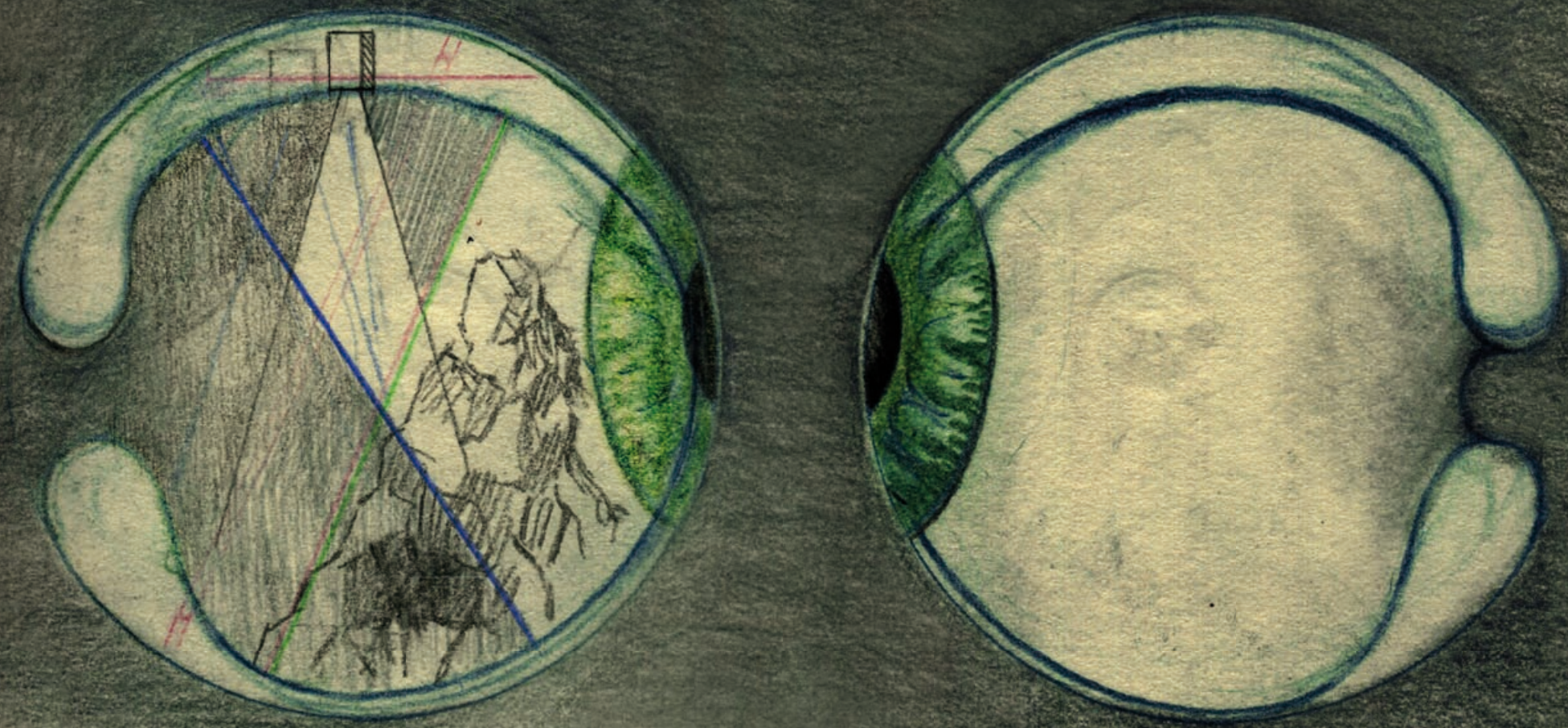




l'eau de l'oubli

L'ORACLE DU REZZAKHOTEL



L'EAU DE L'OUBLI

L'ORACLE DU REZZAKHOTEL

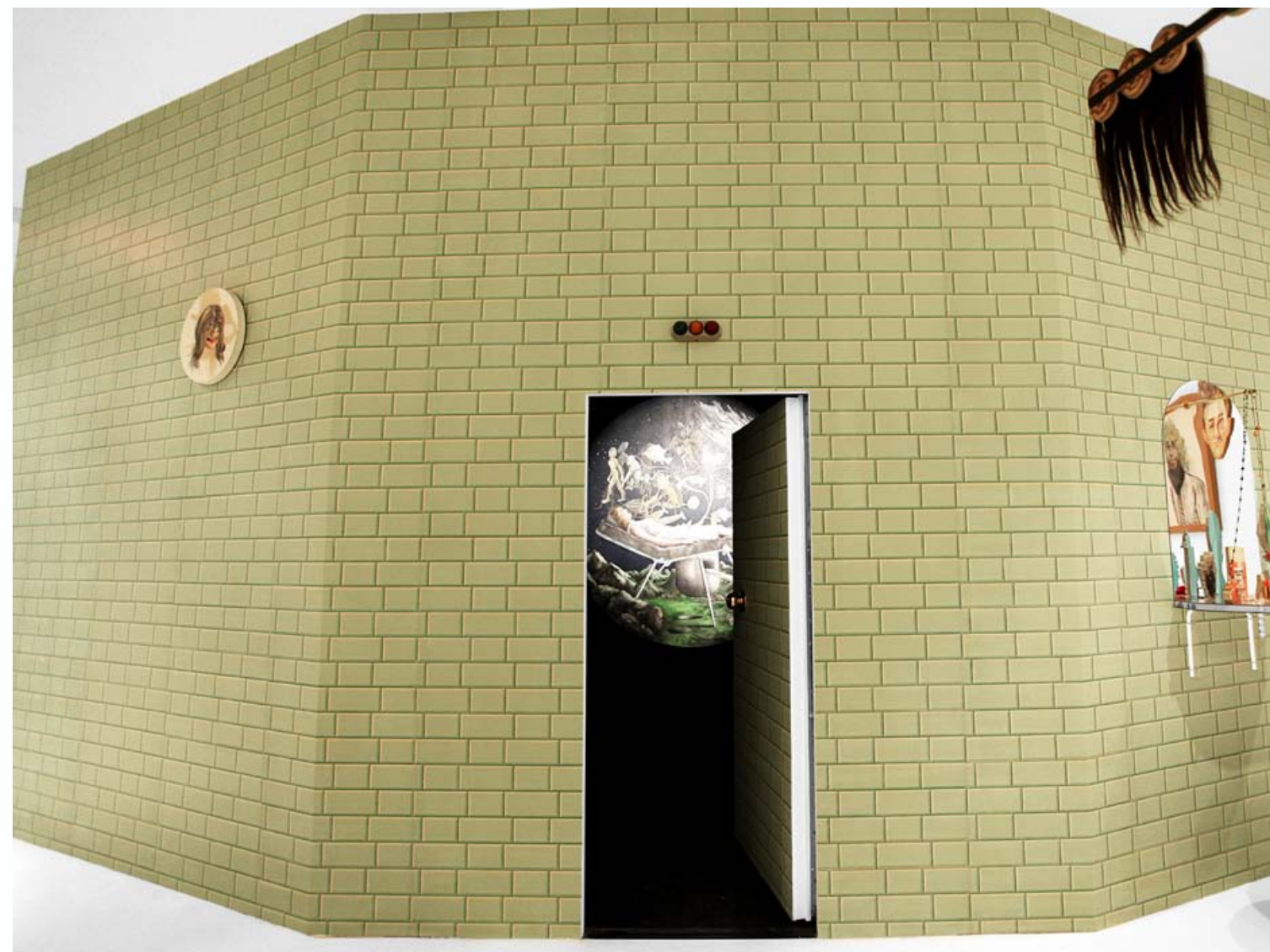
On voit sans doute que je ne prononce pas des oracles, mais que je propose des doutes.
(Comte de Sanois, 13 mars 1789)

