

Table des matières

<i>Préface par Philippe Steiner</i>	7
<i>Remerciements</i>	11
<i>Introduction</i>	15

Partie I

L'attention et les préférences en économie de marché

L'attention, un impensé de l'économie?.....	33
1. De l'attention focalisée sur la marchandise à l'attention- récipiendaire de signaux	37
Le marché comme interface entre des subjectivités	37
Les asymétries informationnelles et la rétention des données personnelles.....	43
L'attention comme bien marchand	45
2. Le marketing de la segmentation et la captation de l'attention	49
Segmenter une demande, répondre aux besoins	49
Fidéliser, s'ajuster au client.....	52
Capturer l'attention, orienter les choix.....	54
Faire faire la segmentation par les usagers: le <i>crowdsourcing</i>	57
3. Le marketing des traces et la transaction des attentions	59
L'imbrication des traces et de la personne	59
Le marketing comportemental.....	62
Le Web participatif et la coproduction de la valeur	67
Droits de propriété et resymétrisation.....	69

Partie II

**Les politiques de l'attention
et la socialisation des traces**

4. Préserver l'intimité, garantir la sécurité, informer : trois conceptions du bien.....	83
Les formes de la visibilité et les politiques d'attention	83
Les arrangements avec la vie privée	88
La surveillance comme enjeu de sécurité publique	94
5. Le déplacement des frontières public/privé.....	101
Le local dans le global ou l'extension de la visibilité	101
Le durcissement des frontières entre les cercles d'appartenance	107
Les externalités conséquentielles et le contournement par le Web des épreuves de réalité.....	109
6. Les traces entre bien commun et moindre mal	115
Le droit et le devoir de regarder	115
La réflexivité des traces comme outil de gouvernement.....	118
Les traces comme moindre mal.....	120
7. La régulation des traces d'attention	129
L'aporie du modèle contractuel.....	129
Déposer le droit dans les objets: <i>privacy by design</i>	134
La régulation procédurale: modifier les préférences des entreprises	136

Partie III

Une idéologie pour l'économie numérique

Les blogueurs, paragon de l'économie de l'attention?	147
8. Le modèle des cités	151
Les formules d'investissement	151
La grammaire des cités.....	152
Épreuves, critiques et compromis	154
La cité par projets.....	158

9. La grammaire d'une cité de l'attention	163
Principe de jugement et hiérarchie des êtres.....	165
Modèle de justice.....	174
L'attention aux autres: le <i>care</i> comme accès à la dignité commune.....	179
10. Différenciation de la cité de l'attention	185
Par rapport à la cité par projets	185
Par rapport à la cité marchande	189
Par rapport à la cité inspirée.....	194
Par rapport à la cité industrielle	196
Par rapport à la cité domestique.....	198
Par rapport à la cité du renom	200
11. Asymétrie de visibilité et pouvoir dans un monde attentionnel	203
L'opportunisme dans un monde en réseaux	203
Narcissique, monopoleur <i>versus</i> distributeur d'attention	204
De la tolérance des écarts aux effets de domination.....	207
12. La critique du compromis marchand-industriel à partir de la cité de l'attention	209
La réification de l'attention.....	209
L'épuisement de l'énergie libidinale	217

Partie IV

L'attention économique entre plusieurs mondes

L'accès aux biens.....	226
13. Les profits de l'attention et des données personnelles	231
Une attention sous contrainte de subsistance.....	232
Une monnaie d'échange pour planifier la consommation	238
La domination par les données et la question du temps	243
Le renoncement aux justifications publiques.....	247
14. L'échange de biens et d'attentions domestiques.....	251
Échanger des espaces habités.....	252

Les attentions domestiques	257
La réciprocité et la question de la valeur	258
15. L'oscillation entre l'exploration et l'attention focalisée	263
Organiser l'espace et les offres pour diriger l'attention	264
L'écoute attentive aux états du client ou du fournisseur.....	267
Contrôler ses désirs, s'arrêter sur un bien	272
La focalisation comme épreuve de réalité	274

Conclusion

Les formes de la critique de la cité attentionnelle

Le déni d'attention	287
La dépression.....	290
L'addiction/la dispersion.....	293
<i>Bibliographie</i>	301