

Le nouveau logo du Groupe Vaudois de Philosophie

Ce que nous en ferons ne dépendra que de vous.

(Néo)

Il est difficile de se représenter « la philosophie » vu que la représentation est toujours déjà une notion philosophique. Sans invoquer la grandiloquence de la question du commencement, on dira que pour celui qui souhaite identifier un « groupe de philosophie » ou un « groupe de philosophes », la tâche apparaît de prime abord comme revêche car il n'y a aucun point d'ancrage donné *a priori*. L'identité elle-même apparaît comme un problème fondateur depuis au moins deux millénaires ; et ces images rances de penseurs avec des engrenages dans le cerveau, de lettres grecques (phi) ou de vieux philosophes (*l'École d'Athènes* de Raphael) n'aident pas celui qui chercherait à s'émanciper des carcans scolastiques et ou de l'épouvantail académique pour essayer de trouver une posture agréable et sensée entre tradition et nouveauté. Taper « philosophie » dans Google est de l'ordre de la *doxa* déprimante et non de la pensée revigorante. « Comment faire ? » ; telle était donc la question.

On s'est alors rappelé le schématisme kantien... la pensée sans images de Deleuze... et, de manière générale, *ce qui se produit* lorsqu'on pense (à) un concept proprement philosophique : il n'y a aucune « image » mais il n'y a pourtant pas *rien*. Comment illustrer visuellement ce résidu ? En posant cette question, on obtenait un excellent point d'ancrage qui allait permettre de dessiner philosophiquement...

Il aurait été très dommage, à ce stade, de penser la forme et le contenu séparément : il fallait plutôt instaurer quelque chose dans le logo de manière à ce que le logo instaure en même temps ce quelque chose. C'est pourquoi le logo ne pouvait être réductible à l'Un ; et cela même s'il avait notamment pour mission d'exprimer *notre* unicité. Il fallait lui permettre de toujours faire événement, de toujours étonner celui qui le rencontre, il fallait garantir une durée à son pouvoir instauratif. Presque instantanément, nous avons opté pour un logo génératif – comme on dit aujourd'hui –, un principe de forme, une *information*, plutôt qu'une *forme* donnée pour toujours. En ceci, notre logo allait exprimer nos multiplicités : celle des membres du Comité, celle de la forme de nos événements, celle de nos questionnements, celle de nos productions, celle de nos échanges avec le public et, finalement, celle de notre public lui-même.

Il n'y a pourtant qu'un logo au même titre qu'il n'y a qu'un Groupe Vaudois. Et cette unicité est exprimée dans le logo tant par l'unicité du *principe* d'information, qui est commun à toutes ses occurrences (car le générateur est effectivement unique), que par la structure interne qui relie d'une manière ou d'une autre les éléments entre eux, les uns avec les autres. Multiplicité, unité, structure ; cette trinité de base permet à chaque élément d'exister à part entière, de s'accomplir dans sa condition de constituant en même temps qu'il contribue au tout, dans une complexe et fragile relation transductive, c'est-à-dire codéterminante. Et il y a la place pour les indéterminations : ces dernières se sous-entendent comme les mystérieuses relations sans relata que l'on trouve sur certaines occurrences ; les relations sans relata induisent les indéterminations, et l'espace existe ainsi toujours pour elles. Il y a du possible.

Ce tout organique ne serait pourtant rien sans l'extérieur, sans le milieu dans lequel il se déploie. Comme il n'y a pas un dedans et un dehors mais, bien plutôt, de perpétuels échanges et d'incessantes co-déterminations, il semblait pertinent d'exprimer la structure en assumant sa fragilité et son incomplétude : tout cela devait apparaître comme un réseau perpétuellement inachevé et toujours perméable de façon à signifier davantage un « nous » agglutinant et incorporant son milieu – la Cité, la Maison de Quartier, le public, les citoyens et, bien sûr, les membres – comme sa condition de possibilité plutôt que comme son non-lui.

Finalement, tout ceci bouge dans le temps, tout ceci est très flexible ; et doit l'être sans quoi la mission est en péril face au dogmatisme et à l'idéologie potentiels. Le Groupe Vaudois est une activité, un processus, et non un objet posé sur une table, une chaise. C'est pourquoi les relations sont tantôt tendues, tantôt souples : à la fois solides et flexibles, en métal et en cordages, plus ou moins marquées, dans un esprit qui laisse la chose se déployer de manière adaptive.

Multiplicité, unité, structure, perméabilité et flexibilité : cinq pôles qu'exprime notre nouveau logo dans le nombre *en droit* infini de ses occurrences. Loin des substrats, le Groupe Vaudois regarde dehors, essaie de voir bien et de voir loin, tout en exprimant la tâche de sa propre composition et de son propre maintien dans un devenir où « vous » et « nous » ne sommes que les vecteurs éphémères – les pôles – d'une instauration commune et sympathique de la *sophia* en redonnant en même temps au *philos* son sens intégral.

Jamil Alioui