

کتابخانه مجله اسپری فرانسه

موضوعی که برای صحبت امروز انتخاب کرده ام مطبوعات در فرانسه است. شخصاً مایلم به پرسش «نقش مطبوعات در فرانسه چیست؟» پاسخ بدهم. گمان می‌کنم این موضوع برای مخاطبین ایرانی من جالب باشد، چرا که من از وقتی به تهران آمدم شباهت‌های بسیاری بین مجلات فرانسوی و ایرانی می‌بینم. در ضمن این را هم بگویم که خوشحال شدم از اینکه مجله «اسپری» ESPRIT که سردبیری اش را به عهده دارم در ایران می‌شناسند. در این چند روزی که در ایران بسر بردم متوجه شدم که این جا هم مجلاتی وجود دارند که از طریق انتشارات و مطبوعات می‌خواهند پاسخی برای مسائل اجتماعی بیابند. از این رو به نظرم مطبوعات در ایران اهمیت زیادی دارند.

امروز بسیاری در فرانسه از «بازگشت مجلات» صحبت می‌کنند. این نام گذاری درست است زیرا هر روز به تعداد مجلات در فرانسه اضافه می‌شود. من از نزدیک با این واقعیت آشنا هستم، زیرا عضو کمیسیونی در «مرکز ملی ادبیات» CENTRE NATIONALE DES LETTRES هستم که وظیفه اش کمک مالی به مجلات نویاست. هر سال در فرانسه ۷ یا ۸ مجله جدید فرهنگی منتشر می‌شود که بنیان گذاران آنها معمولاً دانشجویان جوان هستند. بیشتر این مجلات فرهنگی - اجتماعی هستند. مجله اسپری هم در همین رده جای می‌گیرد. البته هر یک از این مجلات تاریخچه خاص خود را دارد معروفترین این مجلات عبارتند از له تان مدرن LES TEMPS MODERNES که بعد از جنگ دوم جهانی به سردبیری ژان پل سارتر منتشر شد و امروز هم با وجود مشکلات مالی

همچنان منتشر می‌شود. تیراژ این مجله بالغ بر پنج هزار است. تیراژ مجله ما به ده هزار می‌رسد. پرتیراژترین مجله از مجموعه مجلات فرهنگی - اجتماعی، مجله **اتود ETUDES** است که در پانزده هزار نسخه منتشر می‌شود. **اتود** مجله ای است که توسط افراد مذهبی اداره می‌شود و جالب است که در کشور لائیک مانند فرانسه پرتیراژترین مجله فرهنگی - اجتماعی مجله ای است که توسط مذهبیون منتشر می‌شود. بسیاری از روشنفکران مشهور در فرانسه نیز مجله خودشان را دارند. قبل از جنگ جهانی دوم، معمول‌ترین و معروفترین مجله‌های فرانسوی مجله‌های ادبی بودند. اما پس از جنگ جهانی دوم بیشتر مجله‌ها گرایش فرهنگی - اجتماعی دارند و با مجلات تخصصی که در همین زمینه منتشر می‌شوند، تفاوت دارند. یادآوری این تفاوت برای ارزشداوری نیست. ما امروز در فرانسه مجله‌های خوبی در زمینه‌های جامعه‌شناسی، جغرافیا و تاریخ داریم. همینطور مجلات علمی بخش مهمی از مطبوعات امروز فرانسه را در بر می‌گیرند. اما مجلات فرهنگی - اجتماعی که نویسندگان آنها را اکثر آگاه‌هایان و متخصصین تشکیل می‌دهند می‌کشند که به مسائل، و رای چارچوب علمی و آکادمیک بیندیشند. افرادی که در این نشریات می‌نویسند غالباً فعالیت فکری شان را به یکا زمینه محدود نکرده‌اند و این آن چیزی است که شاید بتوان اسمش را «ذهنیت مجله‌ای» گذاشت. این مجلات مبین فضایی هستند که در آن روشنفکران و دانشگاهیان در کنار هم کار می‌کنند بدون آنکه توجه خود را به موضوع‌های خاصی محدود کنند. فعالیت مشترک سارتر و همکارش مورس مرلوپونتسی MAURICE MERLEAU-PONTY بهترین مثال برای این نوع همکاری است. سارتر روشنفکر و مرلوپونتسی فیلسوفی معروف و استاد دانشگاه بود. به این معنا می‌توانم بگویم که وقتی در فرانسه از «مجله» صحبت می‌شود، به ذهنیت ویژه‌ای اشاره می‌شود. مجله‌ها در فرانسه توسط نخبگانی تاسیس می‌شود که می‌کشند حرکتی روشنفکری را در جامعه خود ایجاد کنند. امروز ما در فرانسه بیش از پیش «روشنفکران مجله‌ای» و «خوانندگان مجله‌ای» داریم. یعنی بیش از پیش با روشنفکرانی روبرو هستیم که در آن واحد به زمینه‌های گوناگون توجه می‌کنند. ^۱ خود من خیلی دلم می‌خواهد دقیقاً بدانم چطور شده است که نسل جدید در فرانسه تا این حد به خواندن مجله راغب شده‌اند؟

