

Et Noël vint...

Yvan Fortier

Numéro 24, hiver 1991

Mon pays c'est l'hiver

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/7766ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions Cap-aux-Diamants inc.

ISSN

0829-7983 (imprimé)

1923-0923 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Fortier, Y. (1991). Et Noël vint.... *Cap-aux-Diamants*, (24), 70–73.

«La veillée de Noël».
(Canadian Illustrated
News, 23 décembre
1876).



ET NOËL VINT..

par Yvan Fortier*

LE MILIEU DU XIX^e SIÈCLE CONSTITUE LA PÉRIODE CHARNIÈRE où progressivement la Noël s'installe comme symbole de réjouissances civiles et non plus uniquement religieuses. Avec le règne de l'enfant-roi qui s'affirme alors, s'imisce ce personnage débonnaire dont l'identité se précise rapidement: Santa Claus, le père Noël!

Noël et les médias

Santa Claus, l'arbre de Noël et l'avalanche de cadeaux de circonstance appartiennent aux réalités médiatiques. En très grande partie, Santa Claus doit son existence aux journaux. Il revient à la presse américaine d'avoir en quelque sorte amalgamé en un seul être les diverses personnalités du donateur d'étrences connues jusqu'en 1822. Cette année-là marque la naissance, sous la plume d'un pasteur new-yorkais, Clement Clarke Moore, de cet étonnant petit lutin qui descend dans les cheminées et voyage par les airs dans une carriole tirée par huit rennes. À chaque année, le poème de Moore, «La veille de Noël» (The Night Before Christmas), sera repris par les journaux, on en fera des livres pour les

enfants et un dessinateur comme Thomas Nast fournira peu à peu la physionomie de l'être mythique.

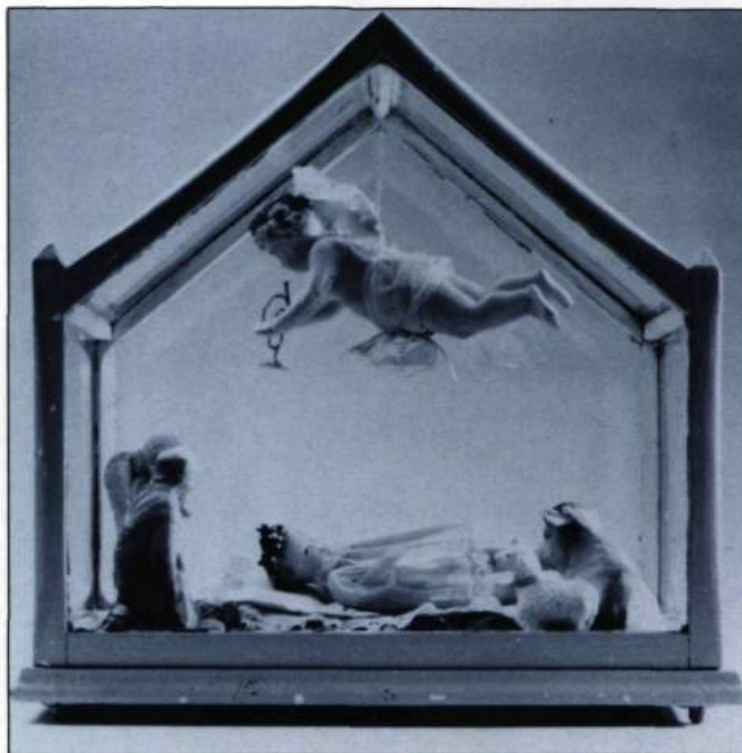
À la cour britannique, vers le milieu du siècle dernier, le couple royal, la reine Victoria et le prince Albert, est là aussi en passe de créer son image médiatique. Aux journaux avides des faits et gestes de la célèbre famille, le prince consort offre une image choc pour la Noël de 1848: le couple et ses enfants au pied d'un arbre de Noël chargé de bonbonnières au bas duquel s'étale une pléiade de cadeaux non emballés. L'*Illustrated London News* publie cette touchante illustration que le *Godey's Lady's Book* américain reprend en 1850. La mode en est lancée; l'arbre décoré a désormais acquis ses lettres de noblesse.

