CZU:821.135.1(478).09(092)
https://doi.org/10.52505/filomod.2025.20

ALEXANDRU ROBOT. PARTICULARITĂȚI ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC

Ștefan SUSAI
ORCID: 0000-0002-9234-9626
Cercetător independent, Iași, România

Rezumat. *Articolul demonstrează care sunt particularitățile specifice ale operei publicistice ale lui Alexandru Robot și prin ce s-a impus în atenția cititorului atât în epoca sa, cât și în posteritate. Nu doar în textele poetice, ci și cele publicistice, Alexadru Robot își explorează intens capacitățile creatoare. Astfel, rezistența lucrărilor în timp sale este asigurată de calitatea estetică a discursului. Evidențiem care sunt procedeele stilistice predilecte ale autorului și definitorii pentru textele publicate în revista „Rampa".*
Cuvinte-cheie: *Alexandru Robot, publicistică, stil, procedee poetice, „Rampa".*

Alexandru Robot. Particularities of Publicist Discourse

Abstract. *The article presents the specific features of Alexandru Robot's journalistic work and how he attracted the attention of the reader both in his own time and in that of posterity. Not only in poetic texts, but also in journalistic ones, Alexandru Robot intensely explores his creative capacities. Thus, the resistance of his works in his time is ensured by the aesthetic quality of the discourse. We highlight the author's favorite stylistic procedures and the defining ones for the texts published in the magazine "Rampa".*
Keywords: *Alexandru Robot, journalism, style, poetic procedures, "Rampa".*

Datând la începutul secolului al XX-lea, publicistica literară a lui Alexandru Robot intră pe frecvențele de rezonanță ale actualității prin ariile problematice pe care le abordează și prin discursul plin de tensiuni polemice. Rezistența lucrărilor sale este asigurată de calitatea estetică a discursului. Exercițiul artistic avantajează mult textul publicistic. Experiența scriitoricească condiționează viabilitatea limbajului nu doar în speciile care solicită forță creatoare, precum eseul, memorialul, jurnalul de călătorie sau tableta, dar și în cele a căror sursă de inspirație este realitatea curentă, în articole de problemă, cronici, interviuri și reportaje.

Deși scrierile sale se bucurau de aprecierea congenerilor și de o anumită popularitate în spațiul public, nici în timpul vieții autorului, nici în deceniile următoare, publicistica lui Al. Robot nu avut parte de o exegeză care să-i studieze textele în date concrete, pentru a le determina gradul de originalitate. Cercetările de

după 2000, într-o revizuire generală a scrierilor lui Al. Robot, observă în lucrările lui „datele unui publicist de vocație” și relevă faptul că „pe lângă talent literar și inteligență artistică, era dotat cu umor și prezență de spirit, și avea un extraordinar simț al observației. Pe unde trecea, în munca lui de reporter, observa datele cele mai relevante, depista imediat nuanțele și avea puterea de concentrare de a scrie imediat…” (Corcinschi, 2018, p. 16) Faptul că Al. Robot avea o predilecție pentru versul ermetic, de esență barbiană, scria poezie caracterizată printr-un „limbaj sincopat și asociații extrem de hazardate” (Al. Burlacu), nu putea să nu se răsfrângă și asupra textelor scrise pentru „Rampa”, în elaborarea cărora autorul își exploata intens capacitățile creatoare.

În majoritatea scrierilor publicistice, Alexandru Robot valorifică semnificațiile figurate, echivoce, aluzive ale cuvintelor, utilizează variate procedee stilistice, fără a decădea însă în lirism siropos, în prețiozitate sau clișeu. Trebuie remarcate în primul formulele generice ale articolelor sale. Un procedeu prin care autorul creează titluri atractive, intrigante, este juxtapunerea unor termeni din arii semantice diferite, termeni care sub aspect conceptual pare că nu pot avea vreo legătură (*În portul cu cafenele și fesuri, Taxis, jobenul și cocostârcii* ș.a.). Acest tip de titluri determină cititorul să-și pună întrebarea straniei combinații de concepte, răspunsul la această întrebare aflându-se în conținutul articolului.