مجلات فرهنگی اجتماعی نویسندگان آنها را اکثر آگاه‌هایان و متخصصین تشکیل می‌دهند می‌کشند به مسائل و رای چارچوب علمی و آکادمیک بیندیشند.

اولین موضوعی که باید درباره مجلات در فرانسه یادآور شد، موضوع استقلال آنهاست. این استقلال قبل از هر چیز در حوزه گفتار مجلات متبلور است. البته این بدان معنی نیست که مثلاً دانشگاه‌های فرانسه در این زمینه مستقل نیستند، اما تفاوت‌های روشنی بین گفتار مجلات و دانشگاه‌ها وجود دارد. برای فهم این مسئله باید کمی به عقب برگردیم و تاریخ تاسیس مجلات را بررسی کنیم. اکثر مجلات فرانسوی چه آنهایی که در سال‌های ۱۹۳۰ تاسیس شدند و چه آنهایی که بعد

از جنگ جهانی دوم فعالیت خویش را آغاز کردند با جنبش روشنفکری که با نام «عدم سازش» NON CONFORMISME مشهور است، نزدیک بودند. هدف اکثر این مجله‌ها و به ویژه مجله اسپری یافتن راه سومی بود بین لیبرالیسم و کمونیسم. در آن زمان جامعه فقط این دو راه حل را پیش پا می گذاشت، به این معنا فکر یافتن «راه سوم» که در بین «روشنفکران مجله‌ای» خیلی مرسوم بود در واقع یافتن راه جدیدی بود در کنار راه حل‌هایی که جامعه می توانست در اختیار بگذارد. عدم قطعیت و نگرانی روشنفکری که همواره در دنیای مجلات وجود داشته است نیز شاید از همین مسئله ناشی شده باشد.

دلیل غیرحزبی بودن مجله‌ها در فرانسه هم از همین مسئله ناشی می شود. مجلات در فرانسه هیچگاه محل بیان یک ایدئولوژی خاص نبوده بلکه مکان تحلیل و تحقیق بوده اند. البته این کار به آسانی هم ممکن نشده است، یعنی حتی امروز هم عده‌ای به اسپری ایراد می گیرند که چرا از ایدئولوژی خاصی دفاع نمی کند. اما من واقعاً فکر می کنم بخصوص امروز که ما شاهد افول ایدئولوژی‌ها هستیم، مجله‌ها نباید ایدئولوژی خاصی را به مردم ابلاغ کنند. بر عکس وظیفه اصلی ما باید این باشد که مردم را تشویق کنیم خودشان مسئولیت اعمالشان در جامعه را بپذیرند. استقلالی که در گفتار مجلات امروز فرانسه دیده می شود نتیجه همین پیشینه تاریخی است.

