



Textures vestimentaires et politiques du gilet jaune

Maxime Boidy

► To cite this version:

Maxime Boidy. Textures vestimentaires et politiques du gilet jaune. Parlement[s], Revue d'histoire politique, 2021, N°34 (3), pp.166 - 173. <10.3917/parl2.034.0166>. <halshs-04201534>

HAL Id: halshs-04201534

<https://shs.hal.science/halshs-04201534v1>

Submitted on 13 Sep 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.



HAL Authorization



TEXTURES VESTIMENTAIRES ET POLITIQUES DU GILET JAUNE

[Maxime Boidy](#)

Presses universitaires de Rennes | « [Parlement\[s\], Revue d'histoire politique](#) »

2021/3 N° 34 | pages 166 à 173

ISSN 1768-6520

ISBN 9782753581883

DOI 10.3917/parl2.034.0166

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-parlements-2021-3-page-166.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Presses universitaires de Rennes.

© Presses universitaires de Rennes. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.



DOCUMENT 1. « Acte II » des Gilets jaunes, Champs-Élysées, Paris, 24 novembre 2018
(Photographie de Patrice Gravoine, © Plein le dos).

TEXTURES VESTIMENTAIRES ET POLITIQUES DU GILET JAUNE

Maxime BOLDY

Maître de conférences en études visuelles
à l'Université Gustave-Eiffel, Lisaa
maxime.boidy arobase live.fr

La révolte des Gilets jaunes a profondément réactualisé l'imaginaire des mouvements sociaux et politiques tant à l'intérieur qu'au-delà des frontières de l'Hexagone. Promise à une vie brève par les modélisations sociologiques dominantes en raison de l'inexpérience de nombreux militants et militantes, cette mobilisation commencée le 17 novembre 2018 a déjoué les prévisions savantes tant par son ampleur que par sa durée¹. De sorte que la dynamique du soulèvement jaune confère certaines textures remarquables, politiques et vestimentaires, à ce qui constitue le cœur de son symbolisme : le gilet fluorescent porté, en guise d'étendard collectif, par les franges plurielles de la société française qui s'y sont reconnues et qui s'y reconnaissent encore plus de deux ans après les premières occupations de ronds-points.

On peut relever cinq directions de réflexion qui permettent de déplier ce vêtement professionnel devenu, à la suite d'un décret promulgué en septembre 2008, un accessoire commun dans l'habitacle des véhicules automobiles français : son ré-ancrage dans la sphère du travail, sa symbolique d'alliance avec d'autres groupes militants, sa relation au travestissement contestataire, son usage comme support d'expression, sa signification populaire. Il s'agit d'autant de pistes permettant de dessiner une généalogie sommaire de cette tenue

1 JEANPIERRE Laurent, *In Girum. Les leçons politiques des ronds-points*, Paris, La Découverte, 2019.

dite de « haute visibilité », dans laquelle l'image et l'habit tendent à se confondre.

La première direction est tracée par le devenir ordinaire d'un vêtement professionnel jusque-là principalement réservé aux métiers du bâtiment et aux agents d'entretien de la voirie. En rendant le gilet obligatoire pour l'ensemble des automobilistes, les pouvoirs publics furent, somme toute, les premiers relais dans l'appropriation de masse du vêtement. En témoigne l'appel du chauffeur narbonnais Ghislain Coutard, l'une des premières voix des Gilets jaunes, dans une vidéo filmée à bord de sa camionnette le 24 octobre 2018, rapidement devenue virale sur le réseau social Facebook : « On a tous un gilet jaune dans la bagnole. Foutez-le en évidence sur le tableau de bord ! » Il s'ensuit un procès de réappropriation sociopolitique du vêtement de travail, qui n'est pas sans précédent. Prenant acte de la mutation de la lutte des classes dans les sociétés occidentales, les mouvements sociaux des décennies passées ont régulièrement tenté de reconfigurer le symbolisme ouvrier. Sur le plan de la couleur vestimentaire, on en veut pour exemple les « *Tute bianche* » italiennes, mouvement de jeunesse des années 1990 popularisé par son rôle important dans l'essor de la contestation altermondialiste. Ses militants ont cherché à faire des combinaisons blanches (dont le collectif tire son nom) un héritage des « bleus de travail » du prolétariat industriel, arguant du fait que « la couleur blanche est celle que l'on obtient en mélangeant toutes les autres² ». Le gilet de haute visibilité a connu une trajectoire sensiblement similaire : déprofessionnalisé par l'État, il est redevenu par la lutte une tenue connotant le travail tout en instituant la couleur jaune comme large dénominateur commun³. Retraités, chômeurs, salariés précaires et toute autre catégorie sociale définie par rapport à la sphère du travail ont pu s'en emparer pour en faire l'incarnation de revendications centrées sur la reproduction de la

2 Témoignage d'un militant des *Tute bianche* repris dans le film *Disobbedienti* (2002) du cinéaste autrichien Oliver Ressler.

