



**HAL**  
open science

# La Déferlante, émanation d'un journalisme alternatif, engagé et universitaire

Johanne Mâlin

► **To cite this version:**

Johanne Mâlin. La Déferlante, émanation d'un journalisme alternatif, engagé et universitaire. Sciences de l'information et de la communication. 2022. dumas-04007982

**HAL Id: dumas-04007982**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04007982>**

Submitted on 28 Feb 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

## Mémoire de Master 1

Mention : Information et communication

Spécialité : Journalisme

## La Déferlante

Émanation d'un journalisme alternatif, engagé et universitaire

Responsable de la mention information et communication  
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Lisa Bolz

Nom, prénom : MÂLIN Johanne

Promotion : 2021-2022

Soutenu le : 11/05/2022

Mention du mémoire : Très bien

## REMERCIEMENTS

Je voudrais, dans un premier temps, remercier ma tutrice universitaire, Lisa Bolz, qui a tout de suite fait part d'un réel intérêt pour mon sujet, et qui a su m'accompagner en répondant à toutes mes interrogations concernant la méthodologie du mémoire et du travail universitaire qui le complétait.

Je remercie ma tutrice professionnelle, Cécile Bouanchaud, qui a répondu présente dès ma demande de tutorat et qui a su m'éclairer de ses conseils.

Je tiens à remercier mes camarades de classe du CELSA pour leur soutien moral, avec lesquels j'ai pu échanger de longs temps de travail, et des temps de discussion sur la méthodologie du mémoire et le métier de journaliste. Leurs échanges ont été une source d'enrichissement continue.

Enfin, je tiens à remercier mes parents, mon frère et ma sœur, qui m'ont appris la curiosité, la nécessité du contradictoire, l'importance de prendre de la hauteur et les valeurs féministes qui m'ont nourrie durant des années pour aboutir à ce projet de recherche sur *La Déferlante*.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION</b>	<b>5</b>
<b>I - PARTIE UNE: LA CRÉATION D'UNE REVUE ALTERNATIVE</b>	<b>8</b>
I - 1 - Le processus de création d'une revue féministe trimestrielle dans un monde de l'édition en ébullition	8
I - 2 - Un format à l'intersection entre le livre et le magazine: le « mook »	9
I - 2 - 1 - Le format de la revue	9
I - 2 - 2 Un graphisme au service d'une identité visuelle distincte	12
I - 3 Une économie au service d'une volonté d'indépendance	17
I - 3 - 1 - Un contexte d'indépendance économique des nouveaux médias	17
I - 3 - 2 - Une indépendance économique essentielle pour La Déferlante	18
I - 3 - 3 Le rôle essentiel du lectorat dans la revue indépendante, une relation privilégiée entre autrices et lectrices	20
I - 4 Une politique d'entreprise favorables aux collaborateur.ices	23
I - 4 - 1 Des valeurs sociales et écologiques au coeur de la création de la revue	23
I - 4 - 2 - Un discours polysémique promu par une diversité de participant.es	24
<b>II - PARTIE II : UN MÉDIA ALTERNATIF DANS SON CONTENU</b>	<b>26</b>
II - 1 - Une ligne éditoriale précise : un féminisme intersectionnel évolutif	26
II - 1 - 1 - Le(s) féminisme(s) et le genre comme base	26
II - 1 - 2 - Le parti pris de la revue : une vision intersectionnelle du féminisme	28
II - 2 - Une multiplicité des supports, universitaires et journalistiques	32
II - 2 - 1 - Une revue définitivement journalistique	32
II - 2 - 2 Des sciences sociales au service d'un journalisme universitaire ?	34
<b>III - PARTIE III : LE JOURNALISME ENGAGÉ, REMISE EN CAUSE DES MÉDIAS TRADITIONNELS?</b>	<b>37</b>
III - 1 - L'objectivité journalistique, un modèle à dépasser?	37
III - 1 - 1 - La recherche de l'objectivité, un point capital de la déontologie journalistique	37
III - 1 - 2 - Personne n'est neutre	38
III - 1 - 3 - Des subjectivités multiples au service de différentes analyses	40
III - 2 - L'autoproclamation d'un média engagé par La Déferlante	41
III - 2 - 1 - Une ligne éditoriale précise sur le féminisme	42
III - 2 - 2 Une sémantique propre : le choix de l'écriture inclusive	43
<b>IV - CONCLUSION</b>	<b>47</b>
<b>V - BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>49</b>
V - 1 - Livres	49
V - 2 - Articles universitaires	49
V - 3 - Articles de presse	50
<b>VI - WEBOGRAPHIE</b>	<b>51</b>
<b>VII - ANNEXES</b>	<b>52</b>
	70

# INTRODUCTION

« *Notre métier n'est pas de faire plaisir, non plus de faire du tort, il est de porter la plume dans la plaie*<sup>1</sup> », Albert Londres, en 1929, se confie sur le rôle d'un journaliste alors qu'il rentre d'Afrique pour rédiger *Terre d'Ebène*, sur les dérives de la colonisation. Il est « *convaincu qu'un journaliste n'est pas un enfant de cœur et que son rôle ne consiste pas à précéder les processions, la main plongée dans une corbeille de pétales de roses.* » En somme, le travail de journaliste n'est pas d'être complaisant avec le pouvoir, mais de dénoncer, montrer des situations difficiles, pour informer le lectorat, quitte à s'opposer au pouvoir en place.

Pourtant aujourd'hui, face au difficile équilibre économique des médias, nombreux sont ceux qui se tournent vers des grands groupes industriels et financiers pour obtenir des financements, via l'actionariat, posant alors des problèmes d'indépendance face au pouvoir politico-financier<sup>2</sup>. Depuis les années 2000, quelques grandes entreprises françaises (Vivendi, Lagardère, LVMH...) rachètent la propriété de nombreux titres de médias. À titre d'exemple, Vincent Bolloré, PDG de l'entreprise Vivendi, filiale du groupe Bolloré dédié à la communication et l'information, détient à lui seul dix-neuf médias, et a, cette année, acquis le *Journal Du Dimanche* et *Paris Match*. En 2021, ce sont moins de 40 familles, entreprises et actionnaires qui détiennent plus de 160 titres de médias français (journaux, pure players, chaîne de télévision, stations de radio)<sup>3</sup>.

Face à cette concentration des médias dans les mains de quelques patrons, des journalistes se sont regroupés pour envisager un autre journalisme plus juste et plus indépendant, qui puisse, à l'image des paroles d'Albert Londres, « *porter la plume dans la plaie* ». Ces nouvelles voix proposent un journalisme « alternatif » qui, en France, reposerait sur trois critères: l'indépendance économique, des formats journalistiques originaux et approfondis, et une ligne éditoriale engagée.

---

<sup>1</sup> Londres Albert. *Terre d'Ebène*. Avant-propos. 1929

<sup>2</sup> *Les nouveaux chiens de garde*, essai (et adaptation cinématographique) de Serge Halimi expose cette subordination de certains médias aux entreprises qui les détiennent.

<sup>3</sup> Fabre Jérémie. Graphique « Médias français: qui possède quoi ? » *Le Monde diplomatique*. 2021

La notion de journalisme alternatif a été théorisée par Chris Atten en 2002, dans son livre *Alternative Media*. Pour lui, les médias alternatifs « privilégient un journalisme étroitement lié aux notions de responsabilité sociale, remplaçant une idéologie de l'"objectivité" par des pratiques de défense et d'opposition manifestes. Cette pratique met l'accent sur les récits de témoins oculaires, à la première personne, par les participants ; sur une remise en question des approches populistes des journaux à sensation pour retrouver un style de reportage "populaire radical" ; sur des formes d'organisation collectives et anti-hiérarchiques qui évitent la démarcation et la spécialisation - et qui suggèrent une forme inclusive et radicale de journalisme civique<sup>4</sup>. » En ce sens, Chris Atten définit de manière précise les médias alternatifs. Toutefois, nous prenons en compte les autres dimensions historiques et universitaires de la sémantique du mot « alternatif », mais que nous n'aborderons pas dans ce mémoire.

Pour analyser les transformations qui secouent le monde médiatique français, nous nous concentrerons sur le média *La Déferlante*. Cette revue s'apparente aux médias « alternatifs » et engagés. Au cours de la rédaction de ce mémoire, le terme « alternatif » est apparu correspondre en tout point à *La Déferlante*, tant la revue reprend les aspects de l'analyse de Chris Atten, mais aussi plus généralement sur la question de l'indépendance économique, de l'originalité des formats, et de l'engagement politique et social dont se revendiquent les médias « alternatifs ».

Sous forme d'un trimestriel d'environ 150 pages, la revue analyse « *les révolutions féministes* », sujet que la rédaction trouvait délaissé par les médias traditionnels. Sa parution s'inscrit dans un contexte de renouveau de la pensée féministe et de genre. Le secteur de l'édition, comme les nouvelles plateformes ont contribué à cet essor avec de nombreux contenus consacrés exclusivement au féminisme et à la question du genre. L'élan éditorial féministe s'analyse au prisme des bouleversements de cette cause ces dernières années. Dans une période post-#MeToo, mouvement de libération de la parole des femmes sur les violences sexuelles et sexistes grâce aux réseaux sociaux, le militantisme féministe et de lutte pour les minorités sexuelles et de genre est en pleine effervescence. Enfin, *La Déferlante* se revendique comme un média indépendant au niveau économique en privilégiant une relation de proximité avec son lectorat. La revue laisse une grande place au travail universitaire, en invitant des chercheur.euses à publier dans ses pages.

---

<sup>4</sup> Atton Chris. *Alternative media*. 2002. Sage publications

Si *La Déferlante* revendique « démocratiser le savoir universitaire et militant<sup>5</sup> », elle reste très proche du milieu journalistique. En effet, les cofondatrices sont toutes des journalistes, qui ont travaillé dans le domaine de la presse, de la télévision ou de la radio. Enquêtes, entretiens, chroniques, brèves ou débats, de nombreux formats utilisés dans la revue relèvent du domaine journalistique.

À travers une analyse discursive et sémiotique, nous observerons les différents numéros de *La Déferlante* et des interviews menés auprès du lectorat de la revue et d'une des cofondatrices, Marion Pillas.

Ainsi, dans quelle mesure *La Déferlante*, en tant que revue universitaire, journalistique et engagée redéfinit un nouveau genre de média alternatif ?

Il s'agira d'analyser d'abord le processus de création d'une revue alternative (PARTIE I) à travers le contexte de la recrudescence du combat féministe en France (I-1), l'originalité du format de la revue (I-2), l'indépendance de son économie (I-3) et une politique d'entreprise favorable aux collaborateur.ices (I-4).

Une seconde partie sera consacrée au contenu de *La Déferlante* (PARTIE II), de sa ligne éditoriale féministe (II-1) à la multiplicité des supports, journalistiques et universitaires (II-2). Enfin, la notion du journalisme engagé sera discutée (PARTIE III), remettant en cause les médias traditionnels et l'objectivité journalistique (III-1) puis l'engagement proclamé de la revue (III-2)

---

<sup>5</sup> Manifeste de *La Déferlante*. Premier numéro

# I - PARTIE UNE: LA CRÉATION D'UNE REVUE ALTERNATIVE

*La Déferlante*, en tant que revue féministe, indépendante, avec une identité visuelle originale, peut être considérée comme une revue dite « alternative », face aux médias traditionnels. Mais comment cette dernière a-t-elle vu le jour? Quels ont été les enjeux et les souhaits du processus de création?

## I - 1 - Le processus de création d'une revue féministe trimestrielle dans un monde de l'édition en ébullition

Ce mémoire se concentre sur la revue *La Déferlante*. Créée par quatre journalistes, la revue est un trimestriel d'environ 150 pages publié depuis deux ans. Le premier numéro a vu le jour le 4 mars 2021. Toutes les deux semaines, une newsletter complète la revue.

Sa création s'inscrit dans un contexte de transformation du monde de l'édition avec la prise en compte des questions féministes et de genre. Le média en ligne *Livres hebdos* a réalisé une enquête consacrée à cette ébullition éditoriale féministe intitulée « *Le boom féministe: #Metoo, la déferlante éditoriale en chiffres*<sup>6</sup> ». D'après leur « *analyse statistique réalisée à partir d'une extraction de notices, référencées sur Electronic Data Services (EDS), de chaque nouveauté publiée entre 2017 et 2020 la production éditoriale consacrée aux femmes en non-fiction a bondi de 21% entre 2017 et 2020*<sup>7</sup> ». Pour l'année 2021, « *le nombre de parutions programmées sur EDS dans le Dewey "305.4 Femmes" pour les quatre premiers mois de cette année est en hausse de 67% par rapport à la même période en 2017* ». En plus des œuvres littéraires dédiées aux femmes, des maisons d'éditions spécialisées voient le jour comme Dalva, « *maison composée à 100% de femmes et qui ne publiera que des autrices*<sup>8</sup> ». En outre, « *Tout le monde a ouvert des rayons féministes* » observe Christine Lemoine, « *gérante de Violette and Co, la seule librairie spécialisée féminisme et LGBT*<sup>9</sup> », auprès du média *Livreshebdos*.

---

<sup>6</sup>Lacour Cecilia. Enquête « *Le boom féministe: #Metoo, la déferlante éditoriale en chiffres* » *Livreshebdos* 2021.

<sup>7</sup> Ib.

<sup>8</sup> Ib.

<sup>9</sup> Ib.

Faire une revue sur le féminisme, les créatrices de *La Déferlante* ont « commencé à y réfléchir en 2019<sup>10</sup> ». A ce moment, la sortie du livre *Sorcières, la puissance invaincue des femmes* de Mona Chollet « remuait quelque chose dans l'édition<sup>11</sup> ». Les podcasts féministes (*La poudre* de Lauren Bastide, *Les couilles sur la table* de Victoire Tuaille) de la période post-#metoo témoignent « d'une ébullition sur la question du féminisme et du genre<sup>12</sup> ».

Seulement, les créatrices ne parvenaient pas à trouver un véritable média « qui nous ressemble<sup>13</sup> ». Selon elles, les revues restaient le lieu « où s'expriment majoritairement la parole des personnes dominantes<sup>14</sup> », et ne proposaient pas de contenu approfondi sur le féminisme. L'idée est donc venue de créer un média qui reprendrait les questions féministes et de genre qui remuent la société actuelle.

L'objectif était de créer « une revue qui donne à comprendre le monde post-#metoo sous la plume d'universitaires, d'écrivaines, de journalistes et de militantes.<sup>15</sup> ».

## I - 2 - Un format à l'intersection entre le livre et le magazine: le « mook »

Le mook est un nouveau média qui allie esthétique visuel, et un format au contenu approfondi.

### I - 2 - 1 - Le format de la revue

Au niveau du format matériel, *La Déferlante* est d'un format 20 × 26 cm, la revue est imprimée sur du papier (certifié PEFC<sup>16</sup>) d'une épaisseur de 100 g/m<sup>2</sup> et façonnée en dos carré.

Au premier abord, *La Déferlante* peut être considérée comme un magazine (publication périodique, généralement illustrée<sup>17</sup>) ou une revue (publication périodique qui contient des

---

<sup>10</sup> Interview de Marion Pillas - voir annexes

<sup>11</sup> Ib.

<sup>12</sup> Ib.

<sup>13</sup> Ib.

<sup>14</sup> Ib.

<sup>15</sup> Vidéo de présentation sur le twitter de @ladéferlante

<sup>16</sup> Programme de reconnaissance des certifications forestières

<sup>17</sup> Définition par Le Petit Robert

essais, des comptes rendus, etc<sup>18</sup>). C'est de ce dernier terme que se revendiquent les créatrices. En effet, *La Déferlante* traite dans la majorité de ses sujets, les révolutions féministes, c'est donc dans un seul domaine qu'œuvre la revue, contrairement à un magazine, qui publie des articles plus divers, qui relèvent de différents domaines.

Une revue permet de faire un état des lieux de différents sujets autour d'un thème parapluie. « *J'aime le principe de la revue. Je n'en lisais pas du tout avant La Déferlante. Le fait qu'il y ait plusieurs articles avec différents points de vue, c'est intéressant. On a trop tendance à lire ce qui nous correspond. La revue nous force à lire des choses qu'on ne lirait pas directement. L'article est un bon moyen de condenser des idées*<sup>19</sup> », commente Marie, lectrice et abonnée.