دومین مسئله ای که به نظرم در تعریف وضعیت مجلات در فرانسه حائز اهمیت است، اجتماعی بودن آنهاست. یعنی اینکه تا چه حد مجلات توسط جامعه پذیرفته می شوند. این درجه پذیرفته شدن در دوره‌های مختلف خیلی متفاوت بوده است. در مجموع می توان سه دوره را باز شناخت تا به دوران امروز برسیم:

- 1- دوره اول همان دوران ۱۹۳۰ تا جنگ جهانی دوم است که باید دوران تولد مجلات دانست. در این دوران همانطور که گفتم مجلات عمدتاً ادبی بودند، بالطبع چندان نقش اجتماعی - فرهنگی ای برای خود قائل نبودند تا بتوان درجه اجتماعی بودن آنها را سنجید.
- 2- دوران دوم از پس از جنگ جهانی دوم آغاز می شود و نقطه اوج آن بین سالهای ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ است. در این دوران مجلات نقش الگویی اخلاقی و روشنفکری را ایفا می کردند و در واقع در این دو زمینه تعیین کننده اوزش‌ها بودند. طی این سالها مجلات، هفته نامه‌ها و روزنامه‌ها رابطه نزدیکی با یکدیگر داشتند و مجلات با قرار گرفتن در رأس این هرم تمامی زندگی فرهنگی و اجتماعی فرانسه را تحت نفوذ خود داشتند. نکته جالب اینکه در این دوران نویسندگان مجلات فقط روشنفکران و محققین نبودند، بلکه روزنامه نگارها نیز در مجلات قلم می زدند. به عنوان مثل روزنامه نگاران لوموند LE MONDE در اسپری مقاله می نوشتند. نفوذ مجلات بر فضای فکری و فرهنگی فرانسه با آغاز جنگ الجزایر به اوج خود رسید. مجلات فرانسه در گشودن و پیش بردن بحث درباره جنگ الجزایر شرکت فعال داشتند و به همین جهت مقبولیت بسیاری در جامعه یافتند تیراژ اسپری در این دوران به ۲۰ هزار نسخه رسید. مجله سارتر هم به تیراژ بالایی دست پیدا کرد. یعنی

می توان گفت که مبارزهٔ روشنفکران فرانسه علیه استعمار تا حد زیادی از طریق مجله‌ها صورت گرفت. امروز نیز بحث و گفت و گو دربارهٔ وقایع بوسنی و کرواسی به میانجی مجلات مطرح می‌شود. سایر دستگاه‌های ارتباط جمعی بحثی در این زمینه نمی‌کنند.

۳- سومین مرحله از تاریخ مجلات در فرانسه را باید تاریخ زوال مجلات نامید. این زوال از زمانی شروع شد که روشنفکران گمان کردند باید حرفشان را از طریق دستگاه‌های ارتباط جمعی مدرن‌تری بزنند. کسانی هم که به کار مجله‌ای ادامه می‌دادند، بر مصور کردن مجلات بسیار پافشاری کردند. در این دوران دیگر مجلات الگو نبودند و در راس هرم زندگی فکری فرهنگی فرانسه قرار نداشتند. در واقع مجلات جایگاه و مقام خود را به «هفته‌نامه‌ها» سپردند. مجله‌های مصور مکان مطلوب کار روشنفکری شد. از جمله هفته‌نامه‌هایی که این نقش را ایفا کردند، می‌توان از **نول**

اِسرواتور LE NOUVEL OBSERVATEUR و **اکسپرس** EXPRESS نام برد. گرایش وجود داشت که همهٔ مجله‌ها به طرف مصور شدن سوق داده شوند. خاطریم هست زمانی که سردبیر اسپری شدم خیلی از دوستان به من گفتند باید مثل مجلات مصور از عکس استفاده کنم، ولی نپذیرفتم. امروز شما وقتی اسپری را ورق می‌زنید فقط نوشته می‌بینید، این تصادفی نیست بلکه انتخابی است آگاهانه. ما می‌خواهیم تفاوت خودمان را با مجلات مصور بروشنی نشان دهیم. در واقع مجلاتی که خواستند از «هفته‌نامه‌ها» پیروی کنند با شکست روبرو شدند و انتشارشان متوقف شد. حتی روزنامه‌هایی هم که از مجلات مصور تقلید کردند، در حال حاضر با مشکل روبرو هستند و بازگشت به شیوه گذشته نیز برایشان تقریباً ناممکن است. روزنامه **لیبراسیون** LIBERATION از روزنامه‌هایی است که با این مشکل مواجه شده است.