3 L'enjeu de l'appropriation est de taille lorsqu'on sait que le qualificatif « jaune » fut longtemps associé, dès le tournant des XIX^e et XX^e siècles, aux syndicats financés par le patronat en vue d'affaiblir les organisations ouvrières révolutionnaires. Sur les aspects historiques et symboliques de la couleur jaune dans une perspective élargie, voir PASTOUREAU Michel, *Jaune. Histoire d'une couleur*, Paris, Seuil, 2019.

vie quotidienne (pouvoir d'achat, accès aux services publics, équité devant l'impôt...).

Le sens du gilet jaune a également partie liée avec les reconfigurations du mouvement dans la longue durée que sociologues et politistes ont souvent peiné à envisager. Ici émerge la deuxième direction : celle des alliances, exprimées tant sur le plan symbolique de l'habit de lutte que sur le plan des affinités politiques concrètes. Une brochure militante intitulée *Gilets noirs, K-way jaunes*, diffusée au printemps 2019, laquelle rassemble une série de témoignages anonymes émanant de cercles libertaires de l'ensemble de l'Hexagone, en est un bon exemple⁴. Et d'abord par ce chiasme vestimentaire révélateur : son titre suggère une convergence des Gilets jaunes avec le militantisme anarchiste et autonome, convergence réciproque et partiellement réalisée dans un contexte de violences policières et de répression judiciaire à grande échelle. Ce rapprochement s'est donné à voir à même la rue avec les militants d'extrême gauche ayant recours à la tactique du « *black bloc* », agissant le visage masqué et le corps dissimulé sous des coupe-vent de type K-way ou des survêtements de sport noirs, successeurs des vestes en cuir de la culture *punk* propres au mouvement autonome allemand des années 1980. Sur le même plan, le slogan « Gilets jaunes, Black bloc, on n'a pas le même maillot mais on a la même passion⁵ », vu sur une façade de Lille lors du 1^{er} mai 2019, détourne une campagne publicitaire lancée par la Fédération française de football au début des années 2010 dans le but de promouvoir l'importance et le respect du corps arbitral, traditionnellement vêtu de noir. Outre, à nouveau, la mise en regard des deux franges militantes, le clin d'œil du slogan suggère dans quelle mesure la référence au sport en général, et au football en particulier, traverse le mouvement des Gilets jaunes, et par l'imaginaire (chants de supporters, banderoles, etc.) et par l'habit.

La troisième piste de réflexion marque un premier pas vers une généalogie proprement historique du gilet jaune, moins axée sur la comparaison des temps forts du mouvement de 2018-2019

4 La brochure est accessible en ligne : <https://infokiosques.net/spip.php?article1645> (consulté le 10 janvier 2021).

5 Slogan archivé sur le fil Twitter du compte *Lille Insurgée* : <https://twitter.com/lilleinsurgee/status/1123886836127019008> (consulté le 10 janvier 2021).

avec d'autres soulèvements passés que sur les usages populaires du vêtement comme répertoire de contestation. Particulièrement éclairante est la pratique, répandue en France comme en Europe du xv^e jusqu'au xix^e siècle, ayant consisté pour les hommes à se travestir en femmes en vue de passer à l'acte. « En Beaujolais, vers 1770, écrit l'historienne américaine Natalie Zemon Davis, des paysans noircissent leur visage et se déguisent en femmes pour attaquer des arpenteurs chargés par un nouveau propriétaire de mesurer leurs terres⁶. » Ce « personnage féminin » est révolutionnaire en ceci qu'il procède d'un renversement hiérarchique et genré dans le droit fil de la tradition carnavalesque : mettre le monde à l'envers. Or, Davis le concède, « revêtir une robe de femme c'est, d'abord, pour des gens dont la garde-robe n'est généralement guère fournie, un moyen pratique de se rendre méconnaissable avec ce qu'on a sous la main⁷ ». Les mots de Ghislain Coutard – « On a tous un gilet jaune dans la bagnole » – prennent ici un autre sens. Son appel à la révolte dépasse le constat de la dissémination des normes étatiques dans la vie quotidienne : il suggère aussi une manière commode de se vêtir politiquement avec ce que les classes populaires ont « sous la main » ou dans le vide-poches de leur véhicule. En revanche, contrairement aux attributs féminins utilisés par les hommes dans ces révoltes préindustrielles, le gilet fluorescent universel, vêtement de travail à connotation masculine par défaut, s'est révélé être aussi un accessoire féminin par l'usage, à travers la place considérable qu'ont prise les femmes dans le mouvement. En manifestation ou sur les ronds-points sont ainsi apparus des gilets brodés et autres travaux de couture élaborés : autant de savoirs domestiques mis au service d'une revendication vestimentaire au cœur de l'espace public.

