

## SÉRENDIPITÉ OU FAIRE PAR HASARD UNE DÉCOUVERTE INATTENDUE

© <https://fr.wikipedia.org/wiki/Sérendipité>

La sérendipité est le fait de faire par hasard une découverte inattendue qui s'avère ensuite fructueuse, notamment dans le domaine des sciences. Il s'agit d'une notion polysémique dont le sens varie selon la période, le contexte et la langue utilisée.

Au cours des années 1940, le mot est repris à l'université Harvard, glissant de la sphère littéraire à celle des scientifiques. Walter Bradford Cannon, physiologiste, intitule en 1945 un chapitre de son livre *The Way of an Investigator* « Gains from Serendipity » et donne de la sérendipité la définition suivante :

« *La faculté ou la chance de trouver la preuve de ses idées de manière inattendue, ou bien de découvrir avec surprise de nouveaux objets ou relations sans les avoir cherchés* ».

Le sociologue américain Robert King Merton a découvert le mot dans le dictionnaire dans les années 1930 et tentera toute sa vie de raffiner le concept en l'intégrant à son analyse des méthodes de raisonnement. Pour lui, la sérendipité est l'observation d'un fait surprenant suivie d'une induction correcte. Elle « se rapporte au fait assez courant d'observer une donnée inattendue, aberrante et capitale (strategic) qui donne l'occasion de développer une nouvelle théorie ou d'étendre une théorie existante ». Une découverte inattendue et aberrante éveille la curiosité d'un chercheur et le conduit à un raccourci imprévu qui mène à une nouvelle hypothèse.

En 1957, c'est un publicitaire, Alex Osborn, qui récupère le mot dans le chapitre consacré à la chance « *The element of luck in creative quests* » de son livre *Applied Imagination*. La sérendipité est pour lui un facteur fortuit, un stimulus accidentel qui déclenche l'inspiration créative.

Le psychanalyste W. N. Evans donne en 1963 une interprétation de la sérendipité à contre-courant de ceux qui y voient un signe d'ouverture d'esprit et un moteur de découverte. À partir de son expérience thérapeutique il voit, dans le processus mental qui provoque des découvertes heureuses et inattendues, un symptôme névrotique. Le patient découvre l'inattendu pour ne pas découvrir ce qu'il recherche vraiment, mais que son inconscient censure. Inversement le français Didier Houzel considère en 1987 que, pour que le processus psychanalytique s'enclenche, il faut se laisser saisir par l'inattendu pour aider le patient à reconstituer l'objet perdu. « C'est dans la dynamique du transfert que notre sérendipité est mise à l'épreuve, c'est là que l'inattendu nous attend et nous surprend. »<sup>24</sup>

Une acception francophone s'est répandue au début des années 1990 : celle du simple rôle du hasard dans les découvertes.

En 2014, l'Office québécois de la langue française redéfinit la sérendipité comme la « faculté de discerner l'intérêt, la portée d'une découverte inattendue lors d'une recherche ». Le *Dictionnaire de l'Académie française*, dans sa 9<sup>e</sup> édition, lui emboîte le pas en 2020 : « faculté de discerner l'intérêt, la portée d'observations faites par hasard et sortant du cadre initial d'une recherche ».

Dans le langage courant américain *serendipity* désigne une rencontre ou une découverte heureuse imprévue, ou bien le lieu où l'on fait de telles rencontres ou de telles découvertes ou de telles trouvailles.

Comme le fait remarquer Arnaud Saint-Martin :

« Le mot s'est accroché à diverses choses, et surtout parfois à n'importe quoi. La diffusion en est diffuse, le succès certain. Selon les usages, le mot est converti en marque ou en tag, il signifie par lui-même une sorte de philosophie de la vie, de l'ouverture au monde, un « esprit d'aventure » ; c'est le mantra des entrepreneurs de la « nouvelle économie de la connaissance », du numérique et du big data, de l'« inventologie » clés en main. »

#### Traductions et termes alternatifs

---

L'architecture André Corboz a proposé en 1985 une traduction du terme par « cinghalisme » faisant ainsi le lien avec l'ancien nom du Sri Lanka, *Serendip* en anglais . André Corboz (né le 5 juin 1928 - mort le 4 juin 2012) est un historien de l'art, de l'architecture et de l'urbanisme suisse.

Spécialiste de la sérendipité, Jean-Louis Swiners crée en 2008 le mot « zadigacité » assorti de l'adjectif « zadigace » : « joli mot-valise qui rappelle le conte de Voltaire, et qu'il définit ainsi : "Capacité à reconnaître intuitivement et immédiatement – et à exploiter rapidement et créativement – les conséquences potentielles heureuses d'un concours malheureux de circonstances (erreur, maladresse, négligence, incompetence, etc.)" »<sup>28,29,g</sup>.

Jean-Louis Swiners a suggéré en 2008 « zadigacité » (ainsi que l'adjectif « zadigace »), mot-valise faisant référence au conte de Voltaire intitulé *Zadig*, et désignant conjointement la sagacité, la perspicacité et l'efficacité. Il définit son néologisme ainsi : « capacité à reconnaître intuitivement et immédiatement – et à exploiter rapidement et créativement – les conséquences potentielles heureuses et les opportunités offertes d'un concours *malheureux* de circonstances (erreur, incompetence, maladresse, négligence, etc.) ».

Le consultant Henri Kaufman a proposé en 2011 la « fortuitude ».

Après de solides études scientifiques et 4 ans d'études de graphologie, Henri Kaufman est successivement Directeur Informatique d'une filiale de la Redoute, puis Dr Gal des Editions Rombaldi, Président fondateur de Communider - Agence de Communication Directe du groupe Havas -, et aujourd'hui Conseil en Stratégie Internet avec sa société Hip ip ip. Il est auteur de nombreux livres dont le Marketing de l'Ego, Sciences et Communication font-elles bon ménage, Internet a tout changé et Carnets de Sérendipité... Co-producteur des Vidéos du Succès, HK est Président du Cercle du Marketing Direct... et aussi Président du Miss. Tic FanClub.

LIVRE : Tout savoir sur... La sérendipité - Date de parution : 15/10/2012

En 2000, Alan G. Robinson et Sam Stern proposent l'expression « heureuse coïncidence ».

Robinson, Alan (Alan G.) (trad. de l'anglais), L'entreprise créative : comment les innovations surgissent vraiment, Paris, Ed. d'Organisation, 2000, 321 p.