La revue est le format « *sur la crête*<sup>20</sup> » entre deux secteurs, « *l'édition et la presse*<sup>21</sup> », explique Marion Pillas, corédactrice en cheffe. *La Déferlante* est distribuée dans les librairies, et non pas dans les kiosques à journaux, où résident d'habitude de nombreuses revues et magazines (*Causette, Le M, Valeurs Actuelles, Marianne*). Ce choix de l'édition, plutôt que de la presse, relève d'une question de simplicité des intermédiaires et de budget. Les fondatrices se sont rapprochées d'un distributeur pour diffuser *La Déferlante* dans les librairies françaises. « *Le débat s'est porté entre le semestriel et le trimestriel*<sup>22</sup> », mais c'est le dernier qui l'a emporté, pour plus de récurrence.

### **Le mook, un format à la croisée du livre et du magazine**

Le format qui correspondrait en tout point à *La Déferlante*, pourrait être le mook.

Le format du « mook » se définit comme une forme hybride entre le magazine et le livre (contraction anglaise de « magazine » et « book »). Il privilégie les grands reportages et les enquêtes approfondies, des récits, des portfolios, et de la bande-dessinée. Le graphisme est soigné et occupe une place importante laissée aux illustrations qui accompagnent les textes. Enfin, la polyphonie des discours est privilégiée contrairement à des articles rédigés uniquement par des journalistes.

*La Déferlante* utilise cette pluralité de formats (voir infra II - 2) et la pluralité des voix en faisant appel à des militant.es et des universitaires.

Laurent Beccaria et Patrick de Saint-Exupéry, les créateurs de la revue *XXI* publiée à partir de 2008, pionnière du genre du mook, ont écrit, pour leur 21e numéro, le manifeste « Un

---

<sup>18</sup> Définition par Le Petit Robert

<sup>19</sup> Interview de Marie, lectrice - voir annexes

<sup>20</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>21</sup> Ib.

<sup>22</sup> Ib.

autre journalisme est possible » théorisant leur expérience, dans lequel ils déclarent: « *Pour retrouver sa valeur, la presse doit s'affranchir de la gangue publicitaire et marketing*<sup>23</sup> ».

En choisissant un modèle indépendant économiquement, des formats approfondis et diversifiés, *La Déferlante* s'apparente réellement à un « mook », plus développé qu'une simple revue, et qui prône une indépendance particulière. Pourtant, les co-fondatrices ne revendiquent pas ce format, privilégiant le terme de revue pour parler de *La Déferlante*.

En outre, dans le livre *Les mooks. Espaces de renouveau du journalisme littéraire*. Ambre Abid-Dalençon consacre une partie intitulée « *le mook ou la mise en scène d'un journalisme alternatif* ». Bien que la notion de journalisme alternatif soit théorisée de manière précise notamment par Chris Atten (voir introduction), cette dernière questionne « *un positionnement éditorial éventuel propre aux mooks*<sup>24</sup> ». A l'heure de l'instantanéité des informations, « *les mooks prétendent aller à contre-courant de l'information classique. [...] Le format bien particulier de la revue permet l'expression d'un certain engagement et de choix esthétiques*<sup>25</sup> ». Selon l'autrice, les mooks revendiquent « *un projet: proposer un autre regard sur l'actualité via d'autres manières d'informer*<sup>26</sup> ». Ces autres manières d'informer passent par un changement dans le paradigme journalistique selon lequel le journaliste détient l'information. « *Le mook est une revue qui prend son temps, ce qui le rattache à la tendance dite "slow". La périodicité longue permet de diversifier les regards, regards qui peuvent être ceux d'une profession (chercheur.ses, journalistes ou écrivain.es confrontent leur point de vue) ou ceux des sujets de l'enquête. [...] Cette polyphonie de voix et des compétences dans le traitement des sujets est fortement revendiquée et produit l'image d'un journalisme pluriel. Le mook contribue en ce sens à l'idée que le "journalisme est une pratique sociale de production discursive avant d'être une profession" (Ringoost, Utard, 2005 : 18)*<sup>27</sup> ». Cette pluralité de voix (voir infra I - 4) est l'une des composantes de *La Déferlante*.

« *La diversification des points de vue et des formes amène une certaine esthétique du fragment. A la fragmentation subie de l'information, les mooks opposent une esthétique dosée du fragment*<sup>28</sup> », résume l'autrice.

Le mook s'inscrit dans la pensée plus large du « slow journalism », « slow press » ou « slow media ». Ces concepts, d'abord revendiqués par des revues pour s'opposer à l'accélération de

---

<sup>23</sup> Beccaria Laurent et de Saint-Exupéry Patrick. « Un autre journalisme est possible ». XXI. 2013

<sup>24</sup> Ambre Abid-Dalençon, « Le mook ou la mise en scène d'un journal alternatif ». *Les mooks. Espaces de renouveau du journalisme littéraire*. p107-112

<sup>25</sup> Ibid.p107

<sup>26</sup> Ibid.p108

<sup>27</sup> Ibid.p110

<sup>28</sup> Ibid.p112

l'information, par les chaînes d'information continue et de direct (LCI, BFMtv...) et les réseaux sociaux, visent à ralentir notre rapport à l'actualité, en proposant du contenu plus lent et plus développé. Il incarnerait « *tout l'inverse des stéréotypes martelés sur la presse: que les lecteur.ices<sup>29</sup> n'ont plus le temps de lire, qu'ils ne s'intéressent pas à l'approfondissement, qu'ils veulent pouvoir s'informer gratuitement* <sup>30</sup> », commente Isabelle Carceles, journaliste suisse. En 2010, un manifeste allemand consacre les grands principes du « slow media », avec en tête, la promotion de la pérennité écologique par des matériaux renouvelables, la qualité du traitement de l'information, une visée progressiste et non-réactionnaire, la promotion du « prosommateur » (contraction anglaise des mots producteur et consommateur, le consommateur devient producteur de contenu) et la diffusion par la recommandation<sup>31</sup>. *La Déferlante*, par son contenu approfondi, féministe et polysémique, proche du lectorat, correspond en tout point aux principes du « slow media ».

### **I - 2 - 2 Un graphisme au service d'une identité visuelle distincte**

L'esthétique des mooks est soulignée par l'omniprésence d'un graphisme avec une identité particulière. Le graphisme n'est plus présent uniquement pour servir le texte, mais l'accompagne et apporte sa propre information, complémentaire. « *Une telle approche sémiotique sous-tend d'appréhender le texte que constitue la revue "dans sa complétude linguistique, visuelle, physique, matérielle" (Souchier, 2007, : 26) en prenant notamment en compte la "pluralité énonciative" de chaque corps de métier influant sur les différentes étapes de mise en forme de cet objet<sup>32</sup>* ». Ainsi, le mook encourage la pluralité de voix, de formats, mais aussi de supports. « *Le fragment [des différents supports] en appelle donc dialectiquement à un approfondissement toujours en devenir. Cet approfondissement peut se déployer à divers niveaux : par un éclectisme des genres (qui permettent d'approcher une réalité aux multiples facettes), par le genre du reportage-feuilleton.<sup>33</sup>* »

*La Déferlante* dispose d'une identité visuelle précise avec un graphisme soigné, qui permet d'approfondir le sujet choisi. Chaque thème dans la revue dispose de son propre graphisme. Collages de photos, ou dessins, chaque visuel est créé par des illustratrices ou artistes auxquelles les fondatrices honorent à chaque fin de numéro (voir infra I - 3 - 4).

---

<sup>29</sup> Dans un souci d'inclusion des femmes, le mémoire est rédigé en écriture inclusive

<sup>30</sup> Carceles Isabelle. « Slow press et mooks: juste une mode? » *Nectar*. RTS. 2017

<sup>31</sup> Köhler Benedikt, David Sabria, Blumtritt Jörg. *The slow media manifesto*, 2010

<sup>32</sup> Abid-Dalençon, Ambre, « Le mook ou la mise en scène d'un journal alternatif ». *Les mooks. Espaces de renouveau du journalisme littéraire*. p112

<sup>33</sup> Ibid. p113



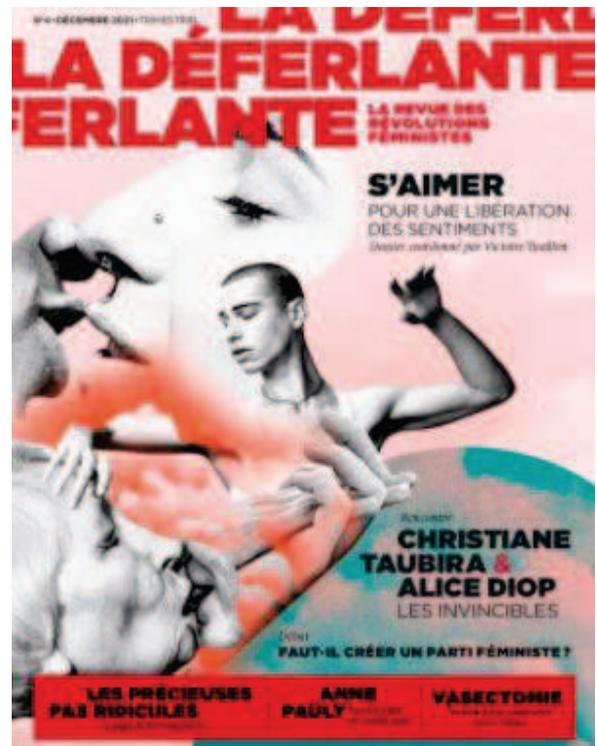
N°1: Naître



N°2: Manger



N°3: Se battre



N°4: S'aimer



N°5: Parler



N°6: Rire

Les premières de couverture méritent une analyse approfondie. Les quatre premiers numéros ont une identité visuelle commune avec des collages d'images. Mais le cinquième et sixième numéro, (prévu pour juin 2022 mais dont la première de couverture a été révélée), préfèrent une illustration par rapport à un collage. Pourtant l'identité visuelle reste très similaire selon les numéros.

Chacun a une couleur précise pour le titre de la revue et l'encart qui indique ce qu'on pourra retrouver dans le numéro. Les invitées de « rencontre » restent sur la première de couverture bien visibles, tout comme le nom du dossier, éponyme du nom du numéro.

Sur ces premières de couvertures, les illustrations sont ce qui ressort le plus et servent l'idée de fragment dans les mooks, énoncés ci-dessus. À l'image de la diversité des articles et du contenu, les collages, tous mélangés, sont comme fragmentés, avec des coupures distinctes. Sur les couvertures des n°1, n°3 et n°4, ce sont surtout des gros plans de corps, de visage, découpés et mélangés pour former un ensemble fragmenté. Cette démarche esthétique s'inscrit dans la vision du graphisme portée par les mooks, qui proposent des visuels originaux, qui attrapent l'œil (« catch-eyes » en anglais). Les visages, principalement féminins, recouvrent toutes les couvertures de *La Déferlante*. Tous différents, ils illustrent la diversité des femmes et des minorités de genre (quelques corps et visages ne sont pas

assimilables de manière évidente à une personne de genre féminin comme sur la couverture du n°4).

Cette diversité, illustrée, permet aussi aux rédactrices d'envoyer un message : la revue s'adresse à toutes les femmes et toutes les minorités de genre, sans distinction. Des corps nus ou mis en relation les uns avec les autres témoignent de l'intime et de la relation amoureuse pour le numéro 4 « S'aimer ». Le dernier numéro, (5 « Parler »), propose une nouvelle maquette, sans collage. Là où sur les collages, on pouvait trouver quelques personnes, l'illustration du n°5 propose un grand nombre de silhouettes de personnes, probablement pour montrer l'importance du groupe dans l'engagement et la prise de parole (en lien avec le titre du numéro « Parler »), ou dans la rédaction de *La Déferlante*.

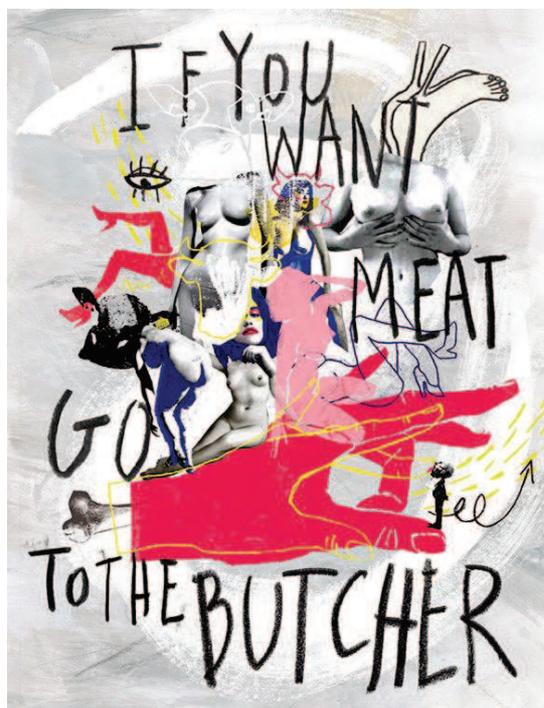


L'omniprésence d'un graphisme sophistiqué est un choix éditorial des créatrices: « *Nous pensons que la qualité de la mise en page sert l'accessibilité du propos*<sup>34</sup>. » Elles proposent

<sup>34</sup> site de *La Déferlante*

cette mise en page pour démocratiser la revue en rendant simple et attractif la lecture des contenus. La volonté de faire de la revue un objet esthétique était aussi un des objectifs de *La Déferlante*. Les fondatrices voulaient « concevoir un bel objet que [l'on pourrait] collectionner ou offrir<sup>35</sup> ».

L'identité visuelle, bien marquée, est accentuée par la vente d'affiches dans la boutique du site internet. Ces affiches, destinées aux abonné.es, renforcent le lien entre ceux-ci et la revue. (voir infra II - 3 - 3) Certaines des affiches reprennent une expression. Elles ont été publiées dans les numéros pour accompagner la rubrique « histoire d'une expression ». Elles reprennent les codes graphiques du collage et de l'illustration de *La Déferlante*.



Par exemple, l'affiche de l'expression: « *if you want meat, go to the butcher* » (en français: « *si tu veux de la viande, va chez le boucher* ») mélange des photos et des illustrations avec principalement, des corps de femme. L'affiche est brute (l'écriture à la craie, ou au feutre abimé du slogan noire, l'utilisation parsemée des couleurs font ressortir surtout le rouge et une palette de gris) et correspond en tout point à servir le slogan, une expression crue qui compare le corps des femmes à de la viande (des têtes de vaches sont d'ailleurs dessinées sur les corps des femmes).

<sup>35</sup> Haegel Mymy. « "La Déferlante", une nouvelle revue féministe française, débarque ». *Madmoizelle*. 2020

Le slogan, scandé par les manifestantes du 7 septembre 1968 contre le concours de beauté national de Miss America, à l'occasion de la protestation « No More Miss America! », dénonce « *la déshumanisation des femmes, réduites à l'état de viande prête à être achetée, consommée, digérée par la société capitaliste patriarcale leur niant toute individualité*<sup>36</sup> ». Sans visage, avec des corps multiples, l'affiche illustre la déshumanisation des femmes que dénoncent les féministes de 1968.

Pourtant, c'est aussi la voix des féministes qui est portée sur l'affiche. En exhibant les corps féminins, c'est une critique de la déshumanisation de la femme, mais aussi une revendication des corps qui sont les leur. La main rouge, soulignée par des contours jaunes balaie d'un doigt les personnes qui « veulent de la viande » (sous l'allégorie du petit diable). Par cette main, les détentrices du slogan reprennent le pouvoir.

### **I - 3 Une économie au service d'une volonté d'indépendance**

Les médias alternatifs prônent un système économique différent des médias traditionnels. Ils sont généralement indépendants, c'est-à-dire qu'ils n'appartiennent pas à un grand groupe financier ou industriel régissant plusieurs médias à la fois. Ainsi, ils ne risquent pas d'être soumis aux influences de ces groupes actionnaires. Cependant, sans actionnaires de poids, ils doivent trouver d'autres fonds, notamment auprès des lecteur.ices. L'idée d'établir un abonnement avec du contenu « exclusif » a refait surface et en a conquis de nombreux, dont la revue *La Déferlante*.