روشنگار علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

اگر من زیاد در مورد این مسئله تأکید کردم به این دلیل است که مصور شدن مجلات را مثالی برای ازدست دادن مفهوم زمان در کار روشنفکری می‌دانم. معتقدم

که زندگی فرهنگی با حرکت زمان رابطهٔ مستقیم دارد. ما امروز در جامعهٔ ارتباطات و دستگاه‌های ارتباط جمعی زندگی می‌کنیم، یعنی جامعه‌ای که زمانش زمان حال است. الگوی زمانی هفته‌نامه‌ها هم همین زمان حال است و حال آنکه کار روشنفکری فقط زمان حال نیست. در زندگی روشنفکری آن زمانی معنا دارد که دارای ابعاد مختلف و گوناگون است. اشتباه بسیاری از روشنفکران نیز این بود که به دنبال جامعهٔ ارتباطات و دستگاه‌های ارتباطی زمان یک بُعدی آن را پذیرفتند. همین مسئله در انتخاب عناوین مقالات نیز صادق است. مجلاتی که در این کار از هفته‌نامه‌ها و روزنامه‌ها تقلید کردند با شکست مواجه شدند. چند بُعدی بودن برای یک مجلهٔ روشنفکری حیاتی است. من پیش از اسپری با مجله‌ای کار می‌کردم به نام اترومان (AUTREMENT) این مجله تمام مقالات هر

هدف اکثر
مجله‌های
فرهنگی
- اجتماعی به
ویژه مجله
اسپری یافتن
راه سومی بود
بین لیبرالیسم
و کمونیسم.

یک از شماره هایش را به یک موضوع و فقط یک موضوع اختصاص می داد و در واقع به این معنا چند بُعدی بودنش را از دست داده بود و تبدیل به کتاب شده بود.

با توجه به مسائلی که گفته شد، حال می توانیم بار دیگر به پرسشی که در ابتدای صحبت در باره دلیل مقبولیت مجدد مجلات در فرانسه طرح کردم، باز گردیم. به نظر من این رویکرد دوباره به مجلات دلیل دیگری جز این ندارد که خوانندگان فرانسه زبان از نگاه و زمان یک بعدی ای که جامعه ارتباطات به آنها قالب کرده است، خسته شده اند. یعنی امروز ما در فرانسه بار دیگر با زمان های گوناگون در زندگی فرهنگی سرو کار داریم و آن خیالبافی هایی که در سالهای ۱۹۷۰، ۱۹۸۰ حاکم بود و به ما حکم می کرد که بدون دلهره وارد جامعه ارتباطات بشویم، خوشبختانه زمانش سر آمده است. با مرکزیت یافتن دوباره مجلات در فرانسه ما می توانیم امروز دید جالب تری از زندگی و فعالیت فرهنگی و روشنفکری داشته باشیم. زمان روشنفکری، زمانی است که بین زمان ارتباط جمعی و زمان تحقیق علمی قرار می گیرد. اهمیت مجله به طور کلی در این است که بنا بر تعریف دارای گفتاری است که بین وقایع روز و تحقیق علمی شکل می گیرد. به همین دلیل هم دنیای مجله ها دنیای جالبی است، زیرا به

DIOGÈNE

projet

پژوهش‌های علمی و مطالعات فرهنگی

پایه جامع علوم انسانی

le débat

Passé Présent

ÉTUDES

TEL QUEL

نوعی حد وسط، میان محصول روشنفکری آکادمیک و محصولات دستگاه‌های ارتباط جمعی است یعنی فضایی که بین فضای تحقیق علمی و اخبار روز واقع می‌شود. در عین حال این موقعیت بینایی به مجلات اجازه می‌دهد از دنیای وسایل ارتباط جمعی و روزنامه نگاری فاصله بگیرند و بتوانند نگاهی انتقادی به هر دوی اینها بیندازند.

