

Définir le message d'un article scientifique en 4 points

1. Qu'est-ce que le message de l'article scientifique ?
2. Soutenez un message original et important
3. Où placer le message ?
4. Sachez exprimer le message en quelques mots

Liens utiles

1. Qu'est-ce que le message de l'article scientifique ?

Lorsque vous soumettez un article à un journal scientifique, le comité de lecture se pose les questions suivantes : Quel est son message ? Qu'apporte-t-il de nouveau à la science ? A-t-il une portée ? En résumé, **cet article comble-t-il un manque dans la littérature scientifique ?**

En sciences du vivant, environ 80 % des articles soumis aux journaux scientifiques sont refusés : une des causes principales de ce refus est un message peu clair.

Le message de l'article scientifique est la réponse à la question : qu'avez-vous découvert ? Tout le texte de l'article dépend de ce point fort.

Votre **découverte** est un **résultat original** (nouveau, différent des autres, à valeur ajoutée) et **important** (il a une portée). C'est LA condition pour publier un article scientifique, pour deux raisons :

- c'est ce que vous avez appris à l'issue de votre travail, que vous ne saviez pas *ET* que les autres ne savaient pas non plus
- c'est ainsi que vous faites avancer la science et ses implications, c'est votre contribution au débat scientifique.

Pour déterminer l'originalité et l'importance d'un résultat, il faut donc **bien connaître la bibliographie**.

Un article scientifique comporte un seul message, qui peut être simple ou complexe. Ainsi, lorsqu'une thèse aboutit à deux ensembles distincts de résultats originaux, chacun apportant une avancée particulière, il peut être opportun de publier deux articles.

Le message de l'article ne se formule pas comme l'objectif expérimental :

- formuler l'objectif expérimental de la recherche menée, c'est dire ce que vous faites : *Nous comparons les systèmes A et B dans telles conditions*
- formuler le message, c'est dire ce que vous avez trouvé : *le système A est plus efficace que le système B dans telles conditions.*

2. Soutenez un message original et important

L'originalité du résultat qui soutient votre message peut revêtir plusieurs formes :

- une première fois : découverte (espèce vivante, formule chimique, comportement...), innovation, invention (nouvelles théorie, méthode, technique...)
- des études existantes dans un domaine mais dont la méthodologie n'a jamais été appliquée à un autre
- un résultat similaire, obtenu avec des méthodes ou dans des conditions différentes
- un résultat différent, ou complémentaire, dans le même contexte
- l'amélioration de l'existant – théorie, méthode, technique
- un « n » (population étudiée) très grand
- une controverse, ou une interprétation novatrice
- un résultat négatif (ça ne marche pas ; c'est contraire à ce qui est admis...).
- Des résultats/recherches importants reproduits.

Votre travail de recherche et le résultat original qui en découle sont importants :

- par rapport aux enjeux d'un domaine scientifique
- par rapport à des besoins de recherche
- par rapport à des implications, qu'elles soient théoriques, pratiques, sociales...

3. Où placer le message ?

L'article est bâti autour du fil conducteur donné par le message : la clarté et la capacité à convaincre de votre texte en dépendent. C'est pourquoi votre texte doit être cohérent avec la formulation de ce message dans les sections de l'article.

Le message de l'article scientifique est décliné à **cinq endroits de l'article** :

- dans le titre : le message, c'est le titre !
- dans le résumé
- à la fin de l'introduction (nous nous sommes posé la question..., nous avons fait l'hypothèse...)
- au début de la discussion (nos résultats ont montré que...)
- en conclusion de l'article.

Également, le message est clairement présenté dans **deux textes courts annexes à l'article** :

- dans la lettre qui accompagne la soumission de l'article (*cover letter* - voir la fiche CoopIST : [Rédiger la lettre d'accompagnement](#)) : en un paragraphe, elle souligne l'intérêt du travail présenté et l'originalité du résultat obtenu
- dans de petits textes de points forts qui complètent les sommaires en ligne des journaux — (voir la fiche CoopIST : [Rédiger les points forts \(highlights...\)](#)). De plus en plus de journaux demandent aux auteurs de rédiger des points forts résumant l'article.