În eseuri, tablete, în unele articolele de problemă și în textele cu caracter memorialistic, discursul publicistic al lui Al. Robot conține variate elemente cu efect stilistic. În textul „O plajă uitată”, de exemplu, autorul face asocierea dintre plajă și femeie, concepția fiind ilustrată prin analogia unui ciudat imaginar erotic. Peisajul reprezentat este dinamic, mișcător, autorul urmărind schimbările picturale în desfășurare temporală. Realitatea se recompune în toate datele ei, într-un complex de imagini vizuale, auditive, olfactive, menite să transmită atmosfera locului: „Prin cafenele se vorbeşte, se joacă table şi se muşcă semințe. Vântul arpegiază pe harfa sârmelor de telegraf şi umflă prosoapele puse ca emblemă în uşile frizeriilor. O ploaie măruntă udă paşalâcul şi completează plictiseala” (Robot, 2018, p. 189). Textul își reduce valoarea referențială în virtutea trăsăturilor literar-artistice, a conotațiilor care îi asigură valoarea estetică.

O notă poetică pregnantă o au textele care reproduc tablouri peisagistice. Forța de creație în limbaj domină funcția de mediere a textului. Înzestrat cu un excepțional spirit de observație, Alexandru Robot creionează imaginile unor secvențe din realitate cu o precizie tehnică, utilizând resurse stilistice inedite. Imaginația debordantă a unor descrieri din eseurile lui Alexandru Robot ține în priză cititorul. Textul oferă moduri bizare de interpretare a realității și unghiuri de percepție dintre cele mai neașteptate: „Constanța e acum izolată între Marea Neagră și oceanul nopții. Și numai luna ar putea să-și țigara de la farul Regele Carol. Dar nu fumează” (Robot, 2018, p. 188). Autorul operează cu imagini artistice de impact vizual, ce se fixează cu ușurință în memoria cititorului. „Specific stilului publicistic al lui Alexandru Robot, remarcă criticul literar N. Corcinschi, este

permanența unui detaliu revelator, care să surprindă. Publicistul nu uită că e reporter și întâmplările realității trebuie să intre cu necruțare și în peisajul care (cel puțin prin temă) se anunță feeric" (Corcinschi, 2018, p. 16). În același mod, textul *Poezia gării* surprinde o imagine dinamică a unui spațiu al diversității umane, stabilind asocieri bizare: „În Gara de Nord auzul sesizează toate limbile lumii, adunate într-o nouă versiune a Babilonului, la care se adaugă accentele aplicate cu discreție fiecărui grai, jargonul și argoul. …În gară poți întâlni, la o oră oarecare, pe un sinucigaș înainte de act, pe disperatul care refuză viața și moartea. Numai un peron aglomerat îi poate de un sfat bătrânesc, ca venind de la un prieten cu experiență" (Robot, 2019, p. 284). Publicistul oferă astfel, prin imaginea plastică a unei realități concrete, o interpretare artistică vieții cotidiene.

În articolul *Surprinşi în tren* („Rampa", 29 iunie 1934), Al. Robot recurge la personificare, la modelare stilistică a unei imagini banale: „Se mai poate poate spune despre tren că este o persoană certată cu poliția. La primul semnal de gardist, o ia la fugă. …Monstru asasin care operează între stațiunile climaterice, bestie de oțel, cu un ochi agățat de piept, trenul rezolvă destine. Acum câteva zile, un tânăr ftizic s-a aruncat, din disperare, între roțile unui personal grăbit să-și vadă părinții. Și totuși, în trenul criminal călătorea desigur o mama fericită, o logodnică entuziasmată sau un rabin, care în același timp cu asasinatul își făcea poate rugăciunea" (Robot, 2019, p. 305). Pe fundalul acestei curioase ficționalizări, devin evidente contrastele sociale și paradoxurile existențiale de care oamenii, ce mai dese ori, nu sunt conștienți. Descrierile produc impresia simultaneității, a sincronicității specifice dinamicii citadine.

Notele de călătorie au un pronunțat caracter liric. Textul *Călătorie la Târgoviște* începe cu un fragment peisagistic redat în tușe poetice impresionante: „Peste arcul pădurii se ridica soarele și aureola dimineții capturase dealurile și văile. Semnalul cocoșilor se așeza între noapte și zi. Asistam la o nouă creație a lumii, când întunericul se despărțea de lumină și roua săruta iarba" (Robot, 2019, p. 320). Această poeticitate idilică este folosită însă ca notă de contrast pentru observațiile care vor urma, textul evoluând într-un discurs cu efecte comice: „Speriam rațele, emoționam găinile și provocam panică printre câinii adormiți în țărna drumului. …Orașul natal al lui Grigore Alexandrescu și al lui Cârlova se întindea la soare ca o rufă. …Gara e roșie ca o limbă pe care o scoate un copil prost-crescut" (*Ibidem*). Sunt de remarcat, pe lângă surprizele asocierilor și ale comparațiilor, exactitatea și expresivitatea limbajului din descrierea concretului și laconismul observațiilor. În textele lui Robot, fiecare cadru e expus fotografic, într-un singur enunț.