#### **I - 3 - 1 - Un contexte d'indépendance économique des nouveaux médias**

Par son modèle économique, *La Déferlante* s'inscrit dans un contexte particulier d'indépendance des médias. Bien que cela ait toujours été un sujet prédominant, la question de l'indépendance des médias revêt un nouvel intérêt aujourd'hui. Les grands groupes industriels et financiers français (*LVMH, Vivendi, Lagardère, groupe de Niel..*) détiennent d'importantes actions auprès de rédactions. Si cela leur permet d'être économiquement viables, la présence de groupes industriels et financiers peut nuire à la liberté éditoriale des médias par leur promiscuité avec le pouvoir politico-financier.

---

<sup>36</sup> Béja Alix. « Mascotte et bête de foire ». *La Déferlante* n°2

Dans cette optique, des médias ont choisi d'obtenir leur indépendance en se finançant uniquement à travers les abonnements des lecteur.ices. Que ce soit des médias traditionnels rattachés à des grands groupes financiers ou des petites entreprises qui se développent avec un modèle d'indépendance économique, aujourd'hui, l'équilibre économique et financier des médias se brouille. L'apparition d'internet avec des contenus gratuits et/ou de nouvelles rémunérations (*vente de données, pub, cookies*) ajoute une nouvelle dimension à ces changements économiques.

Pour les médias indépendants, la principale source de préoccupation reste le lectorat. C'est par celui-ci qu'ils se financent. *Le Monde*, dans un article sorti le 25 janvier 2022 fait état des difficultés des médias indépendants, mais aussi de l'engagement fort de leur lectorat. « *Je nous appelle "les médias mendiants"<sup>37</sup> »*, explique Jean-Baptiste Rivoire au quotidien, fondateur du tout nouveau site d'enquêtes vidéo *Off Investigation*. « *Avec les appels au dons, les gens répondent au garde à vous<sup>38</sup> »*, ajoute Marion Pillas. L'équilibre économique des médias indépendants reste précaire mais le lectorat les maintient à flot.

*La Déferlante* a fait le choix de l'indépendance économique, suivant les premiers médias indépendants comme *Médiapart*, *Politis*, ou *Reporterre* sur un nouveau modèle. L'indépendance financière est aussi souvent rattachée à un média qualifiable « d'engagé », dont *La Déferlante* se réclame. (voir infra III - 2)

### **I - 3 - 2 - Une indépendance économique essentielle pour La Déferlante**

Un volet du manifeste de *La Déferlante*, publié dans le premier numéro, est consacré à l'indépendance économique du média. Il se nomme: « Une revue indépendante, sans pub ». C'est l'une des bases de *La Déferlante*: l'indépendance économique. Le refus de publicité est revendiqué pour « *garantir sa pérennité et une totale indépendance dans ses choix éditoriaux<sup>39</sup> »*.

*La Déferlante*, en tant que média engagé, réfute toute absence d'indépendance. Ces deux notions, engagement et indépendance, sont très souvent liées. Le média français le plus important à revendiquer cette indépendance économique est *Médiapart*, « *qui fait partie des gens qui soutiennent [La Déferlante]<sup>40</sup> »*, précise Marion Pillas.

---

<sup>37</sup> Dassonville Aude « Des médias indépendants précaires mais populaires ». *Le Monde*. 2022

<sup>38</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>39</sup> Manifeste « Une revue indépendante, sans pub ». *La Déferlante* n°1. 2021

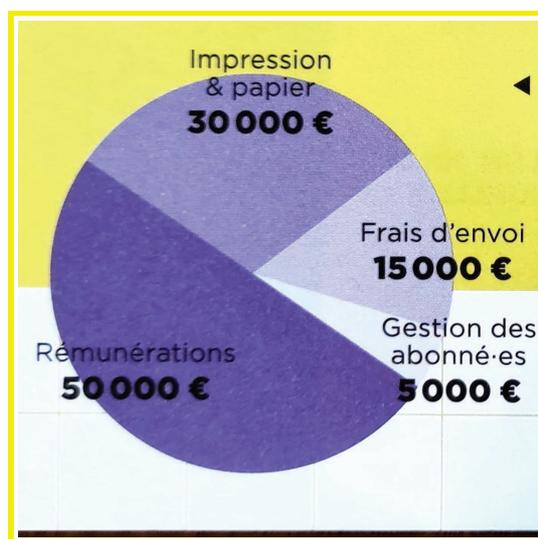
<sup>40</sup> Interview de Marion Pillas

La revue a d'ailleurs signé une charte sur le site *Fonds pour une presse libre*. Intitulée « Ouvrez les fenêtres, lisez la presse indépendante », la charte encourage les lecteur.ices à consommer de la presse indépendante, pour défendre une « *information libre et pluraliste*<sup>41</sup> », « *condition de la démocratie* ».

Pour publier la revue en étant indépendantes, les cofondatrices ont lancé une cagnotte en ligne, avec le premier numéro en pré-commande. Ce financement participatif a permis la naissance de *La Déferlante* sans investisseur.euses conséquent.es, grâce à 5 425 contributeur.ices.

Lors du n°4, « S'aimer », les quatre fondatrices de *La Déferlante* expliquent qu'une première levée de fonds a eu lieu avec dix personnes et un média, *Médiapart*. Elles citent les noms des personnes ayant pris des parts dans le capital du magazine mais aussi l'investissement de *Médiapart*, à hauteur de 25.000 euros. « *Ces participations resteront quoi qu'il en soit minoritaires et les quatre cofondatrices que nous sommes garderont une majorité de blocage pour garantir l'indépendance de notre titre*<sup>42</sup> », indiquent les créatrices.

Dès la deuxième page de la revue, cet encart témoigne d'une volonté de transparence envers le lectorat avec un graphique sur le coût d'un numéro. Le lectorat est d'ailleurs invité à participer, s'il le souhaite, à la « *prochaine levée de fonds, que nous lancerons au deuxième semestre 2022*<sup>43</sup> ».



Le reversement des coûts totaux d'un numéro de *La Déferlante*, 100.000€, publié dans le numéro 4

<sup>41</sup> Charte éthique. *Fonds pour une presse libre*. 2019

<sup>42</sup> *La Déferlante* n°4. 2021

<sup>43</sup> Ib.

Concernant les tirages, *La Déferlante* produit environ 23.000 exemplaires à chaque numéro avec une vente d'environ 18.000 exemplaires dont la moitié grâce aux abonnements. C'est donc une « *économie fragile*<sup>44</sup> » où « *l'essentiel des revenus viennent de ventes* ». « *Il faut aller chercher des nouveaux lecteur.ices* ». Un lectorat, nécessaire à l'indépendance économique de la revue.

En décembre 2021, la revue a d'ailleurs proposé une boutique en ligne pour des « *offres exceptionnelles pour les fêtes* <sup>45</sup> ». Le site internet vendait des affiches, des marque-pages « *petits guides d'écriture inclusive* », un lot de numéros et des tote-bags. Cette boutique en ligne permet de fidéliser un lectorat, mais aussi d'encourager le bouche-à-oreille, à travers des cadeaux étiquetés *La Déferlante*.

### **I - 3 - 3 Le rôle essentiel du lectorat dans la revue indépendante, une relation privilégiée entre autrices et lectrices**

En tant que média indépendant, les sources de revenus sont principalement dirigées vers le lectorat. *La Déferlante* a d'abord proposé un système d'abonnement, mais diversifie depuis peu ses offres, en proposant des événements ou des produits dérivés, orientés vers le lectorat.

#### **Un abonnement régulier**

En proposant un système d'abonnement, *La Déferlante* se finance par son lectorat. Dans leur manifeste, les créatrices revendiquent « *un média capable de se financer essentiellement grâce à ses lectrices et ses lecteurs*<sup>46</sup> ».

Leur manifeste témoigne de l'importance de la place dédiée aux lectrices et lecteurs. Si un média veut être indépendant, « *l'abonnement est évidemment la clé de ce modèle économique: pour s'installer dans le paysage médiatique, La Déferlante a besoin d'un soutien durable de celles et ceux qui la lisent*<sup>47</sup> ». « *La question de la fidélité est fondamentale*<sup>48</sup> ». Dès le départ, avec le lancement du crowdfunding, *La Déferlante* « *avait une communauté super mobilisée*<sup>49</sup> ». C'est là le point central du succès d'un média indépendant : une communauté qui adhère totalement au projet. « *Je l'achète pour son*

---

<sup>44</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>45</sup> Post instagram @Ladeferlante du 13 décembre 2021

<sup>46</sup> Manifeste « Une revue indépendante, sans pub ». *La Déferlante* n°1. 2021

<sup>47</sup> Ib.

<sup>48</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>49</sup> Ib.

*thème, pour soutenir des mouvements féministes*<sup>50</sup>. » Juline, abonnée depuis la création de la revue, fait partie de cette communauté

Le collectif rédactionnel de *La Déferlante* s'attache à ce que le prix de la revue soit abordable, pour servir leur objectif de « démocratisation du savoir ». Ainsi, la revue est proposée à 19€. Elle descend à 15€ avec l'abonnement et pour les précaires, étudiant·es, chômeur·ses, un abonnement d'un an à 56€ est proposé. Dans un objectif de maintenir un équilibre financier, il est possible d'adhérer à un abonnement de soutien à 76€. Une façon de prendre en compte la diversité des situations du lectorat.

### **Des offres complémentaires**

En dehors de l'abonnement, les fondatrices de *La Déferlante* proposent donc une offre complémentaire pour fidéliser le lectorat. Évènements, ateliers, masterclass... La relation forte avec le lectorat est « *constitutive de La Déferlante*<sup>51</sup> ». En outre, la rédaction réfléchit à des offres supplémentaires avec des institutions culturelles, ou des ateliers d'écriture avec des jeunes de métropole.

Publiée dans les librairies, ces dernières font le lien entre *La Déferlante* et le public. Après la crise sanitaire, le monde de l'édition a connu un bond dans les ventes, « *on bénéficie de la santé des librairies et un système de rencontres-librairie*<sup>52</sup> ».

À chaque nouveau numéro, une soirée de lancement est organisée, où sont invitées les personnes interviewées lors du « grand entretien ». D'autres temps d'échanges sont proposés dans les librairies françaises, en dehors des lancements de numéros. Par exemple, en janvier 2022, *La Déferlante* était à la librairie *Les Lisières* à Villeneuve d'Ascq et à la librairie *Le Merle Moqueur* à Paris. *La Déferlante* est aussi venue à Rennes fin mars 2022, pour présenter le dernier numéro « Parler ».

### **Une newsletter, au plus près des lecteur.ices**

Lancée en décembre 2019, « *plus d'un an avant la sortie de la revue*<sup>53</sup> », la newsletter de *La Déferlante* est la « *première manifestation éditoriale*<sup>54</sup> » du média. Elle avait deux buts principaux. D'abord, « *l'idée était de faire exister une ligne éditoriale de La Déferlante avant d'avoir les moyens de la revue papier*<sup>55</sup> ». La faire exister, pour agréger petit à petit une communauté autour, avant de pouvoir lancer, au moyen d'une cagnotte en ligne, le premier

<sup>50</sup> Interview de Juline, lectrice - voir annexes

<sup>51</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>52</sup> Ib.

<sup>53</sup> Ib.

<sup>54</sup> Ib.

<sup>55</sup> Ib.

numéro. Ensuite, la newsletter servait aussi à « *raconter le projet de la revue*<sup>56</sup> », son avancement de l'idée de création à la sortie du premier numéro.

Depuis la diffusion trimestrielle des numéros, la newsletter continue toujours à être publiée, une fois toutes les deux semaines pour ceux qui sont abonné.es. « *Cette newsletter permet de continuer à suivre ce qui se passe dans le féminisme, de pouvoir relater les faits, les analyser, ça permet de peser dans le débat et de garder le lien avec lecteur.ices*<sup>57</sup> ».

Là encore, la relation avec le lectorat apparaît essentielle pour les fondatrices de la revue. La newsletter traite donc de sujets d'actualité « chaude ». Par exemple, la campagne présidentielle française de 2022 a été analysée dans la newsletter du vendredi 18 février. « *Ce sont les gens qui nous achètent, si on n'est pas en dialogue avec ces personnes-là, on en fait rien, l'événementiel, la newsletter, les réseaux sociaux, c'est une façon de faire des nouveaux médias*<sup>58</sup> ». Une façon de faire des nouveaux médias, qui renforce un lien entre public et créatrices.

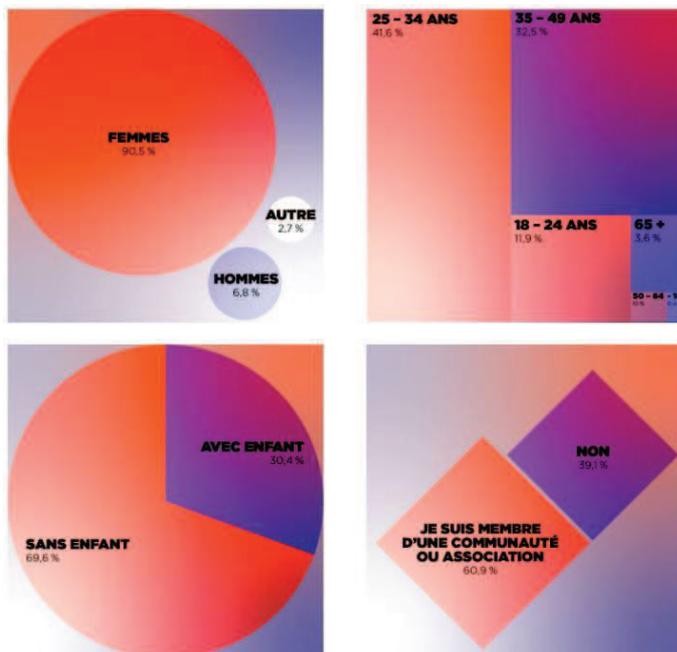
D'ordinaire, un média traditionnel a plutôt une relation unilatérale avec le lectorat. La rédaction rédige des articles, que le public lit ensuite. Il n'y a que très peu d'échanges entre ces deux groupes. Or, dans *La Déferlante*, le public est actif, soit dans les nombreux événements, soit dans la revue directement. Dans cette dernière, le courrier des lecteur.ices apparaît dans chaque numéro, avec des réactions, idées, pensées des lecteur.ices, auxquelles la rédaction répond.

---

<sup>56</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>57</sup> Ib.

<sup>58</sup> Ib.



## Une enquête sur le lectorat

« Lecteurs, lectrices, qui êtes-vous ? »

C'est avec cette question que s'ouvre la newsletter du 4 février 2022. Elle publie les résultats d'une enquête commandée par *La Déferlante* et menée par *Studio Médiannes*. 2.500 réponses ont permis d'établir un portrait robot de la lectrice<sup>59</sup> (à 90%) en majorité jeune, (41% ont entre 25 et 34 ans) habitant dans la capitale et appartenant à la catégorie des cadres

et des professions intellectuelles supérieures (50%). Juline, lectrice de *La Déferlante*, s'est retrouvée dans cette catégorie socio-professionnelle : elle a 29 ans, est parisienne, et professeure.

Dans cette enquête, le lectorat était encouragé à donner son avis, et proposer des nouveautés. « Plus de 97 % des abonné·es à la revue se déclarent satisfait·es. Du côté de la newsletter, ce taux atteint 86,5 %<sup>60</sup> ». Le constat est clair, la revue remporte une grande adhésion de la part de ses lecteur.ices.

En tissant des liens sociaux entre le lectorat et les rédactrices de *La Déferlante*, la revue s'assure une pérennité des relations en fidélisant une communauté forte.

## I - 4 Une politique d'entreprise favorables aux collaborateur.ices

Au cours de son processus de création, les cofondatrices de *La Déferlante* se sont accordées sur des valeurs sociales et écologiques. Elles ont aussi souhaité accorder une place à tous les groupes sociaux dans la revue.

