujours la possibilité de sa propre transformation (voir Greimas, 1970 ; Castoriadis, 1999 ; Godelier, 2015) ; il est toujours ambivalent, multiple et n'est jamais transparent. Le même symbole peut signifier plusieurs choses et une même signification peut

1 Nous ne proposons pas de traduction du terme *frontier*, trop polysémique, qui recoupe un trop grand nombre de représentations dans l'imaginaire américain. En français, le terme est parfois traduit par « frontière », d'autres fois par « horizon ». Si l'on conçoit que la frontière soit aussi un horizon, dépassable à condition de le franchir, alors une synthèse des deux termes expriment assez bien le terme anglais originel. Cependant, même ainsi, une traduction française ne saurait véhiculer la polysémie de sens que ce terme a pris dans l'identité et les représentations américaines.

être représentée par plusieurs symboles différents (Durand, 1993 ; Godelier, 2015). Se joue alors la construction de cultures qui sont des ensembles de codes, de signes et de symboles et qui, comme ces derniers, sont fondamentalement arbitraires et contingentes. Autrement dit, le symbole (comme le langage et la culture) est à la fois ce qui relie et ce qui sépare les humains.

Rapporté à la gentrification, il s'agira donc d'étudier ce qui donne un sens, ou plutôt des sens, au phénomène et à l'expérience de la gentrification pour les acteurs concernés. Les points précédents ouvrent sur de multiples questions. Par exemple, l'imaginaire de la gentrification conduit-il à réunir ou au contraire à séparer des groupes sociaux dans la société ? Ou peut-être, quels groupes unit-il et quels groupes sépare-t-il ?

Le symbolique dans les sciences de l'information et de la communication (SIC)

Une démarche communicationnelle peut permettre de saisir ces dimensions symboliques pour plusieurs raisons. En premier lieu, les phénomènes de communication « se rapportent invariablement à des formes d'échanges symboliques ». En second lieu, l'étude des phénomènes de communication appréhende l'homme et la société sous l'angle des relations qui se tissent entre les individus, les groupes sociaux, les institutions, et ces relations sont saisies sous l'angle des éléments matériels ou formels qui concourent à leur réalisation (Olivesi, 2004). En troisième lieu, cela implique d'étudier les conditions de production et de circulation des formes et expressions symboliques qui créent le(s) sens sur le(s)quel(s) s'appuient les rapports sociaux. Pour cela, nous optons à la suite d'Yves Jeanneret pour une définition active de la communication considérée comme « une activité qui ne se borne pas à transmettre du social déjà existant, mais qui en engendre » (Jeanneret, 2008).

En deuxième lieu, un courant important des SIC déploie une approche socio-sémiotique, qui à la suite d'Eliséo Veron prend pour objet la production de sens selon un processus circulaire, une « circulation signifiante » (Veron, 1991), et insiste sur le double ancrage, du sens dans le social et du social dans le sens (Gomez-Mejia, Le Marec, et Souchier, 2018). Elle analyse la production et la circulation des discours sociaux en partant de la matérialité de chaque expression : articles de presse, affiches, publicités dans l'espace public pour des projets immobiliers, biens symboliques produits par les industries culturelles et créatives, écritures de rue, design des cafés, restaurants et espaces commerciaux qui joue sur la pluralité des perceptions sensibles (visuelles, sonores, olfactives).

En troisième lieu, un autre courant important en SIC s'emploie à construire une théorie des industries culturelles à partir d'approches parfois nommées « socio-économique » (Miège 2006), d'autres fois « communicationnelle » (Moeglin, 2004). Depuis une dizaine d'années, les travaux se sont intéressés à l'extension du concept de culture à la notion de créativité et aux manières d'envisager un rapprochement ou une juxtaposition des industries culturelles et des industries créatives (Bouquillion, 2012) dans la perspective d'une industrialisation des biens symboliques (Bouquillion, Miège, et Moeglin, 2013). Dans ce contexte, l'étude de l'implantation spatiale et de la territorialisation des industries culturelles et créatives a progressivement pris de l'importance dans ces travaux et dans des travaux plus récents qui montrent les interrelations entre les dynamiques spatiales de ces activités et les mouvements de gentrification (Lefevre 2016 ; 2019 ; Renoir, 2018 ; 2019) comme cela ressortait déjà de travaux de géographes et d'urbanistes (voir entre autre (Grésillon et Rey, 2002 ; Andres et Grésillon, 2011 ; Vivant 2009 ; 2012).