Deseori, divagațiile ficționale de la subiect, în textele care expun secvențe din lumea concretă, împrumută strategia epică a literaturii de anticipație: „Viteza e orgia roților, desfrâul șoselelor. …Accidentul de automobil, asasinatul vitezei, ucide cu volanul, carburatorul și cauciucurile. În universul viitor nimeni nu va mai muri pur și simplu, natural. Oamenii vor sucomba în accidente de automobil,

de aviație, în naufragii și în ascensiuni. Nu vor mai fi cadavre. Corpurile se vor pierde în stratosfere sau le va înghite un abis" (Robot, 2019, p. 294). O problemă de ordin comunitar devine, astfel, un stimul al imaginației creatoare, un subiect pentru întreținere a cititorului pus în fața stării de fapt fără a fi amenințat direct de pericolul neatenției sale sau constrâns să adopte o atitudine responsabilă. Mesajul civic țintește, însă pe căi indirecte.

Expresivitatea limbajului publicistic atinge cote maxime în textele memorialistice ale lui Al. Robot. În „Amintiri despre Panait Istrati", portretul autorului în ultimii ani de viață este de o sfâșietoare tristețe. La portretizare participă întregul anturaj, nu doar starea spirituală a publicistului, aflat în încercarea de a-l surprinde în ipostaza morții: „Tuberculoza lui Panait Istrati nu mai e o dată biografică și niciun prestigiu literar. El discuta despre boala lui calm, uneori se emoționa singur sau căuta să emoționeze pe altul. (…) Își întindea mâinile slabe, osoase, mortuare. Degetele lungi se proiectau pe pereți. Din când în când intră câte o soră și apariția ei albă aducea câte un parfum medical. (…) Sanatoriul Filaret părea prin ploaie și negură o navă sinistră flotând către neant" (Robot, 2018, pp. 193-194). Autorul prezintă chipul prozatorului într-un mediu pe care îl descrie lapidar, punând accent pe elemente care rezonează emoției sale, iar pe măsură ce fixează apropierea lui Istrati de clipa morții, locul în care la trăit acesta este văzut, ca într-un procedeu cinematografic, de la distanță. Fiecare detaliu accentuează dramatismul momentului rememorat.

O altă particularitate definitorie e publicisticii lui Alexandru Robot este comicul. Aspectele cu efect comic țin fie de perspectiva neașteptată în care sunt prezentate anumite realități, fie de modul în care autorul le reflectă în limbaj. Foarte hazliu este felul în care autorul vede statuia lui Ovidiu din Constanța: „La Constanța poetul Ovidiu își continuă exilul in fața primăriei. Statuia e de piatră, dar între timp, făcând atâta plajă, s-a bronzat (…). Ovidiu, înfășurat in togă, îi întoarce mereu spatele primăriei." (*Idem*, p. 185). Cu toate că publicistica lui Alexandru Robot nu este de natură umoristică, destul de frecvente și cu efect garantat, notele comice dau articolelor un accent dinamic și revigorant. Plin de haz și de ironie este textul care povestește o ședință a cenaclului tinerilor scriitori, desfășurat săptămânal la Eugen Lovinescu („Rampa", 22 martie 1933) sau cele care vorbesc despre tipologiile și formele de apariție ale revistelor (*Reviste*, „Rampa", 11 iunie 1933, *Ediție specială*, „Rampa", 23 iunie 1933). Comicul devine, astfel, o modalitate de a pune în atenția publică problemele stringente din domeniul cultural fără a plictisi cu analize grave, serioase.