<sup>59</sup> Accord du nombre, ici une majorité de femmes sont concernées

<sup>60</sup> Enquête sur le lectorat de La Déferlante. 4 février 2022

#### **I - 4 - 1 Des valeurs sociales et écologiques au coeur de la création de la revue**

En plus de son indépendance économique, la revue prône un « *positionnement social et écologique*<sup>61</sup> » dans ses pages, qui s'applique aussi dans la création de la revue. La certification PEFC et la création française à Tours témoignent d'une volonté de s'engager aussi écologiquement et socialement. En effet, « *en France, la plupart des imprimeurs respectent les normes écologiques*<sup>62</sup> » explique la corédactrice en cheffe. Cela leur paraissait donc naturel d'imprimer en France, où elles pouvaient également avoir un contrôle sur les opérations.

Au niveau social, ce n'était pas possible pour elles de « *promouvoir une revue avec des valeurs contraires à son engagement. Ça se passe aussi dans la manière dont on fait la boîte*<sup>63</sup> ».

Sur le côté pratique, cela signifie que « *toutes personnes contribuant à la revue, sont rémunérées au juste tarif*<sup>64</sup> ». La question de la rémunération est d'autant plus essentielle pour *La Déferlante* qu'elle « *emploie une immense majorité de personnes les plus précarisées économiquements (femmes, personnes issues de l'immigration, personnes issues de la communauté LGBTQIA+), l'idée de faire travailler en priorité ces gens, ça nous oblige à les traiter de manière super réglo*<sup>65</sup> ». C'est pourquoi la moitié du budget de la création d'un numéro est consacrée à la rémunération des collaborateur.ices, à hauteur de 50.000€ (voir graphique partie I - 3 - 2).

#### **I - 4 - 2 - Un discours polysémique promu par une diversité de participant.es**

Les personnes intervenant dans la revue ne sont pas uniquement des rédactrices issues du milieu journalistique. Contrairement à un journal traditionnel, où seul.es les journalistes publient, la revue est un média « ouvert » à d'autres personnes, militant.es, universitaires, ou personnes « lambdas » comme le témoignage de Thérèse Mérel, « *La prison m'a libérée* » (n°2 « Manger ») avec le programme Citad'elles, proposant des ateliers d'écriture. C'est d'ailleurs ce que demandait le lectorat dans l'enquête du 4 février 2022 : « *plus de diversité* ». La rédaction y répond en informant que de nouveaux textes issus d'ateliers d'écriture organisés par le Labo 148 et La Condition Publique de Roubaix seront publiés dans les numéros de *La Déferlante*.

---

<sup>61</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>62</sup> Ib.

<sup>63</sup> Ib.

<sup>64</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>65</sup> Ib.

**ELLES ET ILS ONT PARTICIPÉ À CE NUMÉRO**



**Clémence Allard**  
Auteur de documentaires pour France Culture (Écouter les espérances du placard), In'or'és (une histoire de photographes indépendants), dans, livres, films et podcasts (A.S.J. et du collectif de journalistes indépendant.es hors Cadre). Elle documente pour ce numéro l'importance des salaires dans la lutte contre le sida (p. 130).



**Claire Braud**  
Autrice et dessinatrice. Après deux bandes dessinées éditées par L'Association, elle réalise un album jeunesse publié par l'école des beaux-arts où j'oserai à Paris. Son dernier ouvrage, La Floré, a été publié chez Castorina. Elle signe les dessins de la BD (p. 52).



**Hada Didiouh**  
En poste de journaliste à l'EUJ Libé, elle a reporté la dernière page de son apprentissage d'un en. Dans ce numéro, elle a réalisé la carte des révolutions féministes (p. 8), les pages « En bref » (p. 43) et les « Plus » elle était sortie du dossier Parler (p. 88).



**Aveline Jah Njé**  
Autrice, journaliste, chroniqueuse, écrivaine et militante féministe. Aveline Jah Njé est née au Cameroun et vit à Paris depuis son enfance. Son premier ouvrage, Journal intime d'une écrivaine (non), vient de paraître aux éditions Au Diable Vauvert. Lire son récit page 82.



**Léa Mermillod-Chavez**  
Journaliste et auteure pour Libération et France Culture. Elle a collaboré aux livres Femmes et distorsions (dans ce numéro, elle signe le chapitre de la BD) (p. 52) et maines avec Lucie Gauthier (bandes dessinées) et Raphaëlle Godeau (p. 50).



**Léa Djeffir**  
Artiste, illustratrice et autrice, elle réalise des fresques murales, manuscrits et collages pour la presse et l'événementiel. En 2016, elle réalise sa première bande dessinée au sein de l'ouvrage collectif féministe Parler (p. 70).



**Léa Djeffir**  
Artiste, illustratrice et autrice, elle réalise des fresques murales, manuscrits et collages pour la presse et l'événementiel. En 2016, elle réalise sa première bande dessinée au sein de l'ouvrage collectif féministe Parler (p. 70).



**Catherine Larrière**  
Philosophe, professeure à l'université Paris-Panthéon-Sorbonne, elle est une des pionnières en France de la philosophie de l'éthologie. Elle signe l'introduction aux extraits de La Mort et le retour, de Carolyn Merchant, de notre rubrique « Dans le texte », page 136.



**Louise Tourret**  
Spécialiste des questions d'éducation, elle est productrice et animatrice de Étes et Savoirs sur France Culture. Collaboratrice avec Marie-Caroline Mialot, de l'association Éducation, travail, saines, saines (Étes, 2014) et, avec Guillemette Paris, de Pourqu'on les enfants de par'st'réussissent mieux (Les Arènes, 2019). Dans ce numéro, elle signe l'article sur la fabrication des ondes (p. 92).



**Carole Bédath**  
Photographe plasticienne franco-malgache, elle vit et travaille à Marseille. Son travail porte sur la famille, le deuil, la perte, la douleur et l'enfermement des femmes. Elle est exposée dans de nombreuses galeries et foires en France, en Europe, aux États-Unis et au Maroc. Elle signe le portfolio page 100.



**Ananda Devi**  
Née à l'île Maurice, Ananda Devi est autrice d'une œuvre traduite en une dizaine de langues, comprenant des romans, des nouvelles et de la poésie. Elle a reçu le prix Femina des lycéens pour son dernier roman, La fille des dieux, paru en 2021 aux éditions Grasset. Elle signe la carte blanche sur Sylvia Plath (p. 42).



**Thibault Orson**  
Docteur en sciences de l'information et de la communication, sa thèse porte sur les questions de discriminations algorithmiques dans la modération des réseaux sociaux. Son article (p. 88) est inspiré de son mémoire de recherche consacré aux discours « on peut plus rien dire ».



**Tal Madesta**  
Journaliste indépendante, elle a milité au sein du mouvement des collages contre les violences sexistes. Elle participe à l'Y Media, média audiovisuel transmédia, et publie son essai Devenir à tout prix (États Audio Éditions) au printemps 2022. Sa chronique est à lire page 22.

A chaque numéro, la dernière page est consacrée aux participant.es de la revue. Rédacteur.ice, graphiste, journaliste, chercheur.euse, photographe, les contributions sont diverses.

Une courte biographie décrit leur parcours. Tous les collaborateur.ices ne sont pas sur cette page, certain.es ont leur biographie insérée dans leur sujet.

Pour raconter les révolutions féministes, la revue s'appuie « sur un comité éditorial composé de journalistes, de chercheur.euses, de militant.es qui permet de travailler les sommaires d'un numéro, de manière à avoir des points de vue de différents endroits de la société<sup>66</sup> ». En effet, le comité rédactionnel

regroupe dix huit femmes, issues de journaux (*Le Monde Diplo*, *Libération*, *Courrier International*, *France Culture*, *Télérama*, *L'Humanité*), de la recherche (sociologie, histoire), de l'édition (*Éditions Goutte d'or*, autrice), et du militantisme (collectif *La Barbe*, et *Mélu*sine, militante féministe et anti-raciste).

<sup>66</sup> Emmanuelle Josse, interview pour la librairie Mollat

## II - PARTIE II : UN MÉDIA ALTERNATIF DANS SON CONTENU

Les médias alternatifs revendiquent des contenus différents ou complémentaires des médias traditionnels. Dans leur format, ils privilégieront des articles longs (absence de brèves, et minimum 2 feuillets soit 3000 signes) pour des journaux et sites internet comme des enquêtes, des portfolios, des grands reportages etc. comme pour *Médiapart*, le média français indépendant de référence. D'autre part, des médias originaux par leur format voient le jour. Le renouveau de revues, magazines, laisse la place à du contenu qui sort du champ journalistique traditionnel (bande dessinée, auteur.ices citoyen.nes, intervention d'universitaires etc). La vision alternative de *La Déferlante* se caractérise par sa ligne éditoriale féministe, la multiplication des supports et des intervenant.es.

### II - 1 - Une ligne éditoriale précise : un féminisme intersectionnel évolutif

Face à l'absence de revue sur le thème du féminisme, les cofondatrices ont souhaité en créer une. Elles envisagent leur ligne éditoriale vaste, pour traiter de féminismes au pluriel, s'inscrivant dans une logique intersectionnelle.

#### II - 1 - 1 - Le(s) féminisme(s) et le genre comme base

##### La quatrième vague féministe

*La Déferlante* s'inscrit dans un renouveau des luttes féministes. Le mouvement #MeToo apparu dans les années 2010 a déclenché une nouvelle ère féministe dans la société. Les réseaux sociaux ont fortement favorisé cette révolution, considérée comme un mouvement de libération de la parole des femmes. Cette ère dénonce principalement les agressions sexuelles et sexistes envers les femmes et les minorités de genre. La libération de la parole s'est faite à travers une multiplication des contenus médiatiques féministes. Le nombre de livres écrits par des femmes sur le thème du féminisme a explosé (voir supra I - 1 - 1), tout comme leur vente. Une véritable prise en compte de ce sujet s'est opérée dans la société avec des supports informatifs et militants.

*La Déferlante* s'inscrit donc dans ce contexte d'acceptation sociétale de la parole féministe et de sa théorisation. Le choix éditorial de la revue se rattache au féminisme en tous points. Alors qu'on considère le mouvement #MeToo et ses conséquences comme une possible quatrième vague du féminisme, *La Déferlante* fait référence à cette vague par son titre, mais aussi les précédentes. La première vague, couvrant le XIX et XXe siècle a lutté pour l'accès aux droits, notamment au droit de vote. La seconde s'est concentrée sur la question de la libération sexuelle dans les années 1960-1970 (droit à l'avortement, contraception...). Enfin, la troisième vague est née au courant des années 1980. Elle fait état d'une dimension intersectionnelle des discriminations que peuvent subir les femmes (voir infra II - 1 - 2), en alliant la question de race<sup>67</sup>, d'identité sexuelle et de genre au coeur de la question féministe. Depuis les années 2010, certain.es chercheur.euses considèrent qu'une quatrième vague a émergé. Avec le développement des réseaux sociaux, une dynamique de libération de la parole s'est formée autour des questions du harcèlement et des violences sexuelles et sexistes.

Une « déferlante » est définie selon Le Petit Robert par « *quelque chose qui se déferle, qui se brise en écume en roulant sur le rivage* ». Le verbe « déferler » est généralement utilisé pour parler des vagues ou au sens figuré, parle d'un phénomène soudain, massif. En choisissant ce nom-là, les créatrices font « *un clin d'oeil à ce que les historien.nes appellent les vagues du féminisme*<sup>68</sup> », indique Emmanuel Josse dans une interview menée par la librairie Mollat. Avec ce nom, les cofondatrices font part de l'envie de parler des vagues successives du féminisme, de ses révolutions.

### **La revue des révolutions féministes**

Le choix éditorial de la revue a été arrêté par un manifeste signé par les cofondatrices. Il s'inscrit dans un contexte d'expansion et de visibilisation des enjeux sociétaux, dont le féminisme et le genre (voir supra I - 1).

Avec le féminisme comme fer de lance, les cofondatrices souhaitent que la revue soit « *créé et dirigée par des femmes*<sup>69</sup> ». Nommée *La Déferlante. Revue des révolutions féministes*, elle fait état de plusieurs féminismes et non pas d'un féminisme unique et immuable.

---

<sup>67</sup> Le mot « race » est utilisé dans ce mémoire au sens de la construction sociale (qui influe sur des comportements, divise la société, permet de comprendre les discriminations raciales) et non pas au sens biologique du terme, inexistant et infondé.

<sup>68</sup> Librairie Mollat. *Emmanuelle Josse et Marion Pillas - La Déferlante*. Youtube. 2021

<sup>69</sup> Manifeste de *La Déferlante*. Premier numéro. 2021

C'est un « *positionnement avec les féminismes au pluriel, avec la pluralité de pensées au sein de champ du féminisme*<sup>70</sup> », envisage la rédactrice en cheffe. Au contraire, « *le féminisme est loin d'être une famille unie* », clame le manifeste. Il s'agit donc de « *raconter cette multiplicité des luttes*<sup>71</sup> » à travers une seule revue.

## **II - 1 - 2 - Le parti pris de la revue : une vision intersectionnelle du féminisme**

### **Le refus de certaines mouvances du féminisme**

Si elle souhaite raconter la « *multiplicité des luttes* », la revue « *prend parti*<sup>72</sup> » dans le mouvement féministe. Elle réfute les thèses du féminisme essentialistes. Né dans les années 1950 et 1960, il se réfère à la croyance selon laquelle les femmes et les hommes seraient, par essence, différents avec des caractéristiques distinctes (par exemple, les femmes auraient un instinct maternel, seraient toutes féminines et douces).

Pour les fondatrices de *La Déferlante*, cette vision du féminisme est problématique car elle exclut une partie des femmes et des personnes hors de ces catégories stéréotypées. « *Les personnes qui s'en prennent aux femmes parce qu'elles sont voilées ou trans, par exemple, n'ont pas leur place dans ces pages*<sup>73</sup> ». Elles s'opposent ainsi aux mouvements actuels féministes TERF (soit Trans-Exclusionary Radical Feminist), qui excluent les femmes transgenres et les mouvements exclusifs pour une partie des femmes (comme les FEMEN<sup>74</sup>, qui refusent l'appartenance à la religion pour ses membres).

### **Une ouverture aux différentes générations de féminisme**

Pourtant, la revue reste ouverte, en faisant dialoguer les différents courants féministes « *de la tradition matérialiste à la pensée queer*<sup>75</sup> ». Le féministe matérialiste, mouvement de la fin des années 1960, s'inspire des discriminations économiques et de la lutte des classes théorisée par Karl Marx, pour l'appliquer au genre. Selon la thèse matérialiste, les femmes et les hommes sont deux classes sociales distinctes. Ce sont ces dernières qui déterminent les différences femmes/hommes, et non pas les critères biologiques, comme le revendique le mouvement essentialiste.

La pensée queer s'est, quant à elle, développée dans les années 1990 et envisage le genre comme une construction sociale plus qu'une caractéristique biologique. Elle critique

---

<sup>70</sup> Interview Marion Pillas

<sup>71</sup> Manifeste de *La Déferlante*. Premier numéro. 2021

<sup>72</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>73</sup> Manifeste de *La Déferlante*. Premier numéro. 2021

<sup>74</sup> Devaux Sonia. « La place des FEMEN dans le féminisme ». *Feminists in the city*. 2019

<sup>75</sup> Interview de Marion Pillas

l'hétéronormativité de la société (supposition de l'hétérosexualité comme la norme) et la binarité du genre (soit homme, soit femme). La théorie queer l'envisage plutôt comme un spectre sur lequel se placeraient les individus.

Par exemple, Agnès Jaoui, invitée dans la rubrique « rencontre » du deuxième exemplaire, explique sa difficulté à comprendre les nouveaux mouvements féministes. « *Je comprends la colère [des jeunes féministes d'aujourd'hui]. Ce que je comprends moins, c'est la radicalité. Le niveau de violence. [...] Même si des fois je me sens dépassée, que je m'engueule avec ma fille, ça me fait réfléchir, ça me bouscule, mais je trouve ça super. A part ces excès [...] dans lesquels je ne me reconnais pas. Je n'ai pas envie de devenir dominante à la place du dominant*<sup>76</sup>. »

D'autre part, des invité.es comme Alice Coffin (n°3 « récit : la riposte »), porte une vision plus radicale du féminisme, notamment à travers la question de la misandrie, dont s'est faite accuser la journaliste après la publication de son livre *Le génie lesbien*. Elle avait alors écrit : « *Il ne suffit pas de nous entraider, il faut, à notre tour, les éliminer. Les éliminer de nos images, de nos esprits, de nos représentations* ». Seule la première phrase avait été reprise par certains médias (notamment *Paris Match*<sup>77</sup>, *La Dépêche*, *Radio Classique*), effaçant la dimension culturelle de l'élimination.

