

**Zeitschrift:** Horizons : le magazine suisse de la recherche scientifique  
**Herausgeber:** Fonds National Suisse de la Recherche Scientifique  
**Band:** - (2000)  
**Heft:** 45

**Artikel:** Agenda à responsabilité limitée  
**Autor:** Giussani, Bruno  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-971463>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 17.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

Bruno Giussani  
(bruno@giussani.com) est spécialiste  
des nouveaux médias et chroniqueur  
Internet du «New York Times».



# Agenda à responsabilité limitée

**A**vez-vous remarqué la façon dont nos attitudes envers les meetings et les agendas sont en train de changer? Je viens de prendre rendez-vous avec un collègue pour dans quatre jours, l'après-midi, et nous avons convenu de nous rappeler le matin «pour confirmer» l'heure et l'endroit.

Autrement dit, nous avons inscrit sur notre agenda une «position» provisoire, flexible, qui nous permettra de nous rencontrer trois heures plus tard ou deux heures plus tôt, ou pas du tout, en fonction des événements qui se seront déroulés dans l'intervalle.

Ceci est dû en grande partie à l'irruption dans la société de la téléphonie cellulaire de masse. Pour un nombre croissant de personnes, le téléphone mobile (et le e-mail, et le SMS) est en train de devenir une sorte de radar de la vie quotidienne, permettant de vérifier constamment ses «positions» et de les réarranger en fonction de toute sorte de nouveaux éléments.

Ceci ne signifie pas que nous soyons devenus incapables de prendre une décision simple, type «retrouvons-nous sur la Place Centrale à quinze heures». C'est l'organisation du temps et des relations sociales qui devient plus fluide, et en même temps plus complexe, parce que la technologie permet à chaque élément d'agir sur les autres variables, de les réorganiser et les adapter sans cesse. Ce qui pourrait ressembler à une perte de repères est en réalité une transformation radicale du concept de disponibilité.

Les impacts de l'Internet, de la téléphonie cellulaire, et de la combinaison des deux, l'Internet mobile, constituent sans doute une des pistes les plus prometteuses, et les mo-

ins rebattues, de la recherche sociologique et psycho-sociologique. Un Suisse sur deux possédant un téléphone cellulaire (ou «une troisième main», puisqu'on l'appelle dans une partie du pays «handy»), et un sur trois utilisant Internet tous les jours, il y a là un champ de recherche d'une richesse rare. Difficile à saisir par les méthodes de recherche traditionnelles, certes, en raison de la rapidité de son évolution et de ses convulsions.

Prenons un autre exemple: le SMS, pour «short message service», qui permet d'envoyer de courts messages textuels d'un portable à un autre. Il s'agit d'une technologie limitée, la longueur maximale

des messages est de 160 caractères et il faut les taper avec les petits claviers des téléphones. Pourtant, selon les chiffres de l'Union Internationale des Télécommunications, plus d'un milliard de messages SMS par mois étaient envoyés mi-1999. Ce chiffre a probablement doublé entre-temps.

Une étude sur l'utilisation du SMS pourrait être riche en enseignements, sur l'évolution des relations sociales (les «tribus» d'adolescents qui l'utilisent pour organiser leur vie de groupe, ou comme outil d'identification), des relations de couple (le flirt par SMS) et de famille (les parents «contrôlant» les enfants à distance), des relations professionnelles (l'utilisation du SMS pour communiquer avec l'extérieur pendant les séances de travail), du langage (la contrainte manuelle du clavier force à être efficace, aller à l'essentiel, épurer), de l'organisation du temps et de l'espace.

La plupart de la recherche à ce niveau est laissée aux entreprises: Nokia et Ericsson, par exemple, pratiquent ce type de recherches comportementales et sociales. Alors que ce qui se fait dans les universités est souvent de l'ordre de la spéculation futuriste. Si je me trompe – de bons exemples de recherche empirique sur ces sujets doivent bien exister! –, je serais heureux d'en prendre connaissance et d'en parler dans une prochaine chronique.

B.G.