Ainsi, les SIC sont particulièrement bien équipées pour proposer une approche communicationnelle de la gentrification qui intégrerait les explications complémentaires de la gentrification déjà existantes pour se concentrer sur l'étude de la préférence culturelle pour la résidence en centre-ville d'actifs travaillant en particulier dans les activités culturelles et créatives, et qui pourrait approfondir les interprétations symboliques du phénomène grâce à l'étude socio-sémiotique de la matérialité des expressions symboliques liées à la gentrification.

Perspectives de recherche

En nous appuyant sur les fondements énoncés ci-dessus, nous souhaitons ébaucher quelques perspectives de recherche. Revenons aux tentatives d'interprétation de la gentrification à l'aide du mythe de la *frontier* afin de problématiser le sujet. La métaphore de la *frontier* exprime adéquatement le mouvement du centre vers la périphérie qu'accomplit la gentrification, et ce à la fois au plan spatial et au plan culturel où elle reproduit la domination culturelle, qui procède de la soumission d'une périphérie à un centre, ou « héroïanisme » (Grignon et Passeron, 1989). Du reste, la domination culturelle cherche à se légitimer dans la construction d'un ordre symbolique, qui correspond aussi à un ordre naturel : « franchir la barrière qui sépare les classes moyennes des classes populaires, c'est sortir de la sphère de la culture pour se perdre dans la «nature» » (*ibid.* : 119). L'on retrouve ainsi la représentation de la *frontier* comme point de rencontre entre la civilisation et la sauvagerie.

Dès lors, on pourra formuler diverses questions : dans quelle mesure les dimensions symboliques et culturelles de la gentrification participent à la légitimation de la domination culturelle ? De quelles façons et selon quels procédés la domination culturelle se cristallise dans les pratiques et les représentations liées à la gentrification ? Quel rôle y joue la production de biens symboliques et d'expressions culturelles ?

Selon Philippe Descola, le « grand partage » entre nature et culture est au fondement de la modernité et, par suite, des schèmes sociaux, symboliques, mentaux, autant collectifs qu'individuels, qui organisent nos pratiques (Descola 2005). Ce grand partage hiérarchise les groupes sociaux (et tous les existants) en fonction du degré supposé de sophistication de leur culture et constitue l'une des origines du légitimisme culturel et du racisme. En suivant cette voie en considérant que l'idée de la *frontier* n'a pas qu'une valeur métaphorique, mais qu'elle peut avoir une portée heuristique, nous faisons l'hypothèse principale que les dimensions symboliques et culturelles de la gentrification, non seulement participent à la reproduction de la domination des groupes sociaux blancs, mais entretiennent également le racisme systémique présent dans les sociétés occidentales.

Néanmoins, une série d'hypothèses secondaires viennent nuancer cela. D'abord, à la suite de Maxime Cervulle, nous considérons que la perpétuation objective de la domination ne relève pas d'un choix déterminé et éclairé des acteurs et actrices, mais plutôt d'un état de la conscience dominante qui entretient des conduites « routinisées » par lesquelles les structures racistes se trouvent parfois reproduites et actualisées de façon non intentionnelle dans les pratiques sociales (Cervulle, 2012). Nous supposons donc que la majorité des acteurs n'a pas conscience de perpétuer une domination culturelle et un racisme systémique, et que même lorsqu'ils en ont conscience, leur marge de manœuvre individuelle est restreinte face à un problème systémique. En-

suite, en allant plus loin, nous supposons que la volonté de multiculturalité et de mixité sociale exprimée par les gentrificateurs et par des politiques urbaines favorisant la gentrification est souvent sincère et peut aboutir, localement, à nourrir des rapports d'interculturalité et une plus grande cohésion sociale.