Enfin, la théorie queer se retrouve dans tous les aspects de la remise en cause de l'hétéronormativité du genre et/ou de l'orientation sexuelle dans *La Déferlante*. Si la revue a fait le choix de faire discuter ces différentes pensées au sein du mouvement féministe, elle se positionne totalement dans une vision intersectionnelle du féminisme.

### **Une vision intersectionnelle du féminisme**

L'intersectionnalité est un concept introduit par l'universitaire et juriste africaine-américaine Kimberlé Williams Crenshaw en 1989. Elle publie l'article « Démarginaliser l'intersection de la race et du sexe : une critique féministe noire de la doctrine de l'anti-discrimination, de la théorie féministe et de la politique anti-raciste<sup>78</sup> ». Dans ce dernier, elle fait état des discriminations sexistes et racistes que subissent les femmes africaines-américaines. L'intersectionnalité désigne donc plus largement la situation d'une personne qui a « *des caractéristiques raciales,*

---

<sup>76</sup> « Rencontre ». *La Déferlante*. Deuxième numéro. 2021

<sup>77</sup>Delassus Pauline.« Alice Coffin, Branchée sur sectaire ». *Paris Match*. 2020

<sup>78</sup>Crenshaw, Kimberlé, et al. « Démarginaliser l'intersection de la race et du sexe : une critique féministe noire du droit antidiscriminatoire, de la théorie féministe et des politiques de l'antiracisme », *Droit et société*, vol. 108, no. 2, 2021, pp. 465-487.

*sociales, sexuelles et spirituelles qui lui font cumuler plusieurs handicaps sociaux et en font la victime de différentes formes de discrimination*<sup>79</sup> ».

En s'inscrivant dans cette dynamique de pensée, la revue traite des questions féministes et de genre dans une vision englobante de l'intersectionnalité et de la convergence des luttes (anti-racistes, anti-validistes, contre les discriminations envers la population LGBTQIA+ et éco-féministes). « *On se positionne à l'encontre de toutes les logiques de domination, raciales, sociales, validistes*<sup>80</sup> ». En effet, dans chaque numéro, des articles sont consacrés à ces luttes.

Par exemple, le deuxième numéro a consacré sa bande dessinée aux sœurs Nardal, à l'origine de la pensée de la négritude. C'est dans le salon de ces « *pionnières du féminisme noir* », que le mouvement de la négritude est né, alors que Senghor et Césaire sont considérés comme les principaux fondateurs, éclipsant le rôle important des deux sœurs. *La Déferlante*, en les mettant à l'honneur, souligne le combat des femmes noires contre le racisme et pour la reconnaissance de la culture africaine.

Très régulièrement, une rubrique laisse la place à une réflexion concernant la lutte anti-validiste. Dans le numéro 3, un entretien avec Lydia Zijdel, expose l'autodéfense des femmes handicapées. La remise en cause de l'allocation adulte handicapé, comme « frein à la vie amoureuse » se trouve dans le dossier « S'aimer » du n°4.

En outre, *La Déferlante* discute aussi de la grossophobie, (n°2 « entretien avec la cofondatrice de Gras politique, collectif contre la grossophobie »), de la lutte pour le droit des personnes transgenres (n°5 « reportage sur l'accompagnement orthophonique des personnes trans »), les personnes homosexuelles (n°3 « récit : la riposte avec Alice Coffin sur son parcours de femme lesbienne »), l'écoféminisme (n°4, « histoire de Greenham Common, lutte pionnière du mouvement écoféministe »).

Cette intersectionnalité prend toute sa place dans les différents numéros, et est d'ailleurs mise à l'honneur lors de la rubrique débat « ligne de crête » du n°3, intitulé « pourquoi l'intersectionnalité fait-elle si peur? »

Le volet « une pluralité de voix » du manifeste, souligne leur adhésion à ce mouvement englobant toutes les luttes. « *Les femmes sont victimes d'inégalités structurelles que nous*

---

<sup>79</sup> Définition selon la plateforme Nofi, « Plateforme d'information, de réflexion et d'échanges autour de la communauté noire »

<sup>80</sup> Interview de Marion Pillas

*entendons analyser selon une approche intersectionnelle : c'est à dire en articulant classe, genre et race pour penser les luttes sociales actuelles et les demandes convergentes de justice qui s'y expriment*<sup>81</sup> ». De nombreuses personnes interviewées et engagées dans la cause féministe se réclament de cette vision intersectionnelle.

Adèle Haenel, invitée de la rubrique « rencontre » dans le cinquième numéro, souligne l'importance d'analyser la manière dont sont observées les violences sexuelles et sexistes en France. « *L'ordre patriarcal s'articule avec les oppressions racistes et islamophobes. Le gouvernement français, profondément misogyne, ne brandit la cause des femmes que pour stigmatiser des patriarcats non-blancs, comme si l'oppression sexiste était un problème importé. [...] J'ai réalisé que le mouvement féministe dans lequel je m'inscrivais était très blanc et j'ai commencé à prendre conscience de la dynamique intersectionnelle des oppressions*<sup>82</sup>. » Rokhaya Diallo, également invitée de ce numéro s'inscrit aussi dans une vision intersectionnelle du féminisme en animant le podcast *Kiffe ta race* qui traite des questions raciales, souvent rejointes par les questions de genre (épisode 87 « Femmes non-blanches, mères à tout prix ? », épisode 71: « Noire et trans »)<sup>83</sup>. « *Ma présence, le fait que je souligne ma condition (femme, fille d'ouvrier, noire, musulmane) crée de la crispation parce que, avec tous les écrémages sociaux, je ne devrais pas être là* », témoigne-t-elle dans *La Déferlante*.

L'engagement intersectionnel de la revue est aussi lié à l'engagement économique et social général dont *La Déferlante* se revendique. Donner la parole à ces personnes issues de minorités, c'est aussi « *une manière de créer des récits qui n'existent pas dans d'autres endroits*<sup>84</sup> » (personnes transgenres, jeunes femmes, personnes avec un handicap, minorité de genre...) Par exemple, le reportage dans le numéro 5 « Parler », suit les personnes transgenres dans un cabinet orthophoniste « *à la recherche de leur identité vocale* ».

Pour le lectorat, l'intersectionnalité de la revue est un des principaux motifs d'achat. « *Je l'achète pour son thème, pour soutenir des mouvements féministes, pour la qualité des dossiers, des articles, pour l'intérêt qu'elles ont pour les communautés discriminées. [...] Je trouve qu'elles (les cofondatrices) sont vraiment très inclusives, on parle de toutes les orientations sexuelles, de toutes les couleurs de peau, des personnes transgenres, et on ne fait pas semblant d'en parler, elles sont très inclusives*<sup>85</sup> », explique Juline. « *Il y a des articles, je*

---

<sup>81</sup> Manifeste de *La Déferlante*. Premier numéro. 2021

<sup>82</sup> Haenel Adèle. Interview dans la rubrique « rencontre ». *La Déferlante*. n°5

<sup>83</sup> Épisode 87 « Femmes non-blanches, mères à tout prix? » *Kiffe ta race*, 2022

<sup>84</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>85</sup> Interview de Juline, lectrice

*n'aurais pas été les lire de moi même, ça traite beaucoup de sujets qui ne sont pas abordés dans des essais<sup>86</sup> », concède Marie.*

Pour *La Déferlante*, il faut analyser toute « *l'époque au prisme du genre<sup>87</sup>* ». Elle prend donc en compte le fait que les luttes de défense des droits des femmes ou de genre concerne tous les aspects de la société, que ce soit politique (« Retour sur l'arrivée au second tour de l'élection présidentielle de Ségolène Royal en 2007 », n°5), économique (« chéri, rend l'argent, » chronique de Mélusine n°1), sexuel (« baise-moi » de Virginie Despentès n°2), sociétal (« née sous X et adoptée, une identité revendiquée », n°1) historique (bande dessinée sur le procès Sepur Zarco, n°5), judiciaire (« affaire DSK, le sexisme à la française », n°1), ou gastronomique (« focus : à qui profite le steak ? » n°2). Les champs dans lesquels s'inscrivent le genre et le féminisme n'ont, pour la revue, pas de limites.

## **II - 2 - Une multiplicité des supports, universitaires et journalistiques**

Le premier post Instagram du compte @ladéferlanterevue lançant la revue fait part d'un objectif : « *La Déferlante démocratise le savoir universitaire et militant* ».

La revue se caractérise effectivement par son hybridité. Elle revêt un volet universitaire et journalistique. Au sein des rédacteur.ices, différentes formations et milieux s'entrecroisent, militants, journalistiques ou universitaires. La question de l'hybridité journalistique se pose alors : qu'est-ce que cela apporte au contenu, sur le fond ?

« *Récits, débats, reportages, entretiens, bande-dessinée, portfolio... nous avons besoin de tous les formats à notre disposition pour raconter les luttes féministes d'hier et d'aujourd'hui* <sup>88</sup> », indique le manifeste de la revue. Une diversité de supports pour servir de manière complète le sujet du (des) féminisme(s) (voir supra II - 1).

### **II - 2 - 1 - Une revue définitivement journalistique**

Le métier de journaliste, c'est, selon Marion Pillas, corédactrice en cheffe de la revue, « *permettre de donner les clés du débat démocratique en convoquant différents types de*

<sup>86</sup> Interview de Marie, lectrice

<sup>87</sup> Biographie du compte twitter @ladeferante

<sup>88</sup> Manifeste de *La Déferlante*. Premier numéro. 2021

*pensées*<sup>89</sup> ». En ce sens, la revue est journalistique puisqu'elle expose les différentes mouvances du féminisme. Mais le caractère journalistique de la revue est facilement reconnaissable en dehors de cette définition. D'une part, par les métiers auxquels sont rattachés les créatrices, et d'autre part, des formats empruntés au genre journalistique qui ponctuent la revue.

### **Les créatrices, issues du monde journalistique**

Les cofondatrices de ce média sont des journalistes. Lucie Geffroy, journaliste indépendante a travaillé dans le *Courrier international* et au sein du *Monde*, tout en continuant à collaborer avec d'autres médias. Spécialisée dans les questions judiciaires, Marie Barbier était à *L'Humanité* et travaille aujourd'hui avec *Reporterre* et *Médiapart*. Emmanuelle Josse a une expérience centrée sur l'édition, du web ou du print, elle s'occupe de la coordination éditoriale au sein de *La Déferlante*. Elle est également cofondatrice du P.A.F, un collectif pour une parentalité féministe. Enfin, Marion Pillas est spécialisée dans le domaine de la télévision. Elle a travaillé au sein de différentes rédactions dont *France Télévisions*.

Chacune des créatrices est donc totalement insérée dans le milieu professionnel journalistique, que ce soit dans la presse, le web ou la télévision. *La Déferlante* est, par conséquent, intrinsèquement journalistique. Certaines des cofondatrices ont d'ailleurs une expérience dans le milieu du journalisme indépendant, comme *Médiapart*, ou *Reporterre*.

### **Les formats journalistiques**

Si le thème fondamental de la revue est le féminisme, il se découpe en sous catégories traditionnelles d'un média. Il est possible de retrouver des sujets internationaux, société, un courrier des lecteur.ices, et des « gros dossiers » comme des magazines traditionnels.

En effet, *La Déferlante* a différentes rubriques qui reviennent à chaque numéro. Cette dernière s'ouvre sur une bande-dessinée humoristique puis sur le courrier des lecteur.ices. Après le sommaire, une double page « en bref » retrace au début du numéro l'actualité féministes avec différentes brèves (adoption « iel » par Le Petit Robert, l'allongement du délai de l'IVG), un chiffre (95.2€ par an : coût de la virilité), ou une citation. Vient ensuite une infographie sur « la carte des révolutions féministes ». Elle retrace les derniers événements féministes dans le monde.

*La Déferlante* propose une rencontre entre deux femmes, artistes, militantes ou politiques d'une dizaine de pages sur leur rapport au féminisme, à leur genre, leur travail et à la

---

<sup>89</sup> Interview de Marion Pillas

société. S'ensuit un reportage, une enquête, et un portrait. La carte blanche laisse la liberté de choisir le format, pour l'autrice qui l'écrit. Trois chroniques d'invité.es, ou de personnes participant à un atelier d'écriture, ponctuent le numéro. Une bande-dessinée d'une dizaine de pages raconte une histoire méconnue de lutte de femmes.

La partie principale de la revue est le dossier. D'une vingtaine de pages, il regroupe différents formats : une enquête, un reportage, un récit, l'histoire d'une expression, un focus et un contrepoint; il approfondit la thématique du verbe qui titre le numéro de la revue.

Un portfolio propose ensuite des photos de femmes. Une rubrique intitulée « ligne de crête » revient sur des notions telles que l'intersectionnalité, les violences sexuelles et sexistes, le travail domestique ou la création d'un parti politique féministe. C'est un débat sur le féminisme entre universitaires, militant.es et une personne de la société civile qui travaille dans l'environnement en question. Les deux rubriques qui suivent traitent un fait historique (Ségolène Royal, première femme au second tour de la présidentielle en 2007, la tuerie mysogine de l'école polytechnique à Montréal en 1989). La dernière rubrique « dans le texte », est consacrée à la visibilité d'une partie d'un texte (roman ou essai). La dernière page n'est pas une rubrique mais expose la biographie de tout.es les participant.es au numéro. Chaque sujet de *La Déferlante* est donc traité sous différents formats journalistiques.

De manière générale, la caractéristique de *La Déferlante* est bien la longueur des formats. Sur 150 pages de magazine, il y a une vingtaine de rubriques. Exceptées les chroniques d'une à deux pages, certaines rubriques peuvent aller jusqu'à une dizaine de pages (notamment la rubrique « rencontre » et la rubrique « débat » : 12 à 14 pages). La revue laisse donc une belle place aux auteur.ices pour approfondir un sujet, qui n'aurait pas forcément été développé autrement dans un quotidien ou une émission de radio.

Le caractère journalistique de ce magazine est donc inconditionnel, par ses fondatrices et par ses formats. Il est complété par une dimension universitaire.

## **II - 2 - 2 Des sciences sociales au service d'un journalisme universitaire ?**

### **Le mélange des genres, pour servir l'enquête**

Ivan Jablonka, professeur de sciences sociales, propose une nouvelle forme pour l'enquête, une forme hybride. Il encourage l'ajout d'un format universitaire pour servir un travail journalistique. Pour lui, cloisonner les sciences sociales et le journalisme n'a pas d'intérêt, il faut au contraire différentes formes pour bien servir un sujet.

L'enquête est définie par Le Petit Robert comme étant l'étude d'une question (sociale, économique, politique) par le rassemblement des avis, des témoignages des intéressés<sup>90</sup>. Elle serait, pour Ivan Jablonka le genre par excellence, car « *elle attire à elle les sciences sociales, mais aussi le reportage, le récit de vie, l'autobiographie, le témoignage, le carnet de bord, le journal intime*<sup>91</sup> », écrit-t-il dans « La Création en sciences sociales », de la revue *Esprits* en 2010.

*La Déferlante*, dans sa complexité des différents formats, répond à cette volonté de mélanger les genres, et d'utiliser l'enquête. En se servant de l'analyse approfondie du domaine universitaire, la revue répond de manière scientifique à des interrogations sur les révolutions féministes et ses concepts mis en œuvre.