Les marchands y trouvent aussi leur compte grâce aux cadeaux. Ils atteignent leur clientèle cible à travers les journaux, par des messages publicitaires un peu naïfs comme celui que publie John M. Bell dans *Le Pays* en 1866: «Santa Claus invite tous ceux que cela peut regarder de

rendre visite au No 451, rue Notre-Dame (à Montréal), où l'on verra exposé(s) (...) ses célèbres cadeaux (...). La situation change considérablement vers la fin du siècle alors que les grands magasins publient des catalogues entiers de suggestions de cadeaux pour les enfants et les adultes. La fièvre de la consommation qui nous assaille chaque année à l'approche de Noël trouve son origine au siècle dernier.

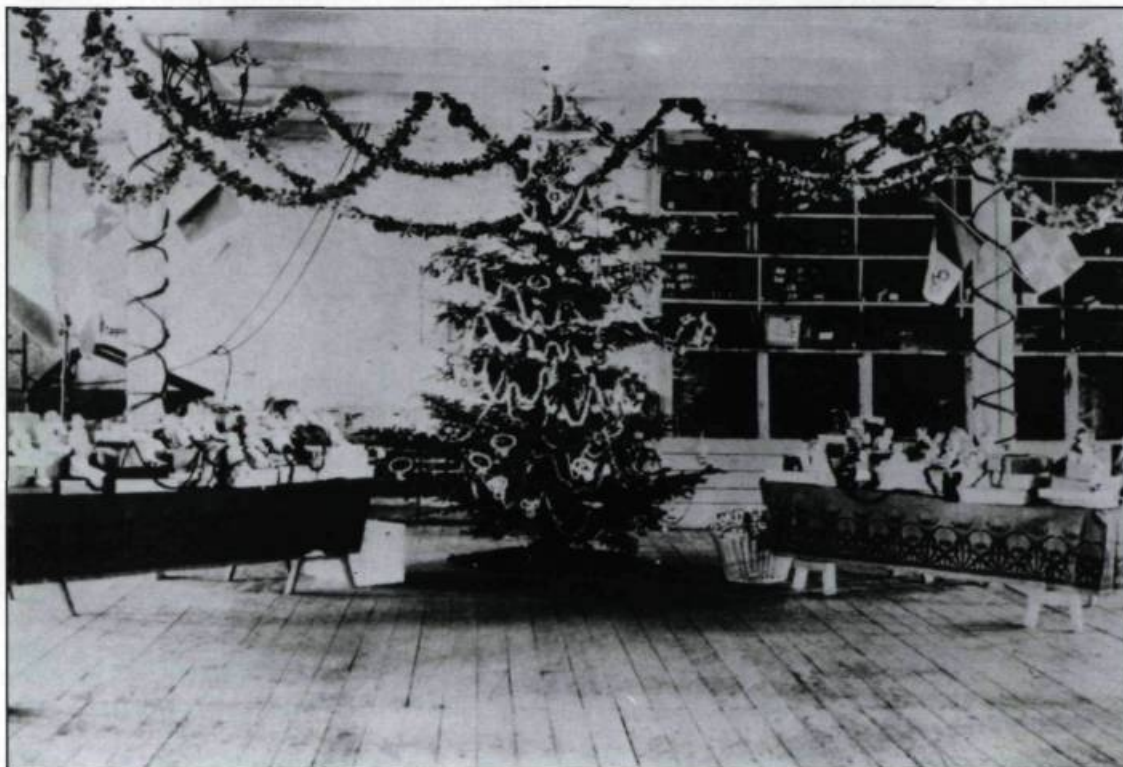
De saint Nicolas au père Noël de Coca-Cola

Depuis le ^{xvi}^e siècle, Nicolas était le donateur le plus évoqué dans le monde chrétien. Il distribuait ses cadeaux le 6 décembre, soit à la date présumée de la mort de cet évêque d'Asie Mineure survenue, semble-t-il, vers l'an 310 de notre ère. À travers de nombreuses péripéties, le Moyen Âge allait en faire le protecteur des enfants, mais sa personnalité demeure ambivalente. Son image reflète celle d'un donateur attentionné mais il reste toujours un être moralisateur qui punit l'enfant sans mérite. La représentation traditionnelle le montre portant des vêtements sacerdotaux. Au siècle dernier, certains illustrateurs le représentent habillé d'un long manteau à capuchon, tirant un âne, parfois une chèvre. Longtemps, des générations d'enfants québécois associèrent leurs étrennes à la bonté de saint Nicolas; s'ils n'avaient pas été sages, ils se voyaient attribuer un morceau de charbon ou une pomme de terre dans leur bas au matin de la nuit qui, pour d'autres, avait été la nuit des merveilles...