Plus largement, le gilet jaune, uniformisé par définition, est un support sur lequel la contestation a su s'exprimer par l'écrit ou le dessin de manière intensément personnelle. Cette quatrième direction n'est pas la moins importante. Les actes graphiques visibles au dos des gilets recoupent certaines techniques de lutte anciennes tels les « papillons » politiques, « objets réels, papiers, chiffons, autocol-

6 ZEMON DAVIS Natalie, *Les cultures du peuple. Rituels, savoirs et résistances au XVI^e siècle*, trad. M.-N. Bourguet, Paris, Aubier, 1979 [1975], p. 237.

7 *Ibid.*, p. 239.

lants, portés à même le corps par ceux qui voulaient et veulent encore faire état d'un choix, d'une cause ou d'une revendication⁸ ». Ils s'en distinguent toutefois en ceci que le message n'est pas collé à l'habit ou fixé sur une autre surface. Il fait du gilet son support propre, comme le montre la photographie reproduite en ouverture de cet article, prise à Paris le 24 novembre 2018 lors de « l'acte II » et archivée par le collectif *Plein le dos*⁹.

Le slogan « On en a gros ! » – ou « Sire, on en a gros ! », l'ellipse induisant « on en a gros sur le cœur » – est emprunté à la série humoristique *Kaamelott* créée par Alexandre Astier quinze ans plus tôt à partir de la légende arthurienne. Abondamment repris, il illustre l'imaginaire révolutionnaire des Gilets jaunes, dont les références aux soulèvements passés de l'histoire de France sont nombreuses – la Révolution française au premier chef. Ce slogan particulier mérite que l'on s'y arrête dans la mesure où sa logique importe autant que sa charge. C'est que le détournement des mots en dit long sur la dynamique culturelle qui préside à la captation du gilet jaune sur lequel il figure. Diffusée à une heure de grande écoute à partir de 2005, la série *Kaamelott* est régulièrement reprogrammée aujourd'hui encore sur les chaînes du groupe M6. De fait, le slogan s'inspire d'un contenu culturel promu par les industries du divertissement. Il redevient pourtant un levier d'expression d'une « culture du peuple » entendue au sens fort, qui recoupe les analyses de Natalie Davis abordées précédemment. Ce que révèle l'examen de cette photographie, ce n'est pas que les Gilets jaunes possèdent une culture : la chose est apparue évidente dès les premières séquences du mouvement, en dépit du mépris de classe et du misérabilisme dont ont fait preuve de nombreux organes de presse et certains cercles intellectuels. C'est la nature même de cette culture, son caractère proprement *populaire*, qui s'éclaire. « Ce qui compte, ce ne sont pas les objets cultu-

8 MONDZAIN Marie José, « La Voix du peuple », in Gérard PARIS-CLAVEL, *Le Cri des papillons*, Paris, Ne Pas plier, 2008, p. 14. Édition téléchargeable en ligne : <https://www.nepasplier.fr/pdf/epicerie-panoramique/137-cri-des-papillons.pdf>.