Toutefois, nous pensons qu'il faut resituer la gentrification dans des dynamiques de production de l'espace et de production du sens qui la dépassent. De ce point de vue, une seconde sous-hypothèse consiste à dire que la gentrification jouerait le rôle de l'arbre qui cache la forêt : tant dans les pratiques que dans les représentations, elle s'intégrerait au nouvel esprit du capitalisme et ainsi, ferait partie des justifications qui soutiennent l'adhésion à un style de vie favorable à l'ordre capitaliste (Boltanski et Chiapello, 1999 : 46). En faisant apparaître le mode de vie des gentrificateurs désirables et en affirmant que la gentrification aurait également des effets bénéfiques sur le tissu urbain et sur certains groupes sociaux, les discours médiatiques et politiques aideraient à légitimer – ou plutôt à masquer, ce qui revient au même – des transformations spatiales et sociales plus profondes qui se situent à d'autres échelles.

Dès lors, ce programme de recherche poursuivrait plusieurs objectifs : repérer et identifier des expressions symboliques par lesquelles la préférence culturelle des nouvelles classes moyennes est produite et se manifeste ; voir si ces expressions participent à la production d'une conscience et d'une idéologie dominantes ; comparer diverses situations locales pour essayer de dégager des invariants et des spécificités.

Une méthodologie prévisionnelle peut être établie sur les bases indiquées lors de la deuxième sous-partie, en ajoutant quelques détails et précisions. D'abord, pour observer un objet d'étude aussi situé dans l'espace urbain que le processus de gentrification, la démarche socio-sémiotique doit se muer en une ethnosémiotique qui prête une attention à l'espace urbain, à ses formes, à son occupation par divers acteurs et à ses représentations visuelles et discursives (Bonaccorsi dans Bonaccorsi et Cordonnier, 2018). En plus d'une analyse sémiotique des discours et des expressions symboliques produites et circulant dans les médias et les industries culturelles et créatives, il serait pertinent d'adopter les outils ethnographiques de l'observation dans les espaces publics et dans les espaces de consommation (boutiques, cafés, bars, galeries d'art, etc.) et des entretiens avec divers acteurs (décideurs politiques, entrepreneurs, résidents, militants, artistes, etc.).

Cela serait complété par une analyse socio-économique des quartiers gentrifiés ou en voie de gentrification et de leurs habitants. Une attention particulière serait portée à celles et ceux qui travaillent dans les industries culturelles et créatives afin de voir précisément les rapports entre profession et choix de résidence. Par exemple, on remarque que les personnes hautement qualifiées dont les tâches professionnelles sont orientées vers des questions de goût, de mode, de design, ou de communication vivent généralement dans les quartiers en voie de gentrification des grandes métropoles, vraisemblablement parce que cet environnement leur permet de « sentir la tendance pour ensuite s'en saisir et la mettre en forme » (Boltanski et Esquerre, 2017 : 347). La combinaison permettra ainsi de mettre au jour la territorialisation des industries culturelles et créatives, la localisation des personnes qui y travaillent, et de saisir dans le même mouvement les rapports entre gentrification et production et consommation des biens symboliques.

À cela pourrait s'ajouter des méthodologies inspirées de la sociologie des usages des TIC et qui exploitent les données numériques massives produites par les utilisateurs d'applications informatiques, particulièrement sur téléphone mobile. A la suite de quelques travaux récents (voir par exemple (Zukin, Lindeman, et Hurson, 2017 ; Gibbons, Nara, et Appleyard, 2017) et dans la mesure où l'usage des médias sociaux et des

plateformes numériques est particulièrement intense chez les gentrificateurs (*ibid.*), il serait pertinent d'étudier les usages localisés sur des plateformes de type « service local à la demande » (Flichy, 2019). On pourrait par exemple récolter des données sur les consommateurs et les travailleurs de plateformes de livraison ou de services VTC dans certains quartiers en suivant des méthodologies déjà éprouvées (voir Aguilera, Dablanc, et Rallet, 2018), mais en leur ajoutant des critères relatifs à la gentrification tant dans le recueil des données que dans leur analyse.