Par exemple, dans le débat sur l'intersectionnalité (n°3 « Se battre », la chercheuse Sarah Mazouz, sociologue au CNRS, explique ce concept, et son utilité en sciences sociales. « *L'approche intersectionnelle permet de complexifier l'analyse des rapports de pouvoir [...] et de penser les liens dynamiques entre eux, en évitant de se cantonner à un seul facteur explicatif. Elle invite à prendre en compte le caractère multidimensionnel de la réalité sociale. [...] L'intersectionnalité agit aussi comme un aiguillon pour rendre le chercheur ou la chercheuse attentive aux biais qui peuvent affecter sa démarche, car son expérience est, par définition, comme pour tout.e un.e chacun.e, partielle*<sup>92</sup>. » La chercheuse a utilisé la notion d'intersectionnalité pour analyser sociologiquement le comportement des jeunes femmes des quartiers où elle « *menait son enquête de terrain* » sur le peu ou l'absence de leur participation aux émeutes liées à la mort de Zyed Benna et Bouna Traoré.

L'enquête est illustrée par les différents témoignages dans la revue (chronique : « La prison m'a libérée », n°2) mais aussi par plusieurs pages consacrées à la rubrique « enquête » à chaque numéro (« Les femmes du vin font leur #metoo », n°3)

### **L'intégration des sciences sociales**

Les sciences sociales et le milieu universitaire se sont appropriés le champ des discriminations, du genre et de la race<sup>93</sup>. *La Déferlante* est un média qui propose un féminisme inclusif (c'est-à-dire qui inclut toutes les luttes touchant les femmes, de près ou de loin : les femmes lesbiennes, transgenres, issues des minorités et/ou de l'immigration). En

---

<sup>90</sup> Définition selon Le Petit Robert

<sup>91</sup> Jablonka Ivan. « La Création en sciences sociales ». *Esprits*. 2010.

<sup>92</sup> Mazouz Sarah. « Pourquoi l'intersectionnalité fait-elle si peur? » *La Déferlante* n°3. Septembre 2022

<sup>93</sup> Race au sens de la construction sociale qui établit des discriminations

proposant un volet universitaire dans la revue, *La Déferlante* répond au besoin de découvrir les recherches universitaires et les auteur.ices des études de genre et culturelles. Cette théorisation universitaire de concepts, parfois militants, a permis de légitimer les pensées féministes, queer et intersectionnelles puisqu'elles devenaient « analysables », au même sens que les autres sciences, sociales ou dites « dures<sup>94</sup> ». Consacrer des études dans ces champs, c'est accepter qu'il existe une réalité que les militant.es dénoncent.

En effet, dans chaque numéro de *La Déferlante*, des sociologues interviennent, comme dans la rubrique « ligne de crête », pour proposer un angle universitaire au débat.

Mais la revue présente aussi des contenus historiques (« Communardes, les grandes oubliées » par Chloé Leprince, journaliste spécialisée en sciences humaines et sociales, n°2 ; « Retour sur la tuerie de l'école polytechnique à Montréal le 6 décembre 1989 ») et des contenus sur l'histoire des idées (« Trans & féministes : décentrer la controverse » par Emmanuel Beaubatie, sociologue au CNRS).

« *On réfléchit énormément sur l'équilibre d'un numéro, à refléter ce qui se passe dans l'actualité d'une part, d'être ancré dans un temps contemporain, et puis on cherche à donner une perspective historique puisque la revue cherche également à mettre en lumière des héritages parfois oubliés dans les mouvements féministes<sup>95</sup>* », explique Emmanuelle Josse. Apporter du contenu universitaire dans une revue, pour Juline, lectrice, c'est une plus-value déterminante. « *C'est ce qui permet de garder l'intérêt des lecteurs et lectrices. Si ce sont des articles traditionnels sur le féminisme, c'est de la redite, du niveau 1. Là, elles vont plus loin, elles nous font toujours poser des questions. À la fin d'un article, tu te remets vite en question, tu te positionnes par rapport à ce que tu as lu<sup>96</sup>.* »

Lors de la sortie du numéro 5 de *La Déferlante*, les fondatrices ont établi un bilan un an après le premier numéro. « *Quelles sont les voix que nous voulons faire entendre ? Celles des universitaires qui, malgré les attaques venues du plus haut sommet de l'Etat, continuent à mettre en lumière les logiques d'oppression qui traversent la société<sup>97</sup>.* »

---

<sup>94</sup> Sciences relevant du domaines des sciences de la nature et sciences formelles

<sup>95</sup> Emmanuelle Josse interview pour la librairie Mollat

<sup>96</sup> Interview de Juline, lectrice

<sup>97</sup> « *S'aimer: pour une libération des sentiments* » La Déferlante numéro 5. 2022

### III - PARTIE III : LE JOURNALISME ENGAGÉ, REMISE EN CAUSE DES MÉDIAS TRADITIONNELS?

Une troisième idée caractérise les médias alternatifs. Ils sont, de manière générale, engagés. C'est-à-dire que leur ligne éditoriale revendique des valeurs qu'elle va défendre (écologiques, conservatrices, sociales, sociétales etc). Les médias portent un avis sur une information, lors de son traitement. De même, certains sujets seront privilégiés car ils ne requièrent, selon eux, pas assez l'attention des médias traditionnels comme la question environnementale et démocratique.

#### III - 1 - L'objectivité journalistique, un modèle à dépasser?

L'engagement revendiqué de la revue *La Déferlante* pose une question essentielle dans l'univers du journalisme. Est-il possible de faire du journalisme engagé? Faut-il respecter une objectivité journalistique? Qu'est ce que l'objectivité désigne? Avant de montrer l'avantage de la multiplication des médias avec des subjectivités diverses, nous pouvons questionner la recherche de l'objectivité, comme point central de la déontologie journalistique et le concept de la neutralité, générale et journalistique.

##### III - 1 - 1 - La recherche de l'objectivité, un point capital de la déontologie journalistique

Fondement de l'éthique journalistique, l'objectivité est un « *terme apparu en 1803 et imposé dans le sillage du positivisme*<sup>98</sup> ». Le courant philosophique du positivisme s'établit sur la vérification nécessaire des théories par des faits réels, vérifiés par l'expérience. Dans ce cadre, l'objectivité journalistique s'applique selon le modèle américain « facts only » et du « news-gathering » (le regroupement d'actualités en français) avec les 5W (*who, when, where, why, what*). En principe, cela répond à différents devoirs : vérifier les sources d'information, apporter différents points de vue, et laisser la place à un contradictoire.

Bill Kovach et Tom Rosenstiel, dans *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*, reviennent sur l'origine du terme objectivité. « *Le devoir d'objectivité demandait aux journalistes de mettre au point une méthode cohérente de vérification de l'information – une approche des preuves matérielles dépourvue de toute*

<sup>98</sup> Spitéri, Gérard. « De l'indépendance du journaliste », L'Année sociologique, vol. 51, no. 2, 2001, pp. 287-307.

*ambiguïté – pour faire précisément en sorte que leurs préjugés personnels et culturels ne compromettent pas la rigueur de leur travail<sup>99</sup>. »*

Au fur et à mesure, cette quête de l'objectivité s'est traduite par une recherche de neutralité, d'impartialité complète. Pour ne pas influencer le lectorat de quelque manière que ce soit, les articles factuels sans partis pris se sont multipliés, au risque, parfois, de manquer d'interprétation pour donner les clés de compréhension au lectorat.

*« La crainte du jugement qui engage, de l'analyse qui éclaire, la hantise d'associer le fait et le commentaire, incitent le journaliste à un retrait prudent<sup>100</sup>. »* Dans « De l'indépendance du journaliste », Gérard Spitéri revient sur l'objectivité. Si ce concept a été établi en un principe essentiel de la déontologie journalistique, l'auteur regrette la concentration et la similarité des médias, alors même que *« Kant affirme qu'il n'est pas de plus sûr critère pour évaluer la vigueur d'une démocratie que celui du pluralisme de la presse. »* Pourtant, *« le pluralisme de la presse est-il synonyme de diversité d'opinions ? »*, questionne-t-il.

En principe, le pluralisme, système qui reconnaît la cohabitation de différents modes de pensées et de ses représentants, s'accorde donc avec la diversité d'opinions. Mais actuellement, la privatisation et l'agglomération de divers médias dans les mains de quelques groupes économique-financiers posent la question du pluralisme. Avec dix-neuf médias, l'entreprise Vivendi remet en cause cette notion du pluralisme puisqu'il y a, certes, différents médias, mais ils sont tous sous l'égide d'un seul et même PDG, Vincent Bolloré. De plus, *« les effets pervers d'un ethos professionnel, sous couvert de déontologie, portent atteinte à l'indépendance du journaliste et au pluralisme de la pensée<sup>101</sup> »* en restant proche du pouvoir, sans chercher à s'établir en opposition. Ces problématiques résonnent particulièrement dans la représentation des journalistes à qui l'on réclame une déontologie totale, l'épée de Damoclès des poursuites judiciaires sur la tête des journalistes.

### **III - 1 - 2 - Personne n'est neutre**

L'objectivité journalistique a toujours été un moyen de repousser l'engagement, politique, sociétal ou économique, dans le domaine du journalisme. Sous couvert de s'intéresser uniquement aux faits, sans leur donner d'interprétation, le journaliste se prévaut de donner un avis particulier qui risque d'influencer le lectorat. En ne donnant que des éléments

---

<sup>99</sup> Bill Kovach et Tom Rosenstiel, *Principes du journalisme*, Paris, Nouveaux Horizons, 2004, p. 75

<sup>100</sup> Spitéri, Gérard. « De l'indépendance du journaliste », *L'Année sociologique*, vol. 51, no. 2, 2001, pp. 287-307.

<sup>101</sup> *Ib.*

factuels, il laisse le choix à ce dernier de se faire sa propre idée sur un sujet déterminé.

Pourtant, l'objectivité journalistique, recherchée pour certain.es est considérée, par d'autres, comme un leurre. Chaque rédacteur.ice apporte, *in fine*, sa vision du monde en choisissant un sujet, un angle, les personnes interrogées... L'objectivité journalistique serait donc un idéal vers lequel tendre, mais qui reste inatteignable à cause des biais conscients et inconscients qui traduisent une réalité différente selon chacun.e.

La journaliste Alice Coffin dans *Le génie lesbien*, rejette l'idée que la neutralité soit atteignable et qu'elle doive être un but. « *La neutralité journalistique n'existe absolument pas, mais est souvent utilisée comme arme pour marginaliser les journalistes minorisé.es*<sup>102</sup>. [...] *Invoquer la neutralité dans une rédaction, c'est d'abord affirmer que certain.es peuvent écrire sur tout quand d'autres ont des biais. C'est établir un privilège*<sup>103</sup>. » Au contraire, il « *faut revendiquer le biais. La chair. Le vécu*<sup>104</sup>. » Une femme écrivant sur le sujet du féminisme ne sera pas objective puisque concernée, mais tout comme un homme qui a évolué dans une société patriarcale et a une vision andro-centrée (le « male gaze » en anglais) sur ces problématiques.

*La Déferlante*, en choisissant de rejeter le paradigme de l'objectivité, choisit son camp. La revue préfère d'ailleurs les rédactrices « expertes » sur le sujet du féminisme, s'opposant ainsi à l'absence traditionnelle d'un journalisme généraliste. Un.e journaliste généraliste, par son adjectif, ne peut connaître toutes les problématiques d'un sujet précis tel que le féminisme puisqu'il est généraliste.

Selon Marion Pillas, la revue « *s'inscrit contre un journalisme neutre* », car c'est « *un journalisme qui fait le jeu des gens en place*<sup>105</sup> ». Autrement dit, le journalisme neutre ou objectif, serait au service de la vision du monde de l'homme blanc, cisgenre et hétérosexuel, occupant en majorité les postes de responsabilité et de pouvoir en France. Les médias traditionnels, notamment la télévision, ne seraient pas neutres. En cause, l'éditorialisation des contenus. Les journalistes, sur les plateaux télévisés, analysent, décryptent, donnent leur avis sur différents sujets, sous forme d'éditos<sup>106</sup>, à défaut de donner leur avis en s'appuyant sur des reportages, ou enquêtes.

---

<sup>102</sup> Coffin Alice. *Le génie lesbien*. Grasset. 2020. p52

<sup>103</sup> Ib.

<sup>104</sup> Ibid. p53

<sup>105</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>106</sup> Article qui provient de la direction d'un journal, d'une revue et qui correspond à une orientation générale selon Le Petit Robert. Or, les éditos à la télévision reflètent aujourd'hui surtout le point de vue d'un.e journaliste plutôt que du média qu'il représente.

La crise sanitaire a accentué ce phénomène avec des journalistes sur les plateaux, engrangeant le discours du « je ne suis pas médecin, mais...<sup>107</sup> », donnant leur avis sans sources précises. Or, c'est bien ce phénomène que pointe la journaliste de *La Déferlante*. En apparence, des chaînes d'information traitent de manière objective des informations, mais au travers des « éditos », elles portent un regard et un discours orienté.

### III - 1 - 3 - Des subjectivités multiples au service de différentes analyses

Pourtant, la subjectivité n'est pas un problème si elle est reconnue par tous. D'ailleurs, de nombreux médias ont une ligne éditoriale, qui apporte une vision différente sur chaque sujet traité. Si *Le Monde*, considéré comme un journal de centre-gauche, *Libération*, de gauche et *Le Figaro* de droite, doivent traiter une même information, ce ne sera pas forcément de la même manière.

Dans *La subjectivité journalistique. Onze leçons sur le rôle de l'individualité dans la production de l'information*, la subjectivité du ou de la journaliste est envisagée « *comme la manifestation d'une personnalité qui, dans le procès de travail, se révèle irréductible aux rôles et aux procédures prescrits par le dispositif de production*<sup>108</sup> ». Il s'agit donc de ne pas rejeter la subjectivité, puisqu'elle est intrinsèquement liée au journaliste, mais au contraire, de l'accepter en la revendiquant, ce qui permet au lectorat d'être informé du parti pris.

L'absence de neutralité dans les médias est aussi ressentie par le lectorat de *La Déferlante*. « *Même les médias neutres ne le sont pas. Ils n'arrivent pas vraiment à se rapprocher de la réalité, c'est pour ça que les médias engagés se revendiquent d'un parti pris. En réalité, il n'y a pas de médias neutres, il faut que les médias neutres expriment leur parti pris*<sup>109</sup> », explique Marie, étudiante et lectrice de *La Déferlante*.

« *On a un point de vue, on ne parle pas de nulle part* », souligne Marion Pillas, « *ce qui fait notre différence, c'est que nous, nous sommes conscientes du point de vue engagé, et on ne le cache pas. C'est problématique de se faire passer pour neutre ou apolitique* ». En affirmant leur point de vue dans le manifeste, les numéros et leurs réseaux sociaux, *La*

---

<sup>107</sup> Titre du tract Gallimard écrit par Etienne Klein, physicien, qui remet en cause la couverture médiatique de la pandémie et des sciences et scientifiques.

<sup>108</sup> Charbonneaux, Juliette. « La subjectivité journalistique. Onze leçons sur le rôle de l'individualité dans la production de l'information. LEMIEUX, Cyril, (dir.), 2010, Éditions de l'EHESS, Paris, 315 p. », *Communication & langages*, vol. 168, no. 2, 2011, pp. 128-129.(citation p. 84)

<sup>109</sup> Interview de Marie, lectrice

*Déferlante* informe son lectorat du parti pris. Ainsi, il ne peut pas se sentir biaisé par une apparente objectivité. Il sait que le papier est situé, sur le plan sociétal et politique.

Les lecteur.ices peuvent ainsi chercher des informations auprès des différents médias pour ensuite se faire leur propre avis. La subjectivité n'est donc pas forcément à condamner, si elle s'inscrit dans une société démocratique, plurimédiatique avec une représentativité exhaustive des avis divergents de la société.

D'ailleurs, le journalisme, selon la rédactrice en cheffe de *La Déferlante*, c'est « *donner les clés du débat démocratique en convoquant différents types de pensées*<sup>110</sup> ». Différents types de pensées, dans la revue, mais aussi dans tous les médias, permettent de visibiliser différentes opinions. « *L'époque a besoin d'engagement, et la presse qui marche bien, c'est la presse engagée. Les gens ont besoin de radicalité (de gauche comme de droite)*<sup>111</sup>. » Une presse engagée, qui a un rôle à jouer : « *Des fois les milieux universitaires, c'est plutôt compliqué pour comprendre. Le journalisme engagé vulgarise des pensées, les journalistes militant.es sont les premier.es à donner l'accès à des pensées aujourd'hui très importantes*<sup>112</sup>. »

Enfin, le journalisme engagé permettrait de remettre sur la table les sujets qu'il couvre. Ici, le féminisme n'est plus un sujet de souche, réservé à certains médias alternatifs, mais fait partie du paysage médiatique traditionnel. « *Les médias mainstreams ne peuvent plus se tenir à distance de ces sujets-là. La question des violences sexuelles et sexistes est étudiée comme étant systémique*<sup>113</sup> », précise Marion Pillas. Un changement dû à l'imposition de ces sujets par les activistes, militants et médias alternatifs mais aussi à une « *génération de journalistes qui impulse cette différence en 2022*<sup>114</sup> ».