9 COLLECTIF PLEIN LE DOS, *Plein le dos : 365 gilets jaunes, novembre 2018-octobre 2019*, Le Mas d'Azil, Éditions du bout de la ville, 2019. Pour un bref historique du collectif, voir GALLIOT Sébastien, « Plein le dos. Un réseau militant de chair et de papier », *Techniques & Culture* n° 74, « Semer le trouble », 2020, p. 212-213. Voir également son site Internet : <https://pleinledos.org/>.

rels intrinsèquement ou historiquement figés, mais l'état du jeu des relations culturelles — ou, pour le dire plus simplement, voire de manière simpliste, la lutte de classe dans et pour la culture¹⁰ », écrivait le sociologue britannique Stuart Hall au début des années 1980. Autrement dit, le caractère populaire n'existe nulle part à l'état pur, pas davantage dans les territoires ruraux et les zones périurbaines où le mouvement des Gilets jaunes a germé. La culture populaire se construit et se reconfigure en permanence par l'antagonisme qu'elle entretient avec la culture dominante, y compris en « remixant » les contenus des industries culturelles.

Tel est finalement le gilet jaune : l'objet central d'une culture populaire matérialisée dans les rues et sur les ronds-points de France à la fin de la décennie 2010. Portée par un antagonisme de classe, cette culture est empreinte de luttes axées sur des enjeux de visibilité qui vont des réseaux sociaux à l'espace public. L'antagonisme débute à même le geste symbolique qui a donné forme au soulèvement : s'emparer d'un vêtement imposé par l'État en vue de garantir la visibilité *optique, individuelle* de chaque automobiliste, de chaque citoyen, et ce, pour en faire le vecteur d'une visibilité *politique et collective*, retournée à l'envoyeur étatique.



Pour originale qu'elle soit, cette forme de lutte par et pour la visibilité n'est pas nouvelle. L'histoire culturelle de la nuit en Occident nous apprend que le gilet jaune est loin d'être la première injonction étatique à la visibilité individuelle. À Paris comme à Londres, de la fin du Moyen Âge jusqu'au XVIII^e siècle, l'obligation de porter une bougie sur soi dès le crépuscule est allée de pair avec une obscurité suspecte aux yeux du pouvoir. Son non-respect est alors passible d'incarcération. Rien d'étonnant à ce que la recherche d'opacité ait guidé diverses tactiques révolutionnaires urbaines, tel le bris de lanterne, mais aussi certaines pratiques émeutières rurales à l'instar des visages noircis à la suie des paysans du Beaujolais étudiés par Natalie Davis. Dans le cas des Gilets jaunes, le retournement de la haute visibilité en

10 HALL Stuart, « Notes sur la déconstruction du "populaire" », in *Identités et cultures. Politiques des Cultural Studies*, édition établie par Maxime Cervulle, trad. C. Jacquet, Paris, Éditions Amsterdam, 2008, p. 123.

visibilité populaire inscrit le besoin d'apparition lui-même à l'ordre du jour des revendications. Toutefois, dans une perspective élargie, ce retournement n'est qu'un chapitre supplémentaire dans l'histoire de « la lutte entre la lumière et l'obscurité¹¹ » au cœur des dynamiques révolutionnaires.

On saisit mieux dans quelle mesure le mouvement des Gilets jaunes possède une généalogie propre, qui n'est réductible ni à l'histoire des répertoires d'action (occupation de ronds-points et émeute de rue), ni à celle de leurs revendications collectives (démocratie référendaire ou équité devant l'impôt). Le gilet jaune comme habit a bel et bien trait aux symboles vestimentaires de la contestation. Cependant, il n'y est nullement cantonné : le gilet fluorescent a autant à voir avec l'histoire des technologies d'éclairage urbain ou celle du papillon graphique qu'avec l'histoire du bonnet phrygien ou celle du blouson noir. Les usages de ce vêtement trouvent une intelligence particulière du fait même de cette diversité. Si la révolte des Gilets jaunes a profondément réactualisé l'imaginaire des luttes, c'est, sous couvert de simplicité, en raison d'une richesse de signification dont les ramifications s'étirent loin dans le temps et l'espace. Initié comme un détournement politique délibéré, un tel emploi contestataire du vêtement emporte un passé dont la pleine conscience immédiate échappe aux acteurs comme aux analystes de tous bords. Nul doute que ce passé continuera à se révéler à travers les reconfigurations futures de la contestation populaire.

11 SCHIVELBUSCH Wolfgang, *La nuit désenchantée. À propos de l'histoire de l'éclairage artificiel au XIX^e siècle*, trad. A. Weber, Paris, Gallimard, 1993 [1983], p. 92. Sur la même thématique, voir également l'ouvrage de DELATTRE Simone, *Les douze heures noires. La nuit à Paris au XIX^e siècle*, Paris, Albin Michel, 2000.