



EXPOSITION 6 septembre 2023 - 18 mars 2024

Nouvelles du Paradis. Carte postale de vacances.

Musée de La Poste, en partenariat avec les Archives Nationales

Notre prochaine exposition intitulée "Nouvelles du Paradis : La carte postale des vacances" met en lumière la carte postale, cet objet touristique emblématique de correspondance qui occupe une place particulière entre la fiction et le document.

De la fabrication aux usages, l'exposition révèle les faces cachées de cet objet apparemment ordinaire et examine la pluralité de ses sens, en passant du recto au verso. Mêlant histoire, ethnologie et art contemporain, l'exposition aborde la question de la production de la carte postale touristique illustrée, à travers son iconographie, sa matérialité et ses logiques de commercialisation.

Elle traite également la carte postale comme objet de correspondance, évoquant les pratiques sociales cristallisées autour de son acquisition, son écriture, sa circulation, son statut en tant qu'objet de collection, de même que l'impact des modes de communication numériques.

La carte postale à travers l'image et l'écrit, invite à un voyage singulier... L'image fige le souvenir dans un lieu de vacances, un lieu sublimé auquel s'associent un mot, une pensée. Elle permet d'entretenir le lien avec l'autre. D'une écriture manuscrite, unique, elle devient objet de l'intime. Tel un imperceptible fil d'Ariane, la carte postale relie les êtres et reflète un imaginaire collectif.

Images sublimées, stéréotypées, clichées, derrière l'objet banal se cache le reflet d'une société... La carte postale est une trace dans le temps, d'un lieu, d'une mémoire individuelle et collective. C'est ainsi que, dématérialisation des modes de communication oblige, cet objet s'adapte, évolue et se perpétue en prenant de nouvelles formes.

PRINCIPES SCÉNOGRAPHIQUES

La scénographie explore avec humour l'imagerie touristique et les pratiques sociales autour des cartes postales.

Le visiteur sera d'abord immergé au cœur de ces images banales. Des tourniquets présentent des séries de cartes postales, invitant le visiteur à évaluer les permanences et les ruptures dans la façon de représenter les vacances et le voyage. En arrière-plan, des dioramas grand-format décomposent cette iconographie stéréotypée, prélevant des fragments.

La seconde section invite les publics à une démarche d'analyse du contexte de production des images à travers une grande table lumineuse qui invite le visiteur à s'asseoir, à prendre le temps de se pencher sur les images pour mieux les observer et comprendre les étapes de travail d'un éditeur, de la prise de vue à la vente.

Les cartes sont ensuite classées selon des modalités d'écriture et un espace de projection autour des "cartes écrites" est aménagé.



L'EXPOSITION S'ARTICULE AUTOUR DE QUATRE SECTIONS.

La première section lève le voile sur la **fabrique du regard touristique**. D'abord utilisée comme un format administratif pour envoyer des informations commerciales ou publicitaires à découvert à partir des années 1870, les cartes postales ont ensuite été utilisées comme un moyen de communication privé, bon marché et fragmentaire entre proches, principalement lié aux facteurs de migration forcée ou volontaire.

Au début du XXe siècle, l'envoi de cartes postales pendant les voyages est devenu un rituel de vacances, et l'essor des congés payés et du tourisme de masse reflète « l'envie du monde ». Média de masse qui a façonné l'imaginaire visuel moderne de l'ailleurs elle a participé à la construction de stéréotypes visuels de territoires via la représentation de monuments emblématiques, bords de mer, sommets, personnages "typiques" ou scènes "pittoresques".



De l'émergence
de l'industrie du produit
dérivé.



La seconde section présente l'industrie de la carte postale à travers les métiers, les moyens, la diffusion. Dès ses débuts, la carte postale a été pensée et produite comme un objet industriel. La concurrence entre éditeurs se jouait sur le nombre et la portée de leurs lieux de vente plutôt que sur la qualité visuelle de leurs propositions, tandis que les stratégies publicitaires incluait la création de différents supports pour promouvoir les cartes.

Prise de vue.



Prendre
de la hauteur.



Fabriquer, éditer.



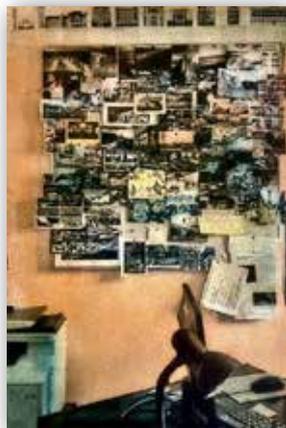
Diffuser, vendre.

MAINTENIR LE LIEN, ÉCRITURE ET RÉCEPTION.

Cette section se concentre sur le rituel vacancier de l'envoi de la carte postale, en examinant son acquisition, sa circulation, son statut et sa monstration dans les espaces plus ou moins collectifs.

Les contraintes d'écriture sur la carte postale étaient à l'origine très strictes, puis elle est devenue un mode minimaliste de communication où l'intention prime sur la rédaction. Lorsqu'elle est expédiée, la carte postale est un puissant vecteur de lien social, permettant d'identifier ses réseaux sociaux et de les réchauffer ou les réveiller. Aujourd'hui, cette pratique est en voie de disparition depuis le développement d'internet, du téléphone portable et des réseaux sociaux. Une enquête photographique se situe quasiment dans un registre de l'archéologie du monde contemporain, visant à collecter les dernières traces de ce phénomène.

Envoyer ses cartes...
Jeux d'écriture



Entretenir
son réseau.

Ère Jonas a mené une enquête photographique qui s'apparente presque à de l'archéologie du monde contemporain. Cette initiative vise à collecter les dernières traces de ce phénomène social qui, malgré sa disparition imminente, reste un témoignage poignant de notre histoire culturelle.

La dernière section met en lumière l'importance des cartophiles, qui au début du XX^{ème} siècle, étaient aussi nombreux que les philatélistes. Les cartes postales étaient utilisées pour créer des liens sociaux, être collectionnées et documenter les traditions, tandis que les artistes exploitaient leur potentiel visuel pour créer des œuvres d'art... **une matière pour les collectionneurs.**



ACTIONS D'ACCOMPAGNEMENT

- Programmation : actions de médiation sur les thèmes de la photo, de l'écriture et du voyage ainsi que 2 événements (dont un scientifique)
- Communication : un jeu concours en juin et une campagne de promotion en septembre
- Boutique : gamme de produits dérivés