Conclusion

Pour conclure, la gentrification nous semble un point d'entrée propice à l'étude de nos sociétés et espaces en mouvement. Ce phénomène contribue à construire et à redéfinir les identités et les socialités. Il peut le faire aussi bien dans le sens d'une interculturalité renouvelée, d'une rencontre entre la culture des classes moyennes et aisées et celle des classes populaires, que dans le sens – le plus souvent semble-t-il – d'une conflictualité entre ces cultures. Approfondir l'étude des dimensions symboliques et culturelles de la gentrification grâce à une démarche communicationnelle méthodique et éprouvée, pourrait mettre en lumière les origines sociosymboliques des contradictions internes au mouvement de gentrification, et ainsi comprendre à quelles conditions les contradictions et conflits pourraient être dépassées.

Références

- Aguilera, A., Dablanc L., et Rallet A. (2018). L'envers et l'endroit des plateformes de livraison instantanée. *Réseaux* n° 212 (6), p. 23-49.
- Andres, L., et Grésillon B. (2011). Les figures de la friche dans les villes culturelles et créatives. *L'Espace géographique* Tome 40 (1), p. 15-30.
- Boltanski, L., Chiapello E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris, Gallimard.
- Boltanski, L., Esquerre A. (2017). *Enrichissement : une critique de la marchandise*. Paris, Gallimard.
- Bonaccorsi, J., Cordonnier S., éd. (2018). *Territoires : enquête communicationnelle*. Paris, Éditions des archives contemporaines.
- Bouquillion, Ph., éd. (2012). *Creative economy, creative industries : des notions à traduire*. Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes.
- Bouquillion, Ph., Miège B., Moeglin P. (2013). *L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Bourdin, A. (2008). Gentrification : un « concept » à déconstruire. *Espaces et sociétés* n° 132-133 (1), p. 23-37.
- Castoriadis, C. (1999). *L'institution imaginaire de la société*. Paris, Éditions du Seuil.

- Cervulle, M. (2012). La conscience dominante. Rapports sociaux de race et subjectivation. *Cahiers du Genre* n° 53 (2), p. 37-54.
- Clerval, A. (2008). *La gentrification à Paris intra-muros : dynamiques spatiales, rapports sociaux et politiques publiques*. Thèse de doctorat, Université Panthéon-Sorbonne - Paris I. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00347824>.
- Collet, A. (2013). Trajectoires résidentielles de classes moyennes et gentrification des anciens quartiers populaires. *Savoir/Agir* n° 24 (2), p. 41-48.
- Colomb, C. (2006). Le new labour et le discours de la « Renaissance urbaine » au Royaume-Uni. *Sociétés contemporaines* no 63 (3), p. 15-37.
- Corbillé, S. (2009). Tourisme, diversité enchantée et rapports symboliques dans les quartiers gentrifiés du nord-est de Paris. *Genèses* n° 76 (3), p. 30-51.
- Descola, Ph. (2005). *Par-delà nature et culture*. Paris, Gallimard.
- Donnelly, K. (2018). The Gentrifier's Dilemma: Narrative Strategies and Self-Justifications of Incoming Residents in Bedford-Stuyvesant, Brooklyn. *City & Community* 17 (2), p. 374-93. <https://doi.org/10.1111/cico.12296>.
- Durand, G. (1993). *L'imagination symbolique*. Paris, Presses universitaires de France.
- Flichy, P. (2019). Le travail sur plateforme. *Réseaux* n° 213 (1), p. 173-209.
- Gervais-Linon, L. (2006). Espace urbain et gentrification aux États-Unis, évolution des interprétations. *Caliban. French Journal of English Studies*, n° 19 (juin), p. 223-33. <https://doi.org/10.4000/caliban.2468>.
- Gibbons, J., Nara A., Appleyard B. (2017). Exploring the Imprint of Social Media Networks on Neighborhood Community through the Lens of Gentrification: *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, septembre. <https://doi.org/10.1177/2399808317728289>.
- Godelier, M. (2015). *L'imaginé, l'imaginaire & le symbolique*. Paris, CNRS éditions.
- Gomez-Mejia, G., Le Marec J., Souchier E. (2018). Verón entre les mondes. *Communication langages* n° 196 (2), p. 9-26.
- Gravari-Barbas, M., Ripoll F. (2010). Introduction : De l'appropriation à la valorisation, et retour. *Noroi. Environnement, aménagement, société*, n° 217 (décembre), p. 7-12.
- Greimas, A. J. (1970). *Du sens*. Paris, Éditions du Seuil.
- Grésillon, B., Rey V. (2002). *Berlin, métropole culturelle*. Paris, Belin.
- Grignon, Cl., Passeron J.-C. (1989). *Le savant et le populaire : misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*. Paris, Gallimard : le Seuil.
- Hamnett, Chr. (1997). Les aveugles et l'éléphant : l'explication de la gentrification. *Strates. Matériaux pour la recherche en sciences sociales*, n° 9 (septembre). <http://journals.openedition.org/strates/611>.