آخرین نکته‌ای که می‌خواستیم در مورد مجلات در فرانسه بگویم، بین المللی بودن آنهاست. ما در اسپری با تأثیر گرفتن از اندیشه‌های بنیانگذار آن، سعی می‌کنیم به کار خود محتوایی بین المللی بدهیم. منظورم از محتوای بین المللی این است که مجله بتواند نقش رابط را بین کشورها و

فرهنگ‌های گوناگون ایفا کند. مجله اسپری از جمله از این جهت نیرومند است که با روشنفکران مختلف جهان در ارتباط است. ما با روشنفکران آمریکای لاتین، ایالات متحده آمریکا، اروپای شرقی و خاورمیانه تماس داریم. جالب توجه است که در اکثر این کشورها، مجلاتی که توسط روشنفکران اداره می‌شود، منتقدین حکومت‌های خود هستند. به همین دلیل فکر می‌کنم که بین داشتن فکر انتقادی و کار مجله‌ای در کشورهایی که در آنها آزادی محدود است رابطه مستقیم وجود دارد. تماس ما با این روشنفکران حتی بیشتر از تماسی است که روزنامه نگاران و همکاران ما در هفته‌نامه‌ها و رادیو و تلویزیون با آنها دارند. سعی ما در حفظ محتوای بین المللی از این جا معلوم می‌شود که همیشه بخشی از مجله را به تجزیه و تحلیل اوضاع بین المللی و گفتگو با سایر فرهنگ‌ها اختصاص می‌دهیم. البته متأسفانه شماره‌هایی که به مسائل سایر کشورها اختصاص داده می‌شوند، فروش زیادی ندارند. به عنوان مثال ما امسال شماره‌ای را به دموکراسی در هند اختصاص دادیم، اما تک فروشی این شماره از صد عدد تجاوز نکرد. مشکل اصلی در این زمینه از بازنویسی فرهنگی خارجی در قالب فرهنگ فرانسوی ناشی می‌شود. در ضمن بحران اقتصادی و اجتماعی امروزی فرانسه باعث شده است که فرهنگ فرانسه بیش از پیش به روی خودش بسته باشد. اما دقیقاً به دلیل همین وضعیت و از آن جا که ما به کار مجله به چشم تجارت نگاه نمی‌کنیم باید به

این کار ادامه دهیم و در این راه پافشاری کنیم. در فرانسه مجلات ویژه‌ای هستند که در مورد کشورهای گوناگون مقاله چاپ می‌کنند. اما خارج از لوموند دیپلوماتیک LE MONDE DIPLOMATIQUE کمتر مجله ماهانه‌ای را می‌توان سراغ داشت که به بررسی سیاست بین المللی بپردازد. رادیو و تلویزیون فرانسه هم به نظر من نسبت به وقایع خارجی حساسیت کافی به خرج نمی‌دهند. بنابراین یکی از وظایف مجلات توجه به دنیای خارج است و باید سعی کرد بین روشنفکران کشورهای مختلف ارتباط برقرار کرد. باید بگویم که اسپری در این زمینه از سایر مجلات موفق تر بوده است. شماره ویژه‌ای را مشترکاً با مجله ایتالیایی

با مرکزیت
یافتن دوباره
مجلات در
فرانسه ما
می‌توانیم
امروز دید
جالب تری از
زندگی و
فعالیت
فرهنگی و
روشنفکری
داشته باشیم،

میکرومگا MICRO MEGA منتشر کردیم. یعنی ما مقالاتی در باره فرانسه نوشتیم و آنها چاپ کردند و آنها مقالاتی در مورد ایتالیا نوشتند که ما چاپ کردیم. سعی می‌کنیم همین همکاری را با انگلیسی‌ها داشته باشیم، اما از آن جا که در انگلیس سنت مجله وجود ندارد با مشکل روبرو هستیم، با آلمانی‌ها هم همین مشکل را داریم. خیلی دلم می‌خواست که یک شماره مشترک با الجزایری‌ها منتشر می‌کردیم. اما وقایع سال گذشته در الجزایر این برنامه را به هم زد. متأسفانه فاصله‌ای که امروز بین فرانسه و الجزایر ایجاد شده است، در زمینه‌های کار روشنفکری نیز دیده می‌شود. ما زمانی روابط خیلی نزدیکی با روشنفکران الجزایری داشتیم ولی اکنون کمتر از هر زمانی با آنها تماس داریم.