Ce projet est soutenu par une aide à la recherche du CNAP (Ministère de la culture)

REZZAKHOTEL

réception/hall

le couloir
les salons
les chambres
le jardin
le restaurant
la salle de projection
le cimetière
room service



Rezzak Coiffure, Hong-Kong, agnès b galerie, détail de l'installation. 2011.

REZZAKHOTEL :

<http://www.franckrezzak.net>

Le Rezzakhotel est le nom par lequel Franck Rezzak désigne le lieu imaginaire dans lequel s'inscrit l'ensemble de ses œuvres. Labyrinthique, réticulaire, mouvant, cet espace mental n'est pas un espace fixe, mais un édifice « organique » en perpétuelle construction. Cette structure métamorphique le rend capable d'accueillir et de révéler les formes hybrides et monstrueuses d'une humanité appréhendée comme merveilleuse et terrifiante, fruit de fantasmes comme source d'angoisses. Avec le Rezzakhotel, le plasticien installe un lieu expérimental, virtuel ET réel, où exposer ces identités nomades, où travailler, par l'espace, les processus de métamorphose du corps.

Le Rezzakhotel est constitué des pièces suivantes:

Les couloirs: porte n° 0 à l'infini...

les salons: *Sargasse nique & Cie, Homéostasie...*

Les chambres: *La mère des crises, Souvenir, Ciel Invisible...*

l'institut de beauté: *Rezzak Coiffure, L'eau de L'oubli, le cabinet de chirurgie esthétique, Transcorp : La chambre du devenir, l'annexe...*

Le jardin.

Le restaurant.

La salle de projection.

Le cimetière.

Room service.

Ect...



L'EAU DE L'OUBLI :

Contexte de l'œuvre : Un oracle dans un « Institut de beauté »

- «*L'institut de beauté*s» (avec un « s ») se concentre sur la question de l'esthétique du corps humain: des modifications de l'apparence (maquillage, coiffure etc.) aux transformations profondes(chirurgie, modifications génétiques, nanotechnologies, prothèses etc.).
L'institut de beauté offre une réflexion sur les nouvelles normes du corps.
Quatre lieux se suivent : Rezzak Coiffure¹, L'Eau de l'oubli²(l'Oracle), le cabinet de chirurgie esthétique³(la salle d'attente), et Transcorp⁴, illustrent le passage de la modification esthétique de surface à la mutation post-humaine.
- *L'Oracle*, oraculum : la parole, la réponse implorée, est avant tout conçu comme un lieu sacré où des énoncés sont à chercher sur notre époque de transition et de révolutions (des communications, des technologies virtuelles, des éthiques scientifiques, de l'individualisme social etc.).
- *L'Oracle* est une salle propice au doute, à la suspension du jugement, où faire le bilan sur son passé donne à envisager l'avenir.
- Avec *l'Oracle*, Franck Rezzak cherche à sensibiliser le public aux promesses d'une « technologisation » croissante du corps et du monde et aux risques inévitables qui lui sont liés.
- Entre rêve et cauchemar, prédiction magique et fiction d'anticipation, l'Oracle est un miroir temporel qui mène à la réflexion.

Les odeurs au nombre de trois, seront créés par trois personnalités du monde du parfum:

MarK Buxton (Co/créateur de la boutique Nose), Karine Chevallier (Olfactif design) et Bertrand Duchaufour (L'artisan parfumeur).

1 « Rezzak Coiffure », 22 janvier – 7 mai 2011, Galerie Agnès B, Hong-Kong.

2 & 3 Pièce non encore réalisée.

4 « Transcorps », 24 Mars– 26 mai 2012, Galerie du jour Agnès B, Paris.

- Le dispositif oraculaire

Une petite pièce géodésique de 5 mètres de diamètre (environ), un dôme translucide à travers lequel on devine la sculpture principale. Elle représente un oeil géant qui délivre des visions fantomatiques générées par un théâtre optique en interaction avec un diffuseur de parfums.

Une petite pièce de 3 mètres de diamètre (environ), à l'intérieur un dôme translucide à travers lequel on devine la sculpture principale : un oeil géant qui délivre des visions fantomatiques générées par un théâtre optique en interaction avec un diffuseur de parfums.