## III - 2 - L'autoproclamation d'un média engagé par *La Déferlante*

Les fondatrices de *La Déferlante* établissent une différence entre un média engagé et un média militant. La revue réside « *dans le domaine des idées*<sup>115</sup> ». Au contraire, le « *militant est au service d'une organisation et d'un parti avec une visée concrète* », soit un but à

---

<sup>110</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>111</sup> Ib.

<sup>112</sup> Interview de Marie, lectrice

<sup>113</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>114</sup> Ib.

<sup>115</sup> Ib.

atteindre, servir des intérêts politiques précis... L'engagement serait donc prendre parti « dans le champ des idées du débat, en étant situé » sans être au service de quelque organisation que ce soit.

### III - 2 - 1 - Une ligne éditoriale précise sur le féminisme

La ligne éditoriale de *La Déferlante* est précise : celle des révolutions féministes. C'est-à-dire, tous les mouvements qui secouent le féminisme dans la société actuelle (voir supra II - 1 - 2). Le féminisme, courant de pensée et mouvement politique, social et culturel en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes<sup>116</sup> a toujours été considéré comme une « cause à défendre ». Ainsi, les combattant.es pour l'égalité femmes/hommes et la reconnaissance des droits des femmes sont considérés comme engagé.es, au sens qu'ils défendent une cause.

Être engagé.e, c'est selon Marion Pillas, prendre un « *parti pris* » et avoir un « *point de vue*<sup>117</sup> » sur la société. Or, un média n'est, traditionnellement, pas supposé être engagé, mais plutôt de revendiquer une objectivité ou une neutralité pour ne pas influencer son lectorat. (voir supra III - 1 - 1)

*La Déferlante*, peut être issue du mouvement de « médiactivisme » car elle répond à deux orientations, théorisées dans le livre *Médiactivistes* par Dominique Cardon et Fabien Granjon. D'une part, elle « dénonce les effets de la monopolisation de la production de l'information par des conglomerats économique-politiques de plus en plus concentrés<sup>118</sup> ». La revue symbolise donc une critique « contre-hégémonique ».

D'autre part, *La Déferlante* répond également à la seconde critique des médias, la critique « expressiviste » qui dénonce « la réduction de la couverture des événements par les médias centraux aux seules activités des acteurs dominants. Elle revendique alors un élargissement des droits d'expression des personnes en proposant des dispositifs de prise parole ouverts qui doivent leur permettre de s'affranchir des contraintes imposées par les formats médiatiques professionnels. »

---

<sup>116</sup> Définition par le dictionnaire Larousse

<sup>117</sup> Ibid.

<sup>118</sup> Cardon, Dominique, et Fabien Granjon. « Introduction », *Médiactivistes*. sous la direction de Cardon Dominique, Granjon Fabien. Presses de Sciences Po, 2010, pp. 7-12.

La revue se considère comme engagée, au sens où elle « *fait exister des récits qui n'existent pas ailleurs*<sup>119</sup> ». Elle répond donc au second objectif d'une meilleure représentativité des personnes. En investissant un champ qu'elle considère délaissé par les médias traditionnels, elle ouvre la voie à de nouvelles interrogations pour son lectorat.

Par les diverses formes d'expression dans la revue, notamment la partie « rencontre » (grand entretien établi sur plusieurs pages de la revue), *La Déferlante* propose ces « *dispositifs de parole* », plus larges, laissant plus la place aux personnes.

En outre, la majorité de l'espace de la revue est consacrée à des intervenantes, universitaires, militantes ou journalistes, mais peu de papiers sont réalisés par les journalistes à l'origine du projet. Une façon de redonner la parole aux personnes concernées, et revendiquée comme tel par les cofondatrices. « *C'est là où l'on est engagé, on fait exister des récits qui n'existent pas ailleurs*<sup>120</sup> », explique Marion Pillas. Dans cette optique, le parcours de la transition des personnes changeant de genre est mis à l'honneur dans un reportage sur l'accompagnement orthophonique de ceux-ci dans le n°5 « Parler ».

### **III - 2 - 2 Une sémantique propre : le choix de l'écriture inclusive**

#### **Une charte orthotypographique**

*La Déferlante*, comme chaque contenu médiatique, détient une charte orthotypographique. Cette charte a vocation à être une extension du code typographique, ouvrage de référence qui fait état des règles d'orthographe et de typographie notamment dans le monde de l'édition et du journalisme. La charte est propre à chaque entreprise et témoigne d'un parti pris dans l'écriture. Elle permet de déterminer par exemple les modalités d'utilisation des guillemets, des chiffres, ou des majuscules.

Dans le cadre de la revue, la charte ortho-typographique est d'une importance capitale. Elle fait état d'un engagement militant, l'écriture inclusive. Cette forme d'écriture vise à « inclure » chaque personne, femme, homme, personne non-binaire. Pour les auteur.ices de *Le cerveau pense-t-il au masculin?*, le langage inclusif englobe « *toute forme de langages qui visent à démasculiniser la langue*<sup>121</sup> ». Ils définissent « *deux méthodes pour entrer dans cette définition : la neutralité et la refématisation* ».

---

<sup>119</sup> interview de Marion Pillas

<sup>120</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>121</sup> Gygax Pascal, Zufferey Sandrine, Gabriel Ute. *Le cerveau pense-t-il au masculin?* p12

## **La langue française, une écriture « andro-centrée »**

Il faut partir du postulat que l'écriture n'est pas anodine et qu'elle s'inscrit dans le contexte d'une société androcentrée. Sandra Lipsitz Bem, de l'université de Cornell aux Etats-Unis définit l'androcentrisme « *comme reflétant la tendance que nous avons à considérer les hommes comme la norme de notre espèce*<sup>122</sup> ». Les auteur.ices de *Le cerveau pense-t-il au masculin?* ajoutent que par conséquent, les « *normes masculines sont considérées comme des standards neutres* ». Le langage n'échappe pas à la règle, et est soumis à l'androcentrisme de la société en France. « *Le masculin l'emporte sur le féminin* », fait d'ailleurs parti de l'une des principales règles de grammaire française.

Mais l'androcentrisme français de la langue n'est pas issu d'une évolution immuable à travers les époques. Au contraire, le XVIIe siècle a été un siècle charnière sur la modification de la langue française. « *Jusqu'au XVIIe siècle, la forme grammaticale masculine n'a pas encore acquis le statut de dominant*<sup>123</sup>. » L'accord de proximité et de majorité sont utilisés (contrairement à la règle selon laquelle le masculin l'emporte sur le féminin). Seulement, « *l'accord au masculin par défaut est fortement soutenu par certains grammairiens de l'époque qui y voient une manière d'homogénéiser les pratiques, mais aussi de symboliser la supériorité des hommes sur les femmes* ». Les auteur.ices ont d'ailleurs retrouvé des citations de grammairiens de l'époque qui illustrent cette idée, comme celle de Nicolas Beauzée, grammairien du XVIIe siècle : « *le genre masculin est réputé plus noble que le féminin à cause de la supériorité du mâle sur la femelle*<sup>124</sup> ». De même le XVIIe siècle a vu « *la disparition progressive de termes féminins pour désigner des métiers ou des activités que la société conçoit comme étant plutôt masculines*<sup>125</sup> », comme « autrice » par exemple.

L'écriture inclusive permet donc de répondre à cet androcentrisme emprunt de misogynie en intégrant toutes les personnes (hommes, femmes, non-binaires et autres personnes dans le spectre femme-homme) à la lecture afin que chacun.e se sente concerné.e. Elle permet également de visibiliser les femmes dans des rôles autres que ceux considérés comme féminins (notamment dans la féminisation des noms de professions).

## **Le choix de l'écriture inclusive de la revue**

Les fondatrices de *La Déferlante* ont fait le choix militant d'opter pour l'écriture inclusive. Elle a d'ailleurs une place prépondérante dans la charte orthotypographique (voir annexes).

---

<sup>122</sup> Gygax Pascal, Zufferey Sandrine, Gabriel Ute. *Le cerveau pense-t-il au masculin?* p12

<sup>123</sup> Ibid., p56

<sup>124</sup> Ibid.,p57

<sup>125</sup> Ibid., p58

Dans l'annexe, une partie est dédiée aux « pistes pour une écriture inclusive » avec différentes catégories. D'abord, *La Déferlante* utilise les accords en genre des noms de fonction, grades, métiers et titres (formation des féminins comme « professeuse »), l'expression du féminin et du masculin dans les énoncés s'adressant aux deux sexes ou parlant d'eux (privilège aux termes épiciènes, mots englobants, usage du point médian). accord de proximité, accord selon le sens (contrairement à la règle de la primauté du masculin sur le féminin). Ensuite, les cofondatrices ont fait le choix de l'ordre alphabétique pour l'énumération des deux genres, et l'évitement du mot homme et femme (privilège à l'« humain »).

En utilisant l'écriture inclusive, *La Déferlante* rompt avec le paradigme de l'écriture qui privilégie le masculin. Peu d'autres contenus journalistiques utilisent l'écriture inclusive (*Reporterre*, *Francetv slash*, *Brut*). Ce sont généralement de nouveaux médias, sur internet, qui ont un lectorat jeune. C'est un choix éminemment politique et engagé. « *Pour nous, c'était évident que s'il y avait un média qui devait se saisir de l'écriture inclusive, c'était nous*<sup>126</sup> ». Dans un contexte de division sur l'écriture inclusive (refus explicite de l'insérer au sein de l'éducation nationale par le ministre Jean-Michel Blanquer<sup>127</sup> en mai 2021 ; ajout du pronom « iel » dans le dictionnaire Le Petit Robert, qui provoque de nombreuses réactions négatives<sup>128</sup>), la revue revendique l'écriture inclusive. « *Une langue est mouvante et est le reflet de son époque. Elle doit évoluer et servir à visibiliser les personnes*<sup>129</sup>. »

Le choix de l'écriture inclusive transparaît jusque dans les interviews menées par les rédactrices. Il est précisé qu'avant l'interview, il est nécessaire de prévenir la personne que « *la charte de La Déferlante a fait le choix d'une écriture inclusive*<sup>130</sup>. » Par conséquent, la charte encourage à « *prendre le parti de l'appliquer dans les propos rapportés* ». Si la personne interviewée refuse d'utiliser l'écriture inclusive, celle-ci peut ne pas s'appliquer mais une annotation sera apportée par la rédaction.

L'écriture inclusive est, dans *La Déferlante*, sous forme d'un « curseur » entre la « *visibilisation des minorités de genre et la visibilité de lecture, y compris pour des gens qui ne seraient pas habitués à ce type d'écriture*<sup>131</sup> », motive Marion Pillas. Le choix du curseur

---

<sup>126</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>127</sup> Anonyme. « Écriture inclusive : Jean-Michel Blanquer exclut l'utilisation du point médian à l'école ». *Le Monde*. 2021

<sup>128</sup> Anonyme. « Pronom "iel" dans Le Petit Robert : Brigitte Macron réagit à la polémique ». *Le Point*. 2021

<sup>129</sup> Interview de Marion Pillas

<sup>130</sup> Charte ortho-typographique de *la Déferlante*

<sup>131</sup> Interview de Marion Pillas

n'est pas définitif. « *On s'autorise à évoluer. Par exemple, le terme iel, avant on ne l'utilisait pas, maintenant, il peut arriver qu'il soit dans la revue* ».

L'écriture inclusive, tant elle apparaît comme un sujet politique et médiatique de discordes, est un marqueur fort de l'engagement de la revue, au profit de l'égalité femmes/hommes, dans la société et dans l'édition.

## IV - CONCLUSION

*La Déferlante* revendique donc son engagement politique, social et économique. Tant dans son processus de création, son contenu, que son système économique, elle tente de proposer une alternative aux médias traditionnels. Pourtant, la frontière entre l'engagement et - le mythe - de la neutralité d'un média est mince. À quel moment un média devient engagé? Comme nous l'avons vu précédemment, certains médias dit « traditionnels » revêtent pourtant des aspects d'engagement politique sur la ligne éditorial (*Le Figaro* est considéré comme un journal de droite et conservateur, tout comme récemment la radio *Europe 1*, à l'inverse, *France Inter* est réputée pour être une radio de gauche et progressiste), notamment par le choix de la sémantique (charte orthotypographique inclusive, vocabulaire discriminatoire ou anti-discriminatoire). Ces médias tentent également d'approfondir leur relation avec le lectorat (organisation d'événements avec des abonnées...)

Ainsi, si *La Déferlante* est intrinsèquement engagée, d'autres médias, plus traditionnels, tendent également vers un engagement politique de plus en plus prégnant ces dernières années, sous l'influence de groupes économiques (le groupe Vivendi de Vincent Bolloré a entraîné un changement de ligne éditorial pour les médias dont l'entreprise est actionnaire majoritaire<sup>132</sup>).

L'accroissement de l'engagement médiatique se réalise en opposition à la critique des médias de Serge Halimi. Dans son article intitulé « Le journalisme de révérence » en 1995 dans *Le Monde diplomatique*<sup>133</sup>, il faisait état d'un journalisme à la pensée unique, où les acteurs passaient d'un média à un autre sans distinction de ligne éditoriale. Aujourd'hui, la question d'une polarisation, politique, économique, sociale et sociétale du monde journalistique se fait ressentir. Le féminisme, l'écologie, la lutte anti-raciste sont aujourd'hui des débats sociétaux qui fracturent la société française, notamment dans les médias. Cette polarisation médiatique prend ses racines dans la vie politique française où les partis de gouvernement, expression désignant historiquement le PS et l'UMP, s'effondrent au profit de partis politiques de droite et de gauche radicales, à l'image de l'élection présidentielle de 2017 et de 2022 où les partis anti-systèmes et radicaux, ont fait des scores sans précédents.

---

<sup>132</sup> Carasco Aude. « Bolloré, un empire médiatique qui inquiète ». *La Croix*. 2021

<sup>133</sup> Halimi Serge « Misère des médias en France. Un journalisme de révérence ». *Le Monde diplomatique*. 1995

Aujourd'hui les médias sont donc à un tournant de leur existence. Économique d'abord, puisqu'ils doivent repenser leur système en intégrant la logique digitale, politique, sur leur choix d'engagement de leur contenu, et de nature, sur l'opposition entre l'accélération de l'information et la reprise d'un temps plus long, et sur la question de l'engagement que peut avoir un média. *La Déferlante* s'inscrit dans la lignée de ce renouveau du journalisme engagé, dans une époque où, selon les mots de sa cofondatrice, « *les gens ont besoin de radicalité*<sup>134</sup> ».

---

<sup>134</sup> Interview de Marion Pillas

## V - BIBLIOGRAPHIE

### V - 1 - Livres

Abid-Dalençon, Ambre, « Le mook ou la mise en scène d'un journal alternatif ». *Les mooks. Espaces de renouveau du journalisme littéraire*. p112-113

Atton Chris. *Alternative media*. Sage publications. 2002

Coffin Alice. *Le génie lesbien*. Edition Grasset. 2020

Halimi Serge. *Les nouveaux chiens de garde*. Liber-Raisons d'agir. 1997

Kovach, Bill ; Rosenstiel, Tom. *Principes du journalisme, ce que les journalistes doivent savoir, ce que les lecteurs doivent exiger*. Gallimard. 2015.

Gygax Pascal, Gabriel Ute, et Zufferey Sandrine. *Le cerveau pense-t-il au masculin ?* Le Robert. 2021

Londres Albert. *Terre d'Ebène*. Albin Michel. 1929

### V - 2 - Articles universitaires

Cardon, Dominique, et Fabien Granjon. « Introduction », *Médiactivistes*. sous la direction de Cardon Dominique, Granjon Fabien. Presses de Sciences Po, 2010, pp. 7-12.

