

(FB), ce n'est pas par amour pour ce réseau que les usagers s'inscrivent, mais plutôt parce qu'ils envisagent tous les avantages qui peuvent en découler. Les questions posées par FB sont très simples: «Veux-tu rejoindre un standard ou non?» ou



«Souhaites-tu t'isoler socialement ou non?». Il en va de même pour les langues. On n'apprend pas nécessairement l'anglais parce qu'on aime cette langue, mais parce que l'on sait que cela va nous ouvrir beaucoup plus de possibilités et nous offrir plus d'avantages. Fondamentalement, la réalité derrière ce type de comportements est intimement liée à l'adoption ou non de standards. Toute l'idée du branding est construite autour du même principe de persuasion, de séduction, de l'influence réciproque des personnes, etc. Cela explique en partie pourquoi l'identité de tous les Etats-nations est similaire: ils cherchent tous à rejoindre un même standard.

– Pourquoi cet intérêt pour Wikileaks ?

– Nous les avons contactés, il y a un peu plus d'une année, après avoir été très impressionnés par la vidéo Collateral Murder. Nous nous sommes rapidement aperçus que leur manière de fonctionner, à cheval sur plusieurs pays et sans juridiction définie, présentait de nombreuses similarités avec le Sealand Identity Project. C'est ainsi que nous leur avons proposé nos services pour réaliser une nouvelle identité visuelle. Même si le projet de reformuler intégralement l'identité de Wikileaks ne sera probablement jamais appliqué, cela nous a permis d'examiner de manière détaillée la nature de la transparence dans le champ politique, tout en prenant conscience que c'est ce principe qui a pris la forme d'un véritable mouvement et qu'il est en passe de réinventer en profondeur l'idée même d'organisation. Ces organisations se construisent autour de frontières très poreuses. L'exemple de Wikileaks, qui est passé rapidement du groupuscule de hackers au statut de phénomène mondial, en est une preuve flagrante. Leur identité visuelle aurait pu être traitée de manière plus réfléchie dès le début. Cela restera un cas d'école pour



les organisations qui suivront les mêmes valeurs à l'avenir.

En ce qui me concerne, suite à ce mandat, j'espère vraiment que nous allons nous débarrasser de l'approche publicitaire traditionnelle pour nous tourner vers quelque chose de plus en plus virale, proche de l'open source.

– Qu'est-ce qu'un logo adaptable ?

– Vous évoquez certainement le logo Multi-Juridictionnel (Multi-Jurisdictional Logo). Celui-ci s'applique à une organisation qui, comme Wikileaks, dispose de serveurs et d'informations éparpillées dans différents pays. Si un gouvernement ou une institution décidait de fermer l'un des serveurs, cela serait immédiatement apparent dans l'identité visuelle, puisqu'une partie de celle-ci disparaîtrait. Dans notre approche, nous nous intéressons plutôt à figurer des amoncellements d'événements, des visages, des fluctuations, etc. Bref, un graphisme accidentel, qui peut se reconfigurer continuellement en fonction des aléas de l'actualité. De manière plus générale, c'est également une manière de réfléchir sur la manière d'aller au-delà de l'image traditionnelle des ONG. Un/e leader, un logo, une campagne publicitaire... ce sont toujours les mêmes éléments qui sont mobilisés. Ceci est devenu d'autant plus important à l'heure où les campagnes humanitaires deviennent toujours plus cyniques dans leur manière de penser et de présenter la douleur des autres.

– A travers cette idée d'entités fragmentées, souhaitez-vous proposer des logos qui ne puissent pas être réduits à des symboles ?

– Oui, cela se rapprocherait plutôt d'une figure psychédélique. Si Wikileaks engendre un tel enthousiasme, ce n'est pas parce qu'il nous permet de lire tous ces câbles. C'est plutôt parce que cette organisation incarne une sensibilité plus profonde. En particulier, une nouvelle reconnaissance pour tout un ensemble de personnes et d'orga-

nismes qui n'avaient aucun droit à la parole antérieurement. Julian Assange est l'exemple-type du leader devenu célèbre à l'encontre de sa volonté. On sent bien qu'il n'apprécie que partiellement ce statut. Il n'est pas un Bono ou un Nelson Mandela et reste une personnalité foncièrement énigmatique.

– Vous vous êtes également penchés sur certaines connexions existantes avec les réseaux sociaux, en particulier Facebook ?

– A l'heure où les Etats se tournent de plus en plus sur des initiatives citoyennes pour gérer certaines questions d'intendance, la gestion politique de FB est de plus en plus similaire à celle d'un gouvernement. Même si ses citoyens vivent aux



quatre coins du globe, les attributs de FB ressemblent de plus en plus à ceux d'un pays. Toutefois, n'étant pas un anti-Facebook, je dois reconnaître que cette plateforme ne rend pas le monde plus transparent. A l'heure actuelle, on en accepte les conditions générales uniquement parce qu'il s'agit d'un service gratuit, offrant des avantages et des possibilités inédites. C'est pourquoi il y a encore si peu de voix pour remettre en cause le mode de fonctionnement et le manque de transparence de FB. Or, plus le réseau s'agrandit, plus il devient impératif que les utilisateurs se fassent entendre. Nous n'en sommes qu'à gratter la surface du problème, mais cela devient très préoccupant. Comment peut-on envisager une société structurée autour de réseaux sociaux? Dans quelles mesures ceux-ci doivent-ils être contrôlés? Quels sont les risques de dérives totalitaires? Telles sont les questions à l'origine de notre récent projet Facestate.

PROPOS RECUEILLIS PAR
JOËL VACHERON

» www.metahaven.net