- L'œil divinatoire :

« La forme de l'oracle – un énorme oeil – s'apparente aux divers traits de la tradition divinatoire grecque. Ainsi, le tripode, sur lequel repose l'oeil, est un objet sacré d'Apollon donné à la Pythie. La prêtresse y crachait l'énigme sur les vapeurs enivrantes et hallucinogènes qui s'en échappaient. Selon les légendes archaïques, les trois pieds représentaient le regard d'Apollon ouvert en trois perspectives: le passé, le présent et le futur. Dans L'Institut de beauté, cet immense oeil-oracle est une incarnation de la vision apollonienne, celle qui montre le passé, le présent et le futur aux personnes venues la consulter.

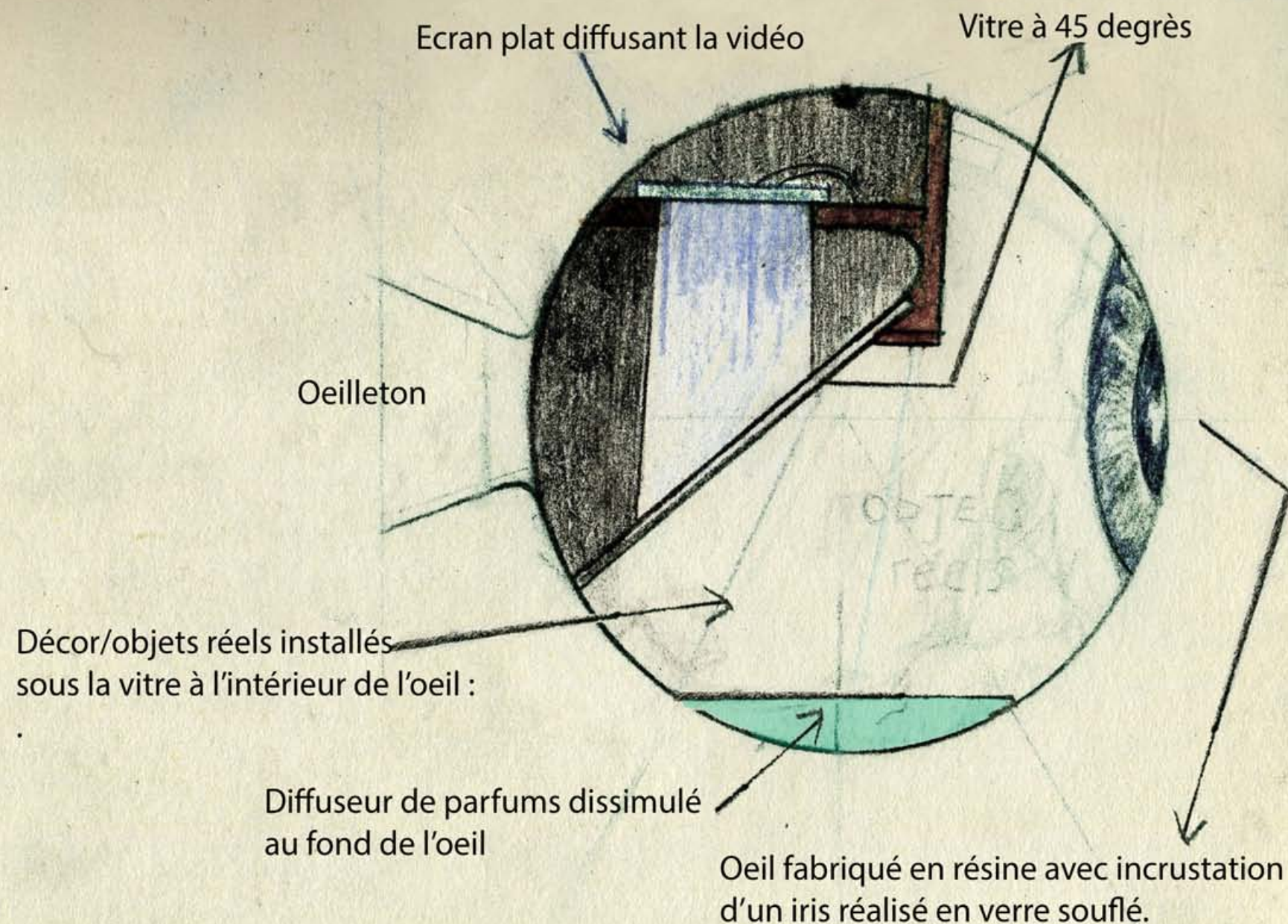
L'Oracle de Franck Rezzak se veut une réminiscence de la pratique divinatoire pré-apollonienne, tellurique, archaïque, féminine où Gaïa la Terre de Nyx, de Thémis, préconisait la divination sur la base des rêves ou oniromancie» (Kristina Mitalaite)

- Les vidéo-visions:

On observe les visions de l'Oeil géant à travers un oeilleton situé à l'arrière. Tels les messages sibyllins de la Pythie, des images disparates, accumulées en montage désordonné et déconstruit, ne laissent apparaître aucune direction ou interprétation univoque.

L'Oeil plie les courbes du temps et confond les époques, à l'image des data numérique, sans centre ni hiérarchies.

Pas de narration, ni de sens immédiatement perceptible à chercher, l'interprétation doit d'abord pouvoir s'arranger avec l'indifférencié.



« L'eau de l'oubli » et le parfum : trois axes interprétatifs

- 1. Mythologique I : (Le) Léthé :

Dans la mythologie grecque, Léthé est la divinité de l'oubli (Λήθη / Léthê, « oubli ») et le nom d'un des cinq fleuves des Enfers. Les âmes boivent son eau soit pour oublier leurs vies terrestres avant d'entrer dans le royaume des morts, soit pour oublier leurs vies antérieures avant une réincarnation (les Grecs croient à la métempsychose).

- Dans l'Oracle, *L'eau de l'oubli* assume symboliquement cette fonction d'oubli en proposant une senteur inédite, ne faisant appel à aucun souvenir précis. *L'eau de l'oubli* doit, dans un premier temps, produire un certain effet de surprise, troubler le public, le décentrer.