Charbonneaux, Juliette. « La subjectivité journalistique. Onze leçons sur le rôle de l'individualité dans la production de l'information. LEMIEUX, Cyril, (dir.), 2010, Éditions de l'EHESS, Paris, 315 p. », *Communication & langages*, vol. 168, no. 2, 2011, pp. 128-129. (citation p. 84)

Crenshaw, Kimberlé, et al. « Démarginaliser l'intersection de la race et du sexe : une critique féministe noire du droit antidiscriminatoire, de la théorie féministe et des politiques de l'antiracisme », *Droit et société*, vol. 108, no. 2, 2021, pp. 465-487.

Jablonka, Ivan. « La création en sciences sociales ». *Esprit*, vol. , no. 11, 2017, pp. 92-105.

Spitéri, Gérard. « De l'indépendance du journaliste », *L'Année sociologique*, vol. 51, no. 2, 2001, pp. 287-307.

### **V - 3 - Articles de presse**

Anonyme. « Ecriture inclusive : Jean-Michel Blanquer exclut l'utilisation du point médian à l'école ». *Le Monde*. 2021

Anonyme. « Pronom "iel" dans Le Petit Robert : Brigitte Macron réagit à la polémique ». *Le Point*. 2021

Carasco Aude. « Bolloré, un empire médiatique qui inquiète ». *La Croix*. 2021

Dassonville Aude. « Des médias indépendants précaires, mais populaires ». *Le Monde*. 2022

Delassus Pauline. « Alice Coffin, Branchée sur sectaire ». *Paris Match*. 2020

Devaux Sonia. « La place des FEMEN dans le féminisme ». *Feminists in the city*. 2019

Fabre Jérémy. Graphique « Médias français : qui possède quoi ? » *Le Monde diplomatique*. 2021

Haegel Mymy. « "La Déferlante", une nouvelle revue féministe française, débarque ». *Madmoizelle*. 2020

Halimi Serge « Misère des médias en France. Un journalisme de révérence ». *Le Monde diplomatique*. 1995

Lacour Cécilia. « Le boom féministe : #MeToo, La Déferlante éditoriale en chiffres ». *Livres Hebdos*. 2021

Marlier Fanny. « Avec "La Déferlante", les révolutions féministes vont (enfin) avoir leur revue ». *Les Inrockuptibles*. 2020

Piddiu Laureen. « "La Déferlante" une revue féministe et engagée ». *La Marseillaise*. 2021

Rousseau Christine. « “La Déferlante”, une nouvelle revue qui joue de tous les genres ». *Le Monde*. 2021

## VI - WEBOGRAPHIE

Carceles Isabelle. « Slow press et mooks : juste une mode? » *Nectar*. RTS. 2017

Köhler Benedikt, David Sabria, Blumtritt Jörg. *The slow media manifesto*, 2010

Librairie Mollat. *Emmanuelle Josse et Marion Pillas - La Déferlante*. Youtube. 2021

*La Déferlante*. Vidéo Twitter/Instagram. 2020

## VII - ANNEXES

### I - Corpus

#### I - 1 - Numéros (1.2.3.4.5) de *La Déferlante*

A chaque trimestre, la revue se concentre sur un dossier approfondi d'une thématique sous la forme d'un verbe.

##### **« Naître. Aux origines du genre ». *La Déferlante*. Mars 2021**

Le premier numéro « Naître », sorti en mars 2021 fait part de la naissance de la revue, de naître en tant que femme ou de « renaître » en tant que femme transgenre. Céline Sciamma, réalisatrice et Annie Ernaux, écrivaine sont les invitées de la rubrique « rencontre ». Désir de femmes, lien entre la fiction et le genre, le processus de création sont au cœur de cet échange. Le dossier « naître » discute en partie de la naissance sous X, de l'adoption, et de l'intersexualité

##### **« Manger. le genre passe à table ». *La Déferlante*. Juin 2021**

Le second numéro (juin 2021) « Manger » propose une analyse du genre en relation avec l'alimentation. Précarité alimentaire, travail domestique, évolution des pratiques alimentaires, la nourriture est analysée au prisme du genre. Agnès Jaoui, actrice et réalisatrice et Clémentine Autain, femme politique, parlent de violences sexuelles, des différentes vagues féministes avec des générations qui s'entrechoquent.

##### **« Se battre. Avec un récit inédit d'Alice Coffin ». *La Déferlante*. Septembre 2021**

Le troisième numéro (septembre 2021) « Se battre » se base sur la combativité dans le militantisme féministe. Des black-blocs aux violences, avec un débat sur l'intersectionnalité, ce numéro questionne toutes les formes de combats. Pomme, chanteuse et Nadège Beausson-Diagne, actrice sont les invitées de la partie rencontres pour discuter de l'engagement dans l'art et des violences sexuelles et sexistes dans ce même domaine.

## **S'aimer. Pour une libération des sentiments ». *La Déferlante*. Décembre 2021**

Le quatrième numéro (décembre 2021), accueille Alice Diop, réalisatrice et Christiane Taubira, femme politique, dans la partie « rencontres » pour parler afroféminisme, et luttes anti-racistes. « S'aimer » présente un dossier « pour une libération des sentiments » coordonné par Victoire Tuillon, journaliste et créatrice du podcast *Les couilles sur la table*. Témoignage sur l'amour, déconstruction des relations hétérosexuelles, contraception masculine, allocation adulte handicapé et vie amoureuse... Les sentiments amoureux et les relations sont passés au crible fin dans le numéro 4 de *La Déferlante*.

## **« Parler. Les voix de l'émancipation ». *La Déferlante*. Mars 2022**

Enfin, le cinquième et dernier numéro sorti à ce jour (mars 2022), « Parler » revient sur « les voix de l'émancipation » et sur le sexisme en politique. Rokhaya Diallo, journaliste et Adèle Haenel, actrice, échangent sur les violences sexuelles, la politique, et l'art, tandis que le dossier fait le point sur la prise de parole en société et sur la problématique de la voix dans la transidentité.

### **I - 2 - Interview de Marion Pillas, corédactrice en cheffe et cofondatrice de la revue**

### **I - 3 - Interview des lecteur.ices**

**Les entretiens (p. 53-64) ont été retirés de la version diffusée en ligne.**

## II - Annexe « pistes pour une écriture inclusive » de la charte ortho-typographique de *La Déferlante*

### Accord en genre des noms de fonctions, grades, métiers et titres

Cf. liste ci-dessous

Petit récap de la formation des féminins :

- mots se terminant par une consonne : féminin en -e
  - o une camelote, une adjudante, une consule...
  - o Avec parfois des modifications : colonelle, physicienne, vigneronne... (consonne doublée) ; pompière, officière... (ajout d'un accent) ; admirative, veuve... (changement de lettre)
- particularité des mots en -eur (-euse ou -eure ?) :
  - o -euse quand vient d'un verbe : une annonceuse, une receveuse...
  - o -eure quand vient d'un comparatif ou superlatif latin : prieure
  - o Privilégier les mots anciens (professeuse) aux néologismes (professeure), créés la plupart dans les années 1990 au Québec, préférés par l'Académie française car moins « choquants » à l'oreille...
- particularité des mots en -teur (-teuse ou trice ?) :
  - o -teuse quand le t appartient au radical du verbe : chanteuse, metteuse en scène...
  - o -trice quand le t n'appartient pas au radical d'un verbe : formatrice, auditrice, agricultrice
- particularité des mots en -esse : ce suffixe très productif au Moyen Âge est clairement perçu comme désuet, à l'exception de quelques mots (poétesse, hôtesse, maîtresse...), mais il est encore en usage courant dans la langue juridique ou dans des mots très connotés (demanderesse, diablesse, pauvresse, gonzesse, drôlesse...)
- mots anglo-saxons en -er : footballeuse, youtubeuse, gameuse, loseuse, leadeuse
- certains mots étrangers n'ont pas de féminin : coach, cameraman, jockey... (entraîneuse ou cadreuse ne sont que partiellement équivalents)

### Exprimer le féminin ET le masculin dans les énoncés s'adressant aux deux sexes ou parlant d'eux

L'emploi des « doublets », ou de la double flexion, vise à exclure l'emploi du masculin générique comme marqueur d'un neutre – qui n'existe pas en français – pour parler des deux genres :

- recours aux termes épiciènes = mots qui ont la même forme au féminin et au masculin, qui désigne indifféremment l'un ou l'autre sexe, ou l'un ou l'autre genre
  - o parlementaires (député-es)
  - o fonctionnaire
  - o membre de
- privilégier l'usage de mots englobants
  - o le lectorat (lecteurs et lectrices)
  - o le personnel soignant (infirmières et infirmiers, aides-soignantes et aides-soignants...)
  - o la direction (directeurs et directrices)
  - o le public (spectateurs et spectatrices...), l'auditoire (auditeurs et auditrices)
  - o la population/le peuple (citoyennes et citoyens, ressortissantes et ressortissants, habitantes et habitants...)
  - o la magistrature (magistrates et magistrats)
  - o le tribunal ou la cour (la ou le juge)
  - o la clientèle (clientes et clients)
  - o les élèves du collégies (écolières et écoliers, collégiennes ou collégiens)
  - o l'équipe (ex. : de formation, plutôt que les formateurs et les formatrices)
  - o le corps enseignant (les professeurs et les professeuses), médical
  - o les personnes handicapées
- usage du point médian : c'est un moyen d'abrégier le doublet
  - o un seul par mot : fatigué-es et non fatigué-e-s ; partisan-es et non partisan-e-s
  - o on ne reprend pas le T du suffixe pour les mots en -teur afin d'en faciliter la lecture : formateur·rice (et non formateur·trice)

### **Accord de proximité, accord selon le sens**

En finir avec la primauté du masculin (et éviter beaucoup de points médians dans les participes passés et adjectifs). Revenir à une règle courante en français d'avant le XVII<sup>e</sup> siècle et la « masculinisation » de la langue *« parce que le genre masculin est le plus noble, il prévaut seul contre deux ou plusieurs féminins, quoiqu'ils soient plus proches de leur adjectif »*, Dupleix, Liberté de la langue françoise, 1651.

- o Ma tante et mes cousins sont arrivés.

- o L'entraîneur et les joueuses sont attendues.
- o Toutes celles et ceux qui
- o Les chants et danses catalanes
- o Les mots et formulations englobantes (Les éditions iXe appliquent la règle de proximité dans leurs publications avec une note d'explication liminaire.) Choisir l'ordre alphabétique pour l'énumération des deux genres
- Privilégier l'arbitraire de l'ordre alphabétique pour l'exposition des mots féminins et masculins.
  - o les Français et Françaises ; les Italiennes et Italiens
  - o les auteurs et autrices
  - o elles et ils
  - o celles et ceux
  - o un et une ; la et le
  - o l'égalité femmes-hommes

### **Le mot « homme », le mot « femme »**

- Bannir le mot « homme » pour parler des hommes et des femmes
  - o Les droits humains ; Un humain sur deux est une femme
- Éviter le mot « femme » pour pallier l'absence (l'illégitimité ?) du féminin
  - o proscrire une femme médecin, une femme rabbin, une femme philosophe...

NB : On ne recourra pas à la fusion de mots pour des formulations non binaires « prononçables » (iel, ielles, ceux, toutes, lecteurices, rédacteurices, spectateurices, acteurices...), considérant qu'elle gêne la lisibilité des textes et peut exclure le lectorat qui n'y est pas habitué.

### **Petite bibliographie sélective**

- Éliane Viennot, Non le masculin ne l'emporte pas sur le féminin, éditions iXe, 2017
- Eliane Viennot, Le Langage inclusif. Pourquoi, comment, éditions iXe, nouvelle édition 2018
- Marine Yaguello, Les mots ont un sexe, éditions Points 2014 (première édition 1989)
- Michaël Lessard et Suzanne Zaccour, Manuel de grammaire non sexiste et inclusive, Syllepses, 2018

### **Ressources en lignes**

- SIEFAR (Société internationale pour l'étude des femmes de l'Ancien Régime). La guerre des mots / Les mots de A à Z
- Manuel d'écriture inclusive, édité par l'agence de communication d'influence Mots-Clés, dirigé par Raphaël Haddad, édition augmentée juin 2019
- Guide pratique Pour une communication publique sans stéréotype de sexe, Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes

## **III - Manifeste de *La Déferlante***

### **Notre manifeste**

#### **1 — Un média engagé**

La Déferlante est une revue féministe papier et numérique créée et dirigée par des femmes, pour donner la parole aux femmes et aux minorités sexuelles et de genre\* et visibiliser leurs vécus et leurs combats. Le féminisme est loin de constituer une grande famille unie. Nous nous en réjouissons : une pensée en mouvement(s) est une pensée vivante. Nous avons choisi comme devise « la revue des révolutions féministes » pour raconter cette multiplicité des luttes. Si elle entend synthétiser les débats qui agitent aujourd’hui les différents courants féministes, La Déferlante ne se place pas au-dessus de la mêlée : elle prend parti. Nous ne pensons pas que tous les points de vue se valent. Les personnes qui s’en prennent aux femmes, parce qu’elles sont voilées ou trans, par exemple, n’ont pas leur place dans ces pages.

Engagée et accessible au plus grand nombre, La Déferlante est aussi une boîte à outils pour penser les grandes questions de société au prisme du genre. Parce que le genre est un rapport de pouvoir omniprésent, nous nous attacherons à déconstruire ses mécanismes.

#### **2 — Un projet collectif**

Nous voulons faire de notre média un lieu de rencontre des idées féministes, un réceptacle du bouillonnement intellectuel et militant de l’époque post-#MeToo. Élaboré avec un comité éditorial qui réunit régulièrement chercheur·euses, activistes et journalistes, La Déferlante fait dialoguer des personnes inscrites dans les courants intellectuels et militants divers, de la tradition matérialiste à la pensée queer ; de la mise en critique de l’« universalisme républicain » aux horizons ouverts par les réflexions décoloniales. Loin d’avoir un avis tranché sur tous les débats qui agitent aujourd’hui les féminismes, nous souhaitons donner à comprendre et à réfléchir avec finesse et sans caricature.

#### **3 — Une pluralité de voix**

Les femmes sont victimes d’inégalités structurelles que nous entendons analyser selon une approche intersectionnelle : c’est-à-dire en articulant classe, genre et race\*\* pour penser les

luttons sociales actuelles et les demandes convergentes de justice qui s’y expriment. Mettre l’intersectionnalité au cœur de notre projet éditorial, c’est aussi considérer que celles et ceux qui connaissent dans leur chair les oppressions sont les mieux placés pour en parler.

Nous voulons créer un média à l’image des féminismes d’aujourd’hui, portés par des voix venues d’horizons multiples. Nous assumons la subjectivité de ces points de vue : situer les savoirs est l’une des composantes de l’exigence journalistique qui nous anime.

#### **4 — Un média indépendant**

La Déferlante a été conçue comme un média capable de se financer essentiellement grâce à ses lectrices et lecteurs : c’est, selon nous, la meilleure manière de garantir sa pérennité et une totale indépendance dans ses choix éditoriaux. Pour s’installer dans le paysage médiatique, La Déferlante a besoin d’un soutien durable de celles et ceux qui la lisent.

#### **5 — Une diversité de formats**

Tous les quinze jours avec notre newsletter et tous les trois mois à travers notre revue trimestrielle, nous proposons à nos lecteur·rices une diversité d’articles et de textes pour entendre la complexité et le foisonnement du monde. Récits, débats, reportages, entretiens, bande dessinée et portfolio : nous avons besoin de tous les formats à notre disposition pour raconter les luttes féministes d’hier et d’aujourd’hui, d’ici et d’ailleurs. Enfin, La Déferlante adopte les principes d’une écriture inclusive au-delà de l’utilisation du point médian : dans ses colonnes le masculin ne l’emporte pas sur le féminin, et nous appliquons, par exemple, l’accord de proximité\*\*\*.

— Marie Barbier, Lucie Geffroy, Emmanuelle Josse et Marion Pillas, cofondatrices de La Déferlante