- Jeanneret, Y. (2008). *Penser la trivialité. Volume 1, La vie triviale des êtres culturels*. Paris, Hermès science publications : Lavoisier.
- Lefevre, Br. (2016). *Entrepreneurs musicaux et territoires : Les clusters culturels sous l'emprise des politiques publiques et des acteurs locaux*. Thèse de doctorat, Université Sorbonne Paris Cité. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02167853>.
- Lefevre, Br. (2019). Industries culturelles et économie créative. Quels modèles pour la territorialité de la création ? *Communication. Information médias théories pratiques*, n° vol. 36/1 (avril). <https://doi.org/10.4000/communication.9965>.
- Moeglin, P. (2004). *Outils et médias éducatifs : une approche communicationnelle*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Olivesi, St. (2004). *Questions de méthode : une critique de la connaissance pour les sciences de la communication*. Paris, France.
- Renoir, S. (2018). *Le tournant créatif à Detroit : Enjeux croisés de la structuration des industries créatives et de la régénération urbaine*. Paris, Université Paris 13.
- Renoir, S. (2019). Detroit. Le « tournant créatif » à partir du design ? *Communication. Information médias théories pratiques*, n° vol. 36/1 (avril). <https://doi.org/10.4000/communication.10011>.
- Safransky, S. (2014). Greening the urban frontier: Race, property, and resettlement in Detroit. *Geoforum* 56 (septembre), p. 237-48. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2014.06.003>.
- Sassen, S. (2004). Introduire le concept de ville globale. *Raisons politiques* no 15 (3), p. 9-23.
- Slotkin, R. (1998). *The fatal environment: the myth of the frontier in the age of industrialization, 1800-1890*. Norman, University of Oklahoma press.
- Smith, N. (1996). *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*. London; New York, Routledge.
- Turner F. J. (1893). The Significance of the Frontier in American History.
- Veron, E. (1991). Pour en finir avec la « communication ». *Réseaux. Communication - Technologie - Société* 9 (46), p. 119-26. <https://doi.org/10.3406/reso.1991.1835>.
- Vivant, E. (2009). *Qu'est-ce que la ville créative ?* Paris, Presses universitaires de France.
- Vivant, E. (2012). Creatives in the City: Urban Contradictions of the Creative City. *City, Culture and Society* 4 (2), p. 57-63. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2013.02.003>.
- Zukin, Sh. (2008). Consuming Authenticity. *Cultural Studies* 22 (5), p. 724-748. <https://doi.org/10.1080/09502380802245985>.
- Zukin, Sh., Lindeman Sc., Hurson L. (2017). The Omnivore's Neighborhood? Online Restaurant Reviews, Race, and Gentrification. *Journal of Consumer Culture* 17 (3), p. 459-479. <https://doi.org/10.1177/1469540515611203>.

Zukin, Sh., Trujillo V., Frase P., Jackson D, Recuber T., Walker A. (2009). New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City. *City & Community* 8 (1), p. 47-64. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6040.2009.01269.x>.