L'eau de l'oubli appelle à de nouvelles associations, les odeurs doivent être singulières, ne pas répondre à des structures trop attendues, elles doivent dépersonnaliser.

L'eau de l'oracle est donc métaphoriquement le moyen de l'oubli de soi, à la fois perçu comme promesse du monde actuel (s'oublier pour mieux se réinventer) et comme menace future (se perdre comme homme, voire comme être vivant).

- 2. Anthropologique: mémoire et plaisir

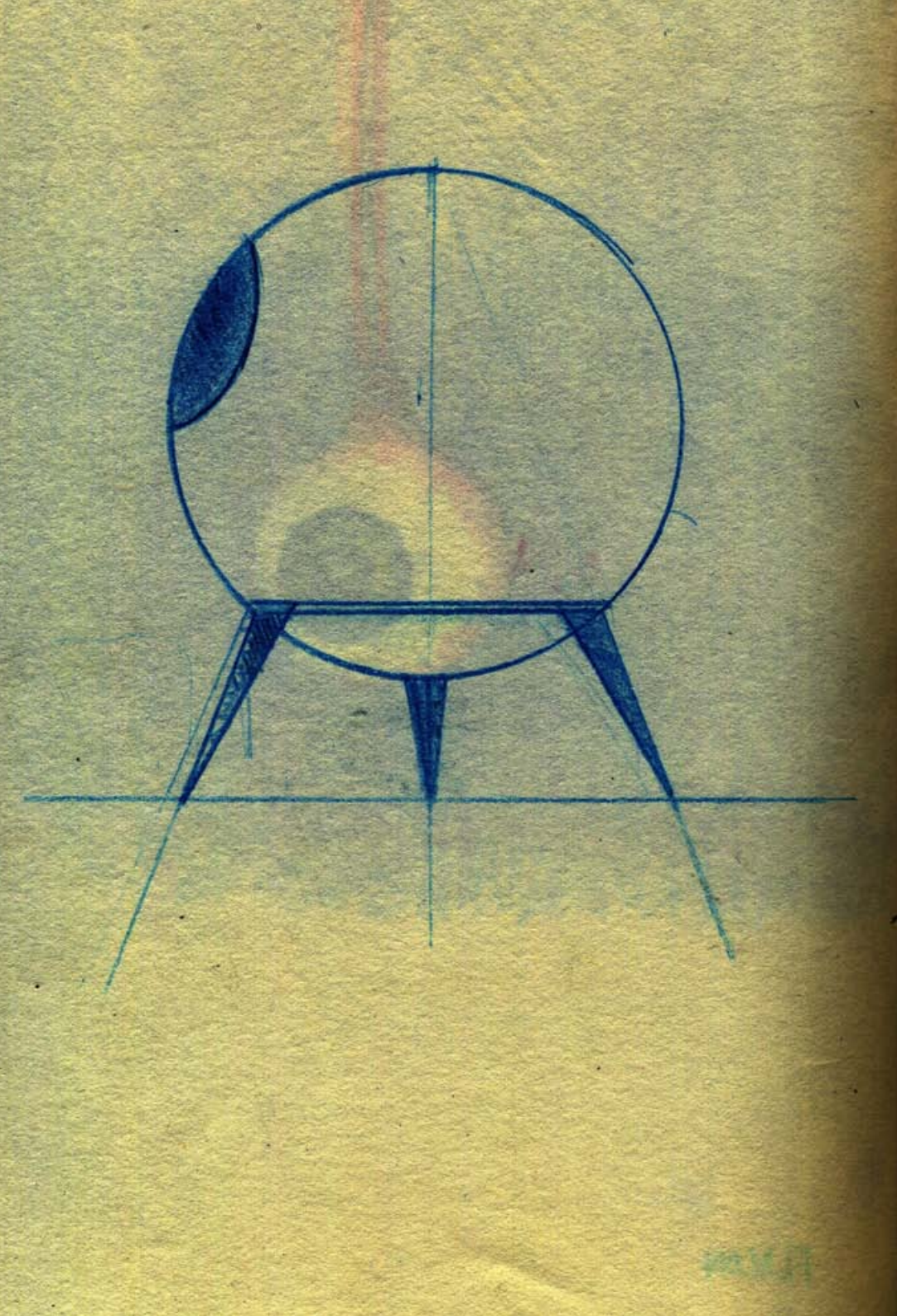
En neurobiologie, la mémoire olfactive relève de la mémoire épisodique (les souvenirs) plutôt que de la mémoire sémantique (connaissances). Directement connecté à la mémoire vivante, elle permet même de « revivre » un événement important. L'odeur est un des marqueurs sensoriels les plus affectés, on parle d'ailleurs de tropisme hédonique pour désigner la persistance des odeurs agréables d'enfance (dans 85% des cas, ce sont elles qui sont retenues).

Franck Rezzak part pourtant du constat d'un usage vital décroissant de notre odorat et des tendances odophobes grandissantes des sociétés modernes occidentales (haleine, odeurs corporelles, gaz, etc.).

L'Oracle peut être vu comme une poétisation nostalgique de cette perte de repère dans la fonction mémorielle des parfums.

« Dans tes jupons remplis de ton parfum
Ensevelir ma tête endolorie,
Et respirer, comme une fleur flétrie,
Le doux relent de mon amour défunt »

C. Baudelaire, Les Fleurs du mal, XXX,
« Le Léthé » (extrait)



- 3. Culturel: Les odeurs dans l'art aujourd'hui:

La place de l'odorat parmi les œuvres d'art contemporain est relativement marginale. Mais certains plasticiens ont malgré tout centré leurs pratiques sur ce médium sensoriel :

- *Sissel Tolaas*, plasticienne chimiste : elle a notamment (re)créé l'odeur de la première guerre mondiale, pour le Musée de l'armée allemande de Dresde. Une autre de ses pièces, *Fear*, décline une variété d'odeurs de peur captées sous les aisselles de grands angoissés, grâce à la technologie Head Space. Enfin elle cartographie olfactivement des villes comme Paris, Berlin, Cape Town, Mexico et dernièrement Kansas City.