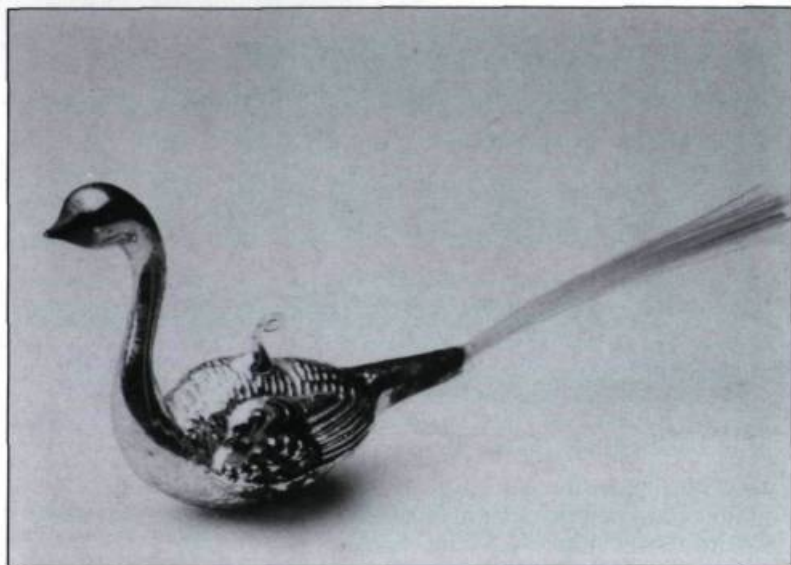
Cette triste dichotomie avait déjà été représentée au milieu du ^{xvii}^e siècle par le peintre Jan Steen dans un tableau intitulé «La Saint-Nicolas». Tous les enfants de la scène, sauf un, y sont représentés joyeux et ébahis devant leurs étrennes; celui sur qui le malheur a frappé n'a que des verges dans son soulier. Des verges: c'est-à-dire des branchettes servant à fouetter!

«Crèche vitrée». Ange à la trompette en plâtre et Jésus de cire provenant de Québec, vers 1895-1905. (Collection Le Brun-Fortier).



«Arbre de Noël gigantesque». Le sapin est décoré d'oiseaux de verre, de couronnes, de guirlandes et de chapellets de perles. Montmagny, vers 1925. (Collection Le Brun-Fortier).

L'influence américaine aidant, le grand saint Nicolas perdra peu à peu ses attributs moralisateurs; à la place d'un fouet, c'est un sapin qu'il tiendra dans la main. Le donateur ne serait désormais que généreux. Santa Claus fait ainsi son entrée au Canada sous ces traits, l'imagerie locale lui faisant parfois même chausser une paire de raquettes. Toutefois, sa générosité touche d'abord les milieux aisés. Pour une grande partie de la population, le donateur reste saint Nicolas



«Cygne de verre». Allemagne, fin XIX^e siècle. (Collection Le Brun-Fortier).



«Bonbonnière en forme de Père Noël» provenant de la région de Kamouraska, fin du XIX^e siècle. (Collection Le Brun-Fortier).

ou l'Enfant Jésus et, jusqu'au début du XX^e siècle, Noël garde un caractère essentiellement religieux. La Noël à saveur commerciale met plus de temps à prendre racine chez les francophones. Au tournant du siècle, G.M. Fairchild, un observateur anglophone écrivait ceci au sujet de la population d'un petit village de la banlieue de Québec:

«À l'approche de Noël, les gens ne faisaient pas que parler de cadeaux, comme chez nous. Ils parlaient des préparatifs de la grande cérémonie à l'église: la messe de minuit. C'est à l'église et non dans les maisons qu'on célèbre Noël chez eux. Lorsque, trop fatigués par l'emballage des cadeaux, nous ne pouvons même plus penser au sens de cette fête, eux gardent les yeux fixés sur le grand mystère de la Nativité».

Il faut attendre au lendemain de la Première Guerre mondiale pour que le père Noël gagne la lutte pour la suprématie. Vers 1930, la firme Coca-Cola en fait une image publicitaire: un bonhomme gros, rieur et jouisseur, tout de rouge vêtu. Cette image hante toujours nos esprits en cette fin de siècle; une image mentale qui force à une générosité presque abusive.