حال اجازه می‌خواهم کمی بیشتر راجع به **اسپری** و نحوه کار آن صحبت کنم. می‌دانید که **اسپری** شصت سال عمر دارد. به نظر من علت این طول عمر را باید در نحوه کار این مجله جستجو

کرد. در مجله **اسپری** هر بعد از ظهر عده‌ای گردهم می‌آیند و در مورد موضوعی خاص بحث و گفتگو می‌کنند. مسائلی که در جلسه مطرح می‌شوند در زمینه‌های سیاست، دین، ادبیات، تاریخ، فلسفه و وقایع بین‌المللی هستند. این گردهمایی‌ها با حضور دانشگاهیان و محققین برپا می‌شود. جالب توجه است که این افراد در مجله با راحتی و فراغت خاطر بیشتری کار می‌کنند تا در چارچوب بسته نهاد‌های دانشگاهی. هر هفته یک بار نیز در روز مشخصی جلساتی داریم که در آن تمامی همکاران **اسپری** شرکت می‌کنند و در آن در باره یک موضوع مشخص فرهنگی یا سیاسی و یا کتاب جدیدی که چاپ شده است، صحبت می‌شود. من خودم بر این اعتقادم که کار روشنفکری کاری است انفرادی اما با کار در مجله آموختم که چند نفر باهم بهتر می‌توانند در باره موضوعی فکر کنند تا هر یک به تنهایی. این بزرگترین درسی است که به عنوان سرمیزبان از این جلسات آموختم. بنابراین زمانی که از مجله صحبت می‌کنیم باید همیشه مقوله فضا و مکان بحث و گفتگوی انتقادی را به خاطر

نقش تاریخی
مجلات از نوع
اسپری از جمله
برقراری کردن
تماس بین
روشنفکران
نسل‌های
مختلف است.

داشته باشیم. و اگر من شخصاً کار در مجله و بخصوص کار در **اسپری** را دوست دارم برای همین روحیه کار گروهی است. مجله یک محیط کثرت‌گرا (پلورالیست) است که در آن فرد با افکار و اندیشه‌های گوناگون آشنا می‌شود. موضوعی که ما به عنوان روشنفکران مجله‌ای برای آن مبارزه می‌کنیم، همین فضای کثرت‌گرای انتقادی است.

یک مجله در عین حال مکان ارتباط بین نسلها نیز هست و **اسپری** در برقراری این ارتباط موفق بوده است. شاید یکی دیگر از دلایل طول عمر **اسپری** نیز همین همنشینی نسلها در آن باشد. به نظر من سردبیر هر مجله‌ای باید از روحیه‌ای جوان‌بر خوردار باشد و همکاری با جوانان را بپذیرد و تجربه‌های خود را به آنان بیاموزد. یکی از وظایف مجله تربیت روشنفکر است. اگر به تاریخ مجله **اسپری** در ۲۵ سال گذشته نگاهی بیندازیم می‌بینیم که اکثر روشنفکران مشهور اروپا و آمریکا به نوعی با این مجله