- Depuis 2011, Kate McLean explore également cette voie à Newport, Glasgow, Edinbourg, New York, Amsterdam et Paris.

- *Boris Raux* : Au fil de ses travaux, il élabore ce que l'on peut appeler une « chronique olfactive de société ».

Plus nombreux sont ceux qui l'utilisent de façon ponctuelle :

- *Laurent Fiévet* : Portrait au bouquet de violette

- *Mike Kelley* : gigantesques formes abstraites dégagant du désodorisant

- *G. Titus-Carmel* : Forêt vierge/amazone au MAM (1971) : trois appareils odorants : eau croupie, végétation pourrissante et une fleur. Chaussée des géants à la galerie Templon (1970) : diffusion d'une odeur de sable mouillé et de varech dans une salle vide.

- *Anicka Yi et Maggie Peng* : Les artistes new-yorkais se sont réunis pour créer SHIGENOBU, une fragrance dont le packaging est réalisé à la main. Les packs, réalisés en bois de cèdre rouge, rappellent le Liban en terre d'accueil.

Toutefois, dans la mesure où l'installation et le multimedia autorisent toutes sortes de matériaux, les œuvres peuvent parfaitement présenter des qualités olfactives significatives : travail du moisi et de la putréfaction chez Michel Blazy, des épices dans les sculptures d'Ernesto Neto, des odeurs de mares dans la grotte de Duchamp, des eaux croupies de Ben, des graisses suintantes de Joseph Beuys, des montagnes de pollen de Wolfgang Laib, les objets critiques à odeur de fraises de Monic et Yvon Cozic, les végétaux de Francine Larivière, la robe en viande de Yana Sterbak, les moineaux en latex de Tim Hawkinson etc.



Dans l'Oracle, les parfums auront donc une place de premier choix, ils participeront de manière active au conditionnement psychique du public : les senteurs doivent être multiples, hybrides, et propices aux voyages mentaux, aux associations d'idées et de sensations. Présentés dans des flacons, ils constitueront des éléments forts et inhabituels du dispositif plastique. Il s'agit donc bien d'inscrire l'odeur parmi les mediums possibles de l'art, de penser la démarche d'une manière libre, singulière, créative et ludique.

L'air du temps en trois façons

A l'image des flacons (figures de momie ou de vieillard) les trois senteurs seront chargées d'incarner une allégorie du temps, déroulée, en trois actes : passé, présent, futur. Selon les pays, les régions, les époques, les mutations de civilisation ne s'effectuant ni au même rythme, ni de manière uniforme, nous reprenons et adaptons une classification des Sciences Sociales entre sociétés traditionnelles, industrielle et postindustrielle.

L'enfance de l'humanité: la société préindustrielle ou traditionnelle :

Aussi appelée première, primitive ou féodale, la société traditionnelle se distingue par une organisation simple et hiérarchique, une économie mécanique (Émile Durkheim : la « solidarité mécanique »), à dominante agricole et artisanale. Elle repose sur les coutumes et traditions, ainsi qu'une très forte présence du sacré : représentations du divin, omnipotence de la religion. Hiérarchisée, cette société respecte l'organisation en castes, en familles, en ethnies, creusant fortement les oppositions et les écarts entre élites et pauvres.

La civilisation moderne: la société industrielle

La société industrielle, moderne, occidentale, a été définie par le sociologue Raymond Aron, par la recherche du progrès, impliquant une certaine idée de la communauté. Deux modèles économiques : le soviétique (nécessairement totalitaire) et le capitaliste (menant certes à la démocratie, mais ralentissant la croissance). Issue de la révolution industrielle⁴ Les changements sociétaux sont nombreux : baisse de la religion, promotion de l'égalité démocratique, automatisation avec tendance à la mondialisation, à la consommation de masse, motorisation, essor de la science avec prise de conscience des bénéfices de l'hygiène.

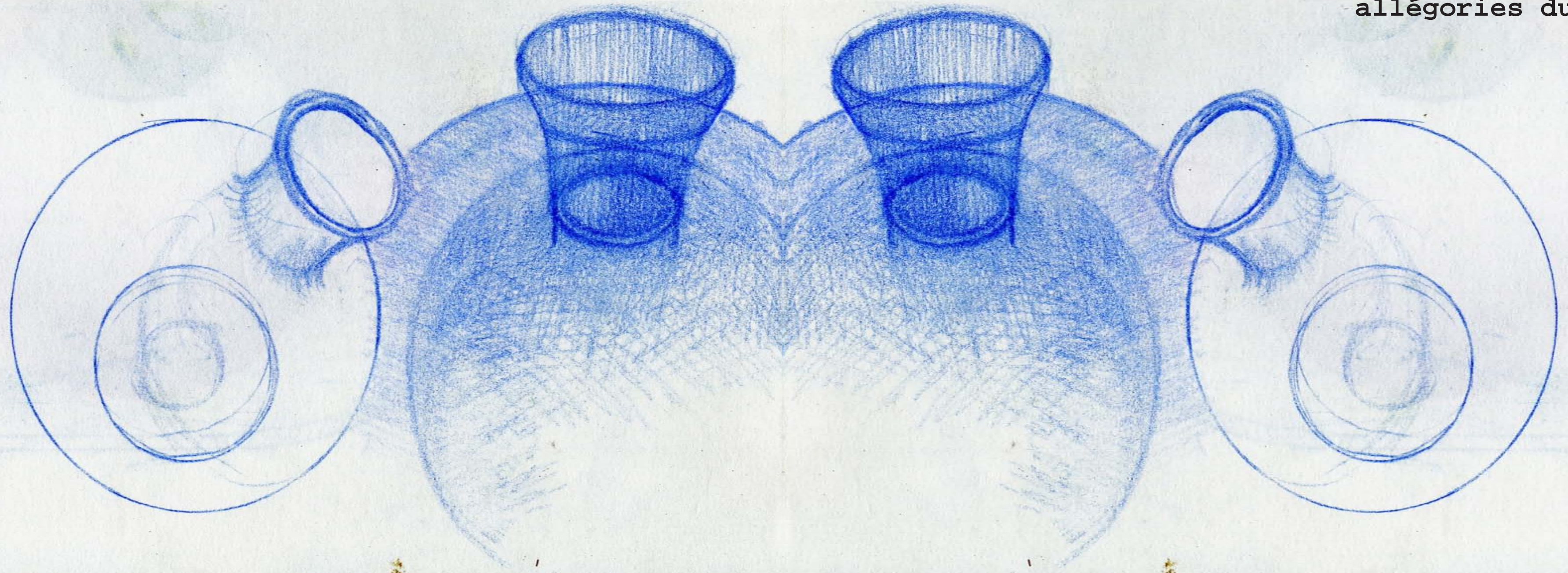
L'avenir du monde: la société post-industrielle :

