

Avant-propos

L'expression « c'est gratuit ! » s'affiche partout, nous sollicite sans cesse. On sent confusément qu'elle signifie bien au-delà de ce qu'elle dit. C'est ainsi qu'est né le projet de ce petit livre, un peu comme un pari, dans une rencontre entre philosophes et éditeurs. Le pari est celui de la collection « Banc public ». Un pari sur le style et sur le public. Les spécialistes d'une question et les professionnels de l'information peuvent avoir sans doute deux images très différentes de ce qu'est un public. Il s'agit ici de s'adresser à un bon sens exigeant et curieux, soucieux d'explorer des débats plutôt que d'en épuiser la matière.

Nous avons pris ici, avec ce thème « c'est gratuit », la décision de circuler entre les analyses et les fables, car les fables ont souvent une valeur

théorique et les théories véhiculent aussi des mythes. Ainsi avons-nous commencé par faire parler Arlequin, fable d'un sauvage qui ignore l'argent. Ainsi n'avons-nous pas renoncé à adopter un style plus technique, ou plus théorique, si l'on veut, à propos du « monde Internet » ou de la grâce théologique. La clarté était au prix de la précision.

Loin de nous, également, l'idée de faire à propos de « c'est gratuit » un traité d'économie politique ou de sociologie recensant tous les cas de figure. On a seulement voulu suivre ici des *associations d'idées* parce qu'elles ont du sens, parce qu'elles permettent d'interroger les ambiguïtés de l'expression et de l'idée même de gratuité. L'ordre où elles se présentaient nous suggérait différentes critiques de la gratuité. On peut douter, en effet, qu'il y ait en ce monde de la gratuité, même si les théologiens ont pu penser que l'autre monde, celui de la croyance et de la foi, est celui de la grâce et de la gratuité.

Car l'expression est équivoque au sens où, dans une relation d'échange, on cherche une mesure commune, un équivalent, qu'il s'agisse d'ailleurs d'échanger des choses ou des services. Dans une

relation de don gratuit au contraire, il n'y a pas de mesure commune de ce qui est échangé, mais ce sont les protagonistes eux-mêmes qui se mesurent dans une relation de reconnaissance, ou même de méconnaissance. Les mythes, comme celui de Prométhée, mettent en scène la gratuité des dons dans le rapport entre les hommes et les dieux, et cette gratuité n'est pas innocente. Les ethnologues ont étudié des pratiques sociales où la surenchère dans le don va jusqu'au sacrifice et à la mort : tel est le cas du *potlatch*.

Mais l'histoire de la gratuité se marque aussi dans d'autres mythes, celui, par exemple, d'une nature généreuse livrant ses productions sans travail. Et une école d'économistes, les physiocrates, a pu, il y a plus de deux siècles, faire fond sur l'idée d'un don gratuit de la terre.

Évoquer une théorie somme toute archaïque permet de voir comment les économistes contemporains, du point de vue de la mondialisation, ont au contraire généralisé l'idée de marché dans la célèbre formule « il n'y a pas de repas gratuit » (*There is no free lunch*). Le gratuit est saisi par l'économie, au point d'investir aussi le domaine

public. Et ainsi, l'eau, la santé, l'école ont un coût, assumé par les collectivités, par les contribuables, même si les adversaires du libéralisme estiment que leur mise à disposition doit être gratuite et fait partie des droits fondamentaux de l'humanité.

La gratuité est encore mise en scène dans la réalité de la communication, des journaux gratuits à la publicité et à l'Internet. Les « dons de l'Internet » sont-ils sans contrepartie ? La logique inaperçue des moteurs de recherche ouvre, pour le prix d'un droit d'accès, un monde qui semble sans limites ; la liberté apparente dans l'échange de biens culturels ne peut éviter la question du *copyright*. Une communication indépendante et gratuite est-elle possible ?

Dans un autre registre, le désintéressement moral lui-même ne peut-il être suspecté d'apporter un bénéfice à la belle âme charitable ? L'éthique du désintéressement et de la grâce théologique échappe-t-elle à la logique de l'échange ? Une autre gratuité n'apparaît-elle pas dès lors qu'on peut opposer aux figures d'une relation à un « autre » divin et incommensurable, les figures d'une liberté sans Dieu ? Hors de toute régulation

par le « donnant-donnant », la gratuité pourrait signifier le hasard, l'absence de justification, le vertige d'une liberté qui n'aurait de comptes à rendre qu'à elle-même.

De l'économie à l'éthique, la gratuité est-elle un leurre ou un bénéfice?