همکاری داشته‌اند. پس نقش تاریخی ما برقرار کردن تماس بین روشنفکران نسلهای مختلف و نیز آشنا کردن روشنفکران جوان با شیوه تحلیل و تحریر مجله‌ای است. شاید به همین دلیل باید به بعد ادبی مجلات نیز اشاره کرد. مجلات مکان تعلیم شیوه نوشتن نیز هستند. پس مشاهده می‌کنیم که مجله فقط یک فضای بحث و گفتگوی انتقادی نیست، بلکه مکانی است برای تماس کاری بین نسلها. ببینید هیچ نویسنده‌ای نیست که بتواند در تمام طول عمرش نویسنده مجله‌ای باقی بماند، در نتیجه مجله برای بقای خویش احتیاج به این دارد که نیروهای جوان به آن رو کنند. تکیه بر نیروی جوان یک نوع عوام‌فریبی نیست، بلکه خود شیوه‌ای است برای فهم و درک تغییرات و تحولات روحیات یک جامعه. نتیجه اینکه، یک مجله پیش از آنکه فضای تحکیم ایده‌ها و مفاهیم باشد، محیطی است که در آن افراد با یکدیگر تبادل نظر و بحث و گفتگو می‌کنند.

به تمامی این دلایل است که فکر می‌کنم مجلات نقش مهمی را در زندگی دموکراتیک اروپا ایفا کرده و خواهند کرد.

از توجه شما ممنونم، الویه مونژن

گفتگو ۱۲۹

● الویه مونژن Olivier Mongin سردبیر مجله اسپری Esprit سال گذشته به دعوت انجمن حکمت و فلسفه به ایران سفر کرد. در این سفر سه سخنرانی درباره «وضعیت فلسفه در فرانسه» در انجمن حکمت و فلسفه، «زبان و اصیات فرانسه» در کانون زبان و مطبوعات و انتشارات در فرانسه، در محل ساختمان فرهنگی سفارت فرانسه ایراد کرد. نوشته‌ای که می‌خوانید بخشی از این سخنرانی آخر است که به مطبوعات در فرانسه امروز اختصاص یافته است. در این سخنرانی مونژن تفاوتی بین مجلات و هفته‌نامه‌ها قائل می‌شود که شاید توضیحی در باره آن برای خواننده ضرور باشد. در زبان فرانسه برای آنچه ما در فارسی مجله یا نشریه می‌نامیم دو واژه وجود دارد که هر یک به نوع بخصوصی از نشریات ادواری اطلاق می‌شود. REVUE که در این سخنرانی واژه مجله را برای آن به کار بردیم، نشریه‌ای است که معمولاً ماهی یک بار و گاهی دو ماه یک بار یا به صورت فصلی منتشر می‌شود شکل ظاهری این نشریات به صورت کتاب است و در قطع وزیری یا رقیعی منتشر می‌شود. مقالات آنها معمولاً از سه/چهار صفحه تا ده/یازده صفحه است. در مقام مقایسه با نشریات ایران می‌توان از کلک، نگاه نو و همین مجله‌ای که در دست دارید یعنی گفتگو نام برد هفته‌نامه‌ها در قطع بزرگتر و معمولاً به صورت هفتگی یا دو هفته یک بار منتشر می‌شوند. تعداد صفحات آنها کمتر، مقالاتشان کوتاه‌تر و کمتر نظری هستند و بیشتر به مسائل روزمره می‌پردازند. در مقام مقایسه با نشریات ایران، در این زمینه می‌توان از آنچه دنیای سخن، صنعت حمل و نقل و... نام برد. اما این مجلاتی که نام بردیم بیشتر در شکل مشابه به هفته‌نامه‌های فرانسوی مثل EXPRESS و NOUVEL OBSERVATEUR هستند. در بسیاری از این نوع مجلات در ایران نیز بحث‌های نظری پیش کشیده می‌شود مانند گمان و اکثر آماهانه یا دو ماه یکبار است.

۱- معروفترین مجلات فرهنگی - اجتماعی امروز فرانسه را من اسپری، اتود، له تان مدون، کومانت-COM- MENTAIRE و لودبا LE DEBAT می‌دانم. کومانتر که مجله لیبرالهای فرانسه است و سردبیر فعلی آن کلود کازاترا مدیر مؤسسه تحقیقات سیاسی پاریس است و لودبا به سردبیری پرنوزا منتشر می‌شود و در سال ۱۹۸۰ تأسیس شده است.