Bien qu'associée au « futur », la société post-industrielle est une réalité sociale émergente depuis les 1970s, nous sommes donc actuellement en pleine transition⁵. La société post-industrielle a pour principale caractéristique la subordination des éléments matériels (matières premières et machines) à des éléments immatériels (connaissance) dans l'organisation sociétale. Elle marque l'évolution vers la société de l'information telle que la pense Bernard Stiegler, une nouvelle économie, plus complexe et moins visible : celle du savoir. Le post-industriel croise aussi la thématique post-humaine : un monde parfois désaffecté, vivant sur les ruines de ses industries, rendant dérisoires les principes humanistes.

⁴ Dès fin XVIIe en Grande-Bretagne, accélérée vers 1840 avec le développement du réseau ferroviaire, début XIXe pour la France, milieu pour l'Allemagne et les US, Japon-Russie dans le dernier tiers.

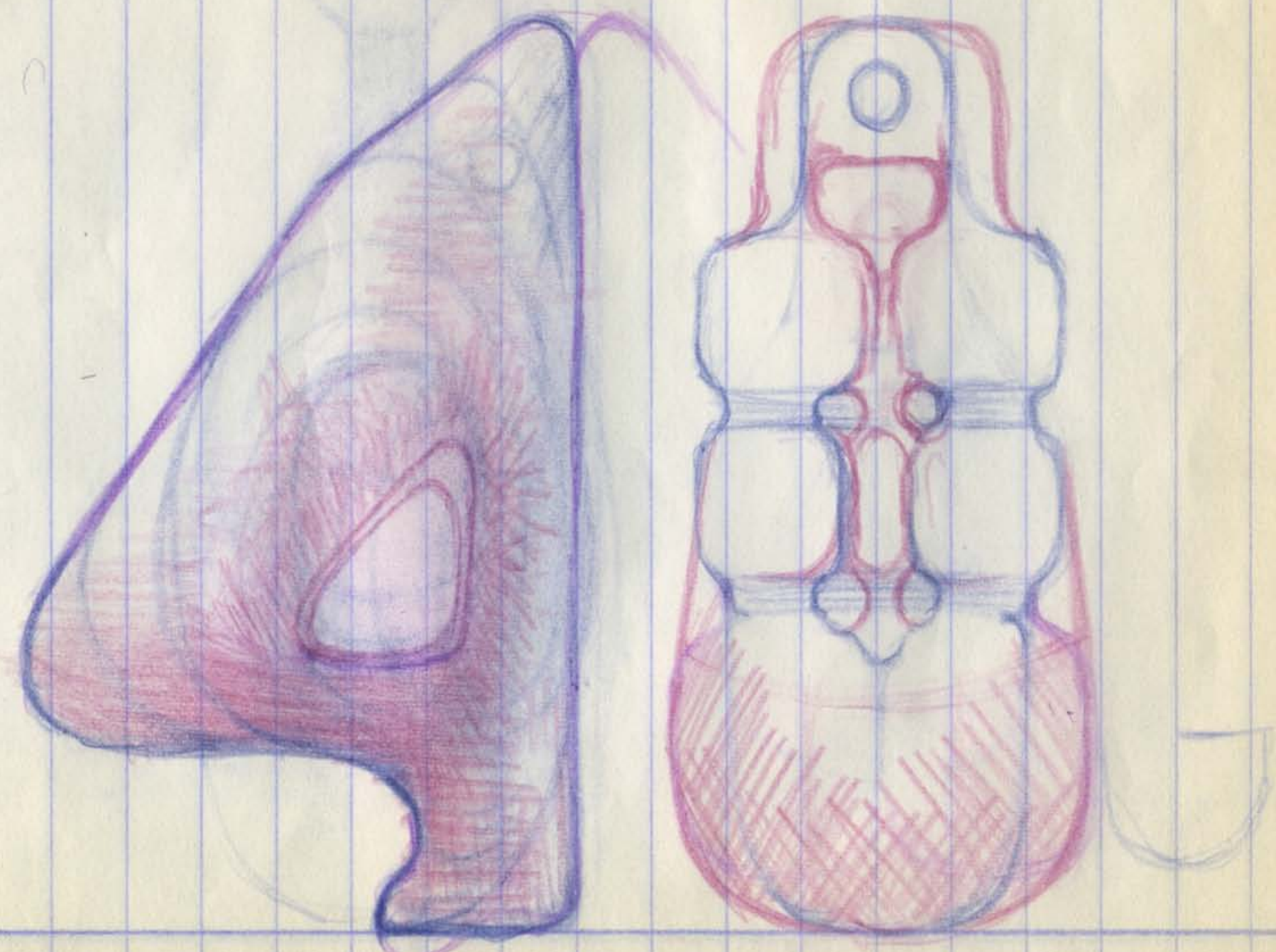
⁵ Ulrich Beck, Daniel Bell, Anthony Giddens et Manuel Castells affirment que nous sommes au milieu d'une transformation ou d'une transition de la société industrielle vers la société postindustrielle. En France, Alain Touraine, Daniel Cohen sont les tenants intellectuels de cette question.