În articolele de genul *Teatru pe Călărași, Cinematograf la periferie* („Rampa", 28, 29 iunie 1933), „*În culise*" („Rampa", 7 iulie 1933), *Circul* („Rampa", 25 august 1933), „*Un teatru pe roate*" („Rampa", 8 noiembrie 1933), Robot pare mai mult prozator decât publicist, discursul folosește toate instrumentele și procedeele stilistice ale textului artistic, apropiindu-se de formula schiței, a povestirii scurte. Comicul salvează textele de tiparul tensiunii și al gravității,

de trăsăturile moralizatoare sau didacticiste. Ironia virulentă este o formă de a evita o luptă quijotiană contra degradării morale a umanității, e o manifestare indirectă a revoltei și indignării persoanei sociale a autorului, care este nu doar prezent, ci și se implică în viața comunității.

Pe lângă temele literare care sunt tratate cu ironie, Robot publică în „Rampa" și texte narative sub forma unor mici aventuri cotidiene, pline de haz (*Cacofoniile*, *La fotograf*, „Rampa"*,* 22 iunie 1933). Cu toate că nu se depărtează de esența reportajului, expunând anumite experiențe trăite în contextul social al timpului, impresia pe care o lasă discursul este că autorul fabulează. Personalizarea experienței sociale și subiectivizarea perspectivei nu diminuează funcția informativă și caracterul documentar (pentru cititorul deceniilor următoare) al textelor.

Cu o ironie necruțătoare este tratată poziția oficialităților în cadrul comunității românești, demagogia și falsul patriotism. Articolul *La parada primarilor* („Rampa", 11 iunie 1934) este o persiflare a pompei și fastului exagerat al sărbătorilor oficiale din București: „Vântul umfla deasupra orașului rufe tricolore", „Existau animozități vădite între ițarii primarului de la Micfălău și fracul celui de la Sf. Gheorghe", „Personaje descinse dintr-o literatură fantezistă, înalți demnitari în zdrențe, reprezentanți ai pauperității rurale" (Robot, 2019, pp. 281-282). În aceeași manieră, articolul *Cine este asasinul?* ia în zeflemea activitatea poliției locale, care, în exces de zel, comite erori impardonabile pentru o structură publică de acest nivel. Autorul, desigur, își folosește din plin talentul de prozator, exagerează în mod intenționat și caricaturizează reprezentanții oficialităților pentru a scoate în lumină proporțiile reale ale problemei. Chestiunea de ordin public este voalată într-o narațiune antrenantă și plină de spirit: „După fiecare crimă, aici urmează inteligența poliției noastre, trebuie să se găsească un autor. Și autorul pot fi eu, poți fi d-ta sau oricare dintre noi, pe care ochiul sever al poliției, mai mare decât al lui Dumnezeu, ne privește de la distanță… (…) Sfinții mucenici ai poliției morți pentru justiție nu sunt singurii canonizați în calendarul dosarelor de la prefectură. (…) Criminalul e astfel pus la curent cu tot ce a făcut, cu fiecare gest, cu fiecare fereastră prin care a sărit. Rolul lui nu e dificil. Nu i se cere decât un consimțământ: Spune da, că te tai! (…) Când numitul Tata-Moșu, turmentat de pumnii poliției, e întins pe jos, experimentând moartea aparentă, înseamnă că „mișcă", deși el nu mai mișcă deloc" (Robot, 2019, pp. 141-142). Nuanțele în care se prezintă degradarea lucrurilor se îngroașă foarte mult, pe alocuri grozăviile întrec orice limită. Cu toate că aceste nelegiuiri sunt redate în tonalitate comică, gravitatea lor nu se diminuează.

Printr-un comic caragialian, Al. Robot reproduce cele mai reprezentative tipuri sociale ale epocii. În *Cetățeanul turmentat* („Rampa"*,* 29 iulie 1993), portretul individului creat de Caragiale este completat cu trăsături și comportamente specifice epocii, ilustrând o formă a mentalității colective. Ideea este, prin urmare, actualizată, pentru a pune în evidență aspectele problematice ale societății. Alte particularități ale gândirii colective sunt ilustrate în materialele *Popescu la telefon, Țara fără scandal* („Rampa"*,* 3, 5 iulie 1933), *Cuvintele pe care nu le pronunțăm*,

Despre pudoare („Rampa”, 14 iulie, 5 august 1933), *La noi se înjură* („Rampa”, 6 decembrie 1933) ș.a. Comportamentul și mentalitatea unor categorii sociale este satirizată, indirect criticată în articole despre tipuri sociale ca *Portarii de minister* („Rampa”, 3 august 1933), primarii din textul *Caractere* („Rampa”, 10 august 1934) sau articolul despre firea țiganilor, intitulat *Reprezