Noël est-il devenu la fête d'Amazon avant d'être celle de la venue du Christ ?

17/12/2017 à 12h12

La une de l'hebdomadaire allemand Der Spiegel de cette semaine a de quoi interroger : on y voit le petit Jésus livré par Amazon à ses parents, Marie et Joseph, qui semblent manifestement déçus du cadeau.

L'article du Spiegel raconte comment la fête de Noël telle qu'elle est vécue aujourd'hui a fait du consommateur un nouveau Dieu sur terre, « Der Kunde als Gott ». Il évoque la révolution produite par Amazon et le commerce en ligne, particulièrement visible à l'occasion de cette fête tant célébrée. Évoquant l'offre de service d'Amazon et la toute-puissance du consommateur, la peinture imaginée présente ainsi Marie et Joseph comme des consommateurs lambda.

Sur cette une, Marie et Joseph apparaissent comme des consommateurs typiques d'aujourd'hui : capricieux et se voulant tout-puissants. On les voit refuser le cadeau qui leur a été fait et se demander s'ils peuvent l'échanger. Autrement dit, ils refusent d'accueillir le Christ. Le commerce en ligne et plus généralement la transformation de Noël en fête de la consommation semblent, selon le Spiegel, avoir sonné le glas de l'esprit de Noël. C'est ainsi qu'il faut comprendre le jeu de mot dans le titre « Das gelieferte Fest ». En allemand, « geliefert » est le participe passé du verbe « livrer » (« liefern ») : le titre se traduit donc « Noël, la fête de la livraison ». Mais en même temps, le mot « geliefert » utilisé comme adjectif veut dire « cassé » ou « fichu ». Il semble donc que Noël comme « fête de la livraison » et de la consommation signifie la mort de l'esprit de Noël. […]