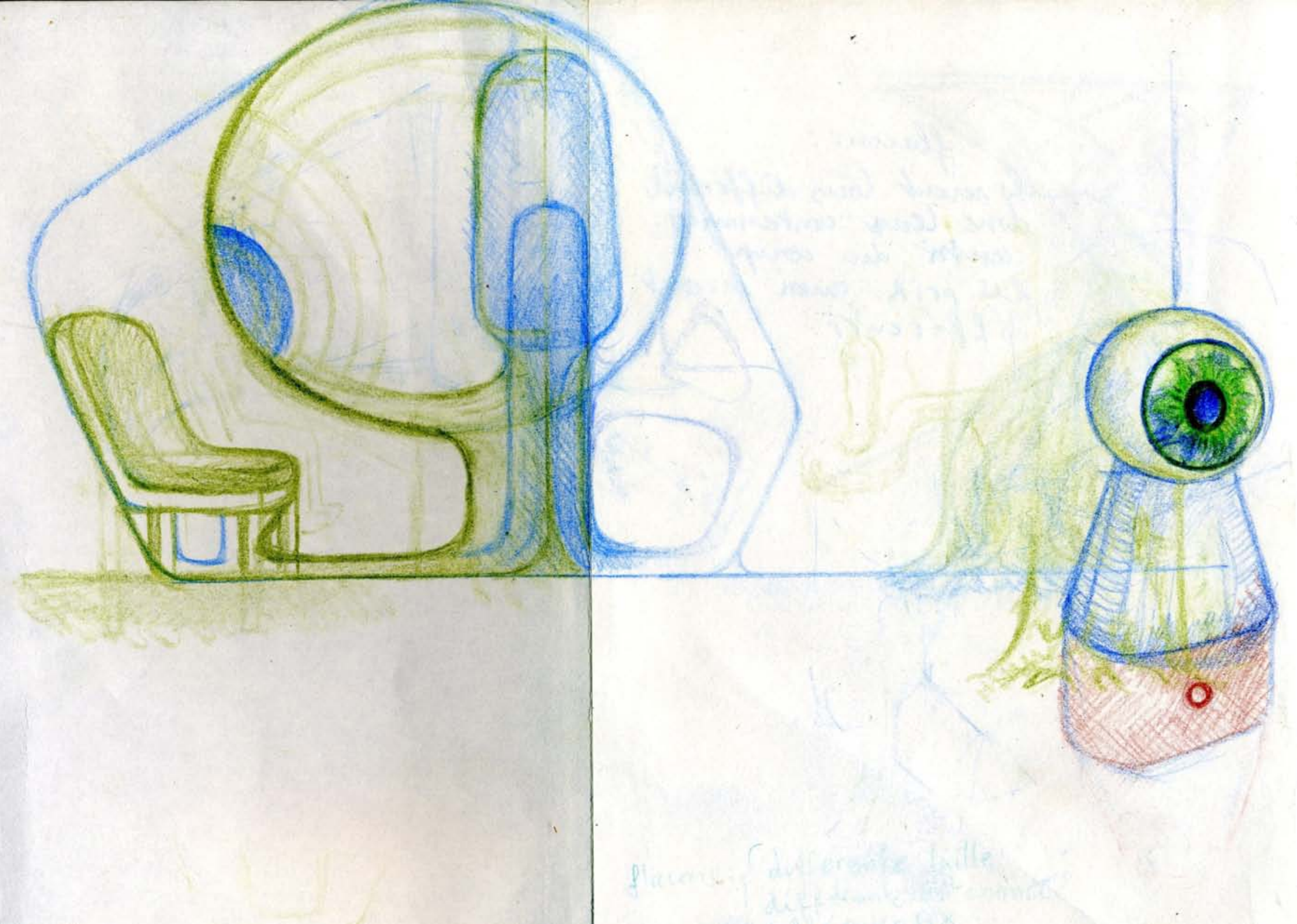
LES FLACONS :
allégories du temps



Pour les Égyptiens, la mort naturelle n'existe pas, il n'y que la mort brutale. Le déchirement d'Osiris par Seth est corporel, mais il est aussi social : le mythe d'Isis, rassemblant les parties du corps de son frère dispersées à travers toute l'Égypte se reproduit dans le rituel de l'embaumement et des funérailles. Tout est fait pour réintroduire la mort dans la société. Le death power, expression que Baudrillard applique à la société occidentale, concerne tout particulièrement les Égyptiens : contrairement au monde contemporain, la culture pharaonique faisait face à la mort d'une manière frontale. Il fallait l'intégrer, la rendre visible afin de mieux la désamorcer.