Un nouveau venu: l'arbre décoré

Connu dès le XVI^e siècle dans certaines contrées européennes, en Alsace notamment, l'arbre décoré s'implante véritablement en Amérique dans la deuxième moitié du XIX^e siècle. Dès 1865, à Montréal, et sans doute même un peu auparavant, on met en vente des petites chandelles destinées à illuminer le sapin. À cette époque, l'arbre se dresse à l'allemande, c'est-à-dire sur une table; des bonbonnières, des drapeaux et des cadeaux pendent aux branches. Bien sûr, les milieux bourgeois accueillent ce nouveau venu. Les biens nantis seront d'ailleurs les premiers à se payer les admirables décorations de verre soufflé, de métal ou de carton en relief que produit alors l'Allemagne, une production qui se continuera jusqu'à la toute veille de la Seconde Guerre mondiale.

Le sapin de Noël, on le dresse parfois en plein centre de la table de la salle à manger. L'arbre décoré reste cependant l'apanage d'une minorité, au Canada comme aux États-Unis. C'est entre 1920 et 1930 que l'arbre de Noël se généralise. Dans bon nombre de cas, il faut toutefois attendre la fin de la Deuxième Guerre mondiale pour le voir comme une réalité familière. Les décorations proviennent alors de sources variées, de l'Allemagne pendant quelques années, grâce au marché noir, mais également du Japon ou des États-Unis. L'illumination de l'arbre se fait, bien sûr, à l'électricité. Entre 1910 et 1920, les compagnies d'assurances avaient en effet

fortement déconseillé l'utilisation de chandelles.

Les cadeaux: deux fois plutôt qu'une

Depuis les débuts de la colonie, les étrennes s'échangeaient au jour de l'An. Pour plusieurs, la tradition s'est gardée intacte durant tout le XIX^e siècle. Si, de nos jours, l'habitude est maintenant prise d'offrir nos présents à Noël, le transfert d'une fête à l'autre ne s'est pas fait spontanément. La fête de Noël acquiert sa stature propre

petits véhicules, des outils de menuiserie, des soldats de plomb, des habits de pompier ou de militaire.

Le décor d'ambiance

Le houx et le gui sont introduits ici entre 1860 et 1870; des marchands montréalais, notamment, en offrent à leur clientèle. Ce feuillage permet de décorer les maisons, bourgeoises cela va sans dire, de la manière suivante: des guirlandes entrelacées de fleurs agrémentent les lustres, les



«Cuve à laver miniature». États-Unis, vers 1920.
(Collection R. et F. Poulin, Québec).



«La mule récalcitrante». Lehman, Allemagne, 1927.
(Collection R. et F. Poulin, Québec).

entre 1850 et 1900. Jusque vers 1870-1880, le jour de l'An garde une certaine primauté: les cartes de souhaits, par exemple, sont acheminées en plus grand nombre pour le premier de l'An. Cette habitude vaut aussi pour le monde anglophone. Avec la pression commerciale, un nombre croissant de gens répondent à l'exigence de Santa Claus de distribuer les cadeaux à Noël, une partie du moins, quitte à garder l'autre part pour le jour de l'An.

Déjà, au cours de la décennie 1860, les joujoux de fabrication allemande apparaissent en bonne place dans les annonces publicitaires des marchands. Leur présence se confirme par la suite jusqu'à ce que la production japonaise se répande sur le marché au XX^e siècle. Les jouets sont clairement départagés entre les filles et les garçons. Les catalogues de la fin du XIX^e siècle nous montrent des instruments ménagers de petit format pour les filles et, en plus des poupées, des ensembles de vaisselle ou des miniatures illustrant des meubles. Aux garçons, on offre des

cadres de miroirs ou encore les linteaux de porte. On en fait également des couronnes qu'on pend aux fenêtres. On aime aussi placer des corbeilles de fleurs – qu'elles soient séchées, en cire ou en papier – sur les tablettes de cheminée ou les tables. Tout cela offre un très bel effet dans les foyers aisés. Chez les moins nantis, les décorations restent sommaires; comme celles de l'arbre, elles sont d'abord de réalisation domestique et il n'en existe plus de témoignages physiques.

Aujourd'hui, des maisons anciennes du XVIII^e siècle ou de la première demie du XIX^e siècle, exploitées en tant que musées de l'habitation de ces périodes, contiennent quelquefois diverses décorations pour la Noël. On doit y voir une aimable fantaisie d'animation et d'ambiance, mais le procédé reste fallacieux car tant crie-t-on Noël qu'à la fin il vient... ♦

* Ethnologue, Agent de recherche en Culture matérielle, Histoire et Archéologie, Service canadien des parcs à Québec