Le journal utilise aussi ces textes courts lors de la première sélection des articles soumis : un auteur qui expose sa découverte de façon brève, précise et claire attirera l'attention du comité de lecture.

Enfin, le message peut être illustré par **une figure** (*graphical abstract* -) intégrée aux sommaires en ligne des journaux — (voir la fiche CoopIST : [Rédiger les points forts \(highlights...\)](#)). Elle est demandée par de nombreux journaux de chimie, médecine, biologie.

4. Sachez exprimer le message en quelques mots

Si vous aviez 1 minute pour expliquer le message de votre article à un collègue, que lui diriez-vous ? Une minute orale racontée calmement, c'est **120 à 150 mots** (un résumé court).

Sériez ensuite ce message en **35 mots**, soit une longue phrase ou 2 ou 3 phrases courtes, qui contiennent tous les mots importants de votre travail.

Réfléchissez à un slogan qui pourrait définir votre message en **7 mots**, les mots indispensables ; cela pourrait être une ébauche du titre de l'article. Ou le titre d'un poster.

Tant que vous n'arrivez pas à ces formulations, c'est que vous n'êtes pas au clair avec votre travail et vous aurez des difficultés à rédiger un article acceptable. Réfléchissez aux raisons de ces difficultés :

- vous n'avez pas bien trié ou représenté vos résultats
- il y a plusieurs messages sous-jacents
- vos résultats ne « donnent rien »
- vous n'avez pas une connaissance suffisante de la bibliographie
- le point fort n'est pas là où vous l'attendez. Les innovations et les avancées de recherche sont aussi le fruit du hasard !

Exposez vos résultats à vos collègues ou en équipe afin de définir avec eux le message. La discussion avec les co-auteurs et les collègues, ainsi qu'un approfondissement de la bibliographie, aident à mettre en lumière le résultat intéressant.

Liens utiles

CPU-CNRS. Ma thèse en 180 secondes. Doctorants, vous avez 180 secondes pour nous faire comprendre votre thèse ! <http://mt180.fr/>

École polytechnique (Université Paris-Saclay), 2018. L'article scientifique - 12 - Comment faire l'écart ? Vidéo 4'28" :

https://www.youtube.com/watch?v=2cd7Z1Rt7do&t=0s&index=13&list=PLNo8_qPZDpPcqRlrnisK3NvtAtDUUy9iQ

Vidéo faisant partie des 21 vidéos du cours en ligne suivant : <https://www.coursera.org/learn/rediger-publier-article-scientifique>

Lichtfouse E., 2013. Rédiger pour les revues scientifiques à facteur d'impact.

<https://fr.slideshare.net/lichtfouse/rediger-impact>

Lichtfouse E. 2012. Rédiger pour être publié ! Conseils pratiques pour les scientifiques. Springer-Verlag, Paris, 105 p. ISBN 978-2-8178-0288-6. Ouvrage et fichier en vente à <http://www.springer.com/fr/book/9782817802886>

Pochet B. 2015. Comprendre et maîtriser la littérature scientifique (2015). Presses agronomiques de Gembloux, 160 p. ISBN 978-2-87016-137-1. <http://hdl.handle.net/2268/186181>

Zeiger M. 1999. Essentials of writing biomedical research papers. Second Edition. McGraw-Hill, USA, 440 p. ISBN 0-07-134544-2.

Cécile Fovet-Rabot

Délégation à l'information scientifique et technique, Cirad

18 septembre 2015, mise à jour 19 juillet 2018

Informations

Comment citer ce document :

Fovet-Rabot, C. 2018. Définir le message d'un article scientifique en 4 points. Montpellier (FRA) : CIRAD, 4 p. <https://coop-ist.cirad.fr/message-article>

Cette œuvre est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons : Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International, disponible en ligne : <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.fr>

ou par courrier postal à : Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.

Cette licence vous permet de remixer, arranger, et adapter cette œuvre à des fins non commerciales tant que vous créditez l'auteur en citant son nom et que les nouvelles œuvres sont diffusées selon les mêmes conditions.