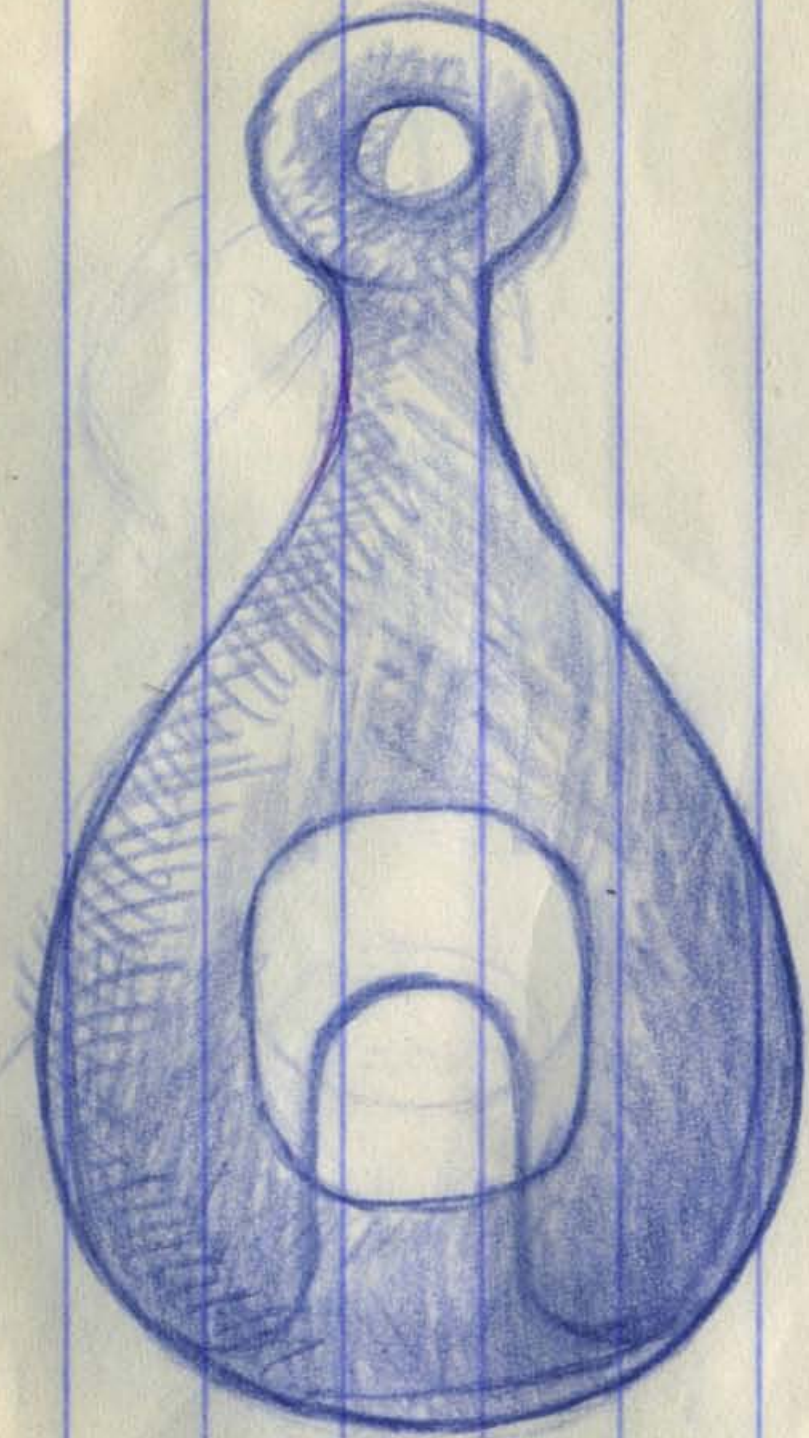
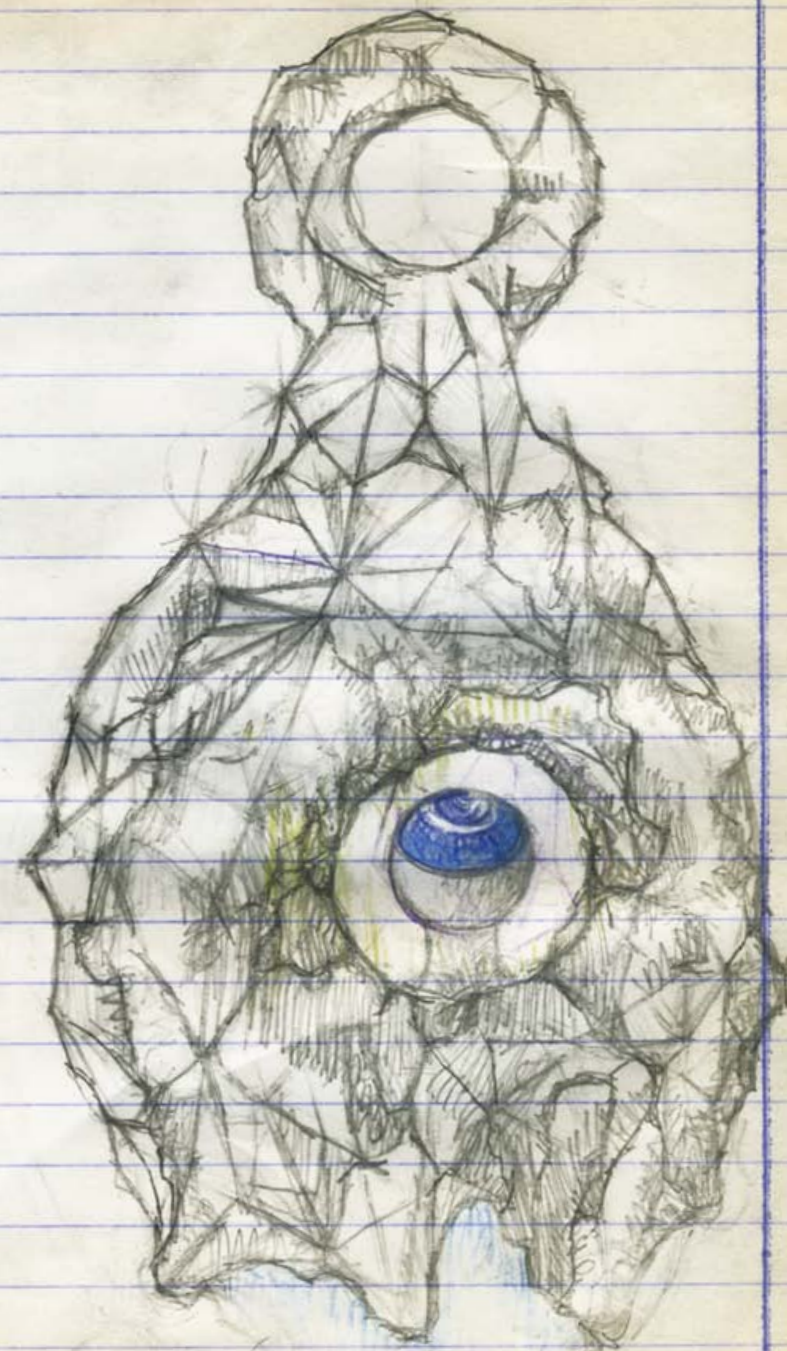






FLACON





LES SONGES CREUX

sont des sculptures/écrans qui abritent
les trois flacons d'odeur représentant :
L'enfance de l'humanité/ le passé,
La civilisation moderne/le présent
L'avenir du monde/le futur

Ces sculptures sont disposées dans l'espace
d'exposition à l'extérieur de la structure
géodésique contenant l'oeil géant.

L'EAU DE L'OUBLI

Copyright 2014

un projet de Franck Rezzak

15 Rue Louis Blanc 75010 Paris +33 (0)614825010 franck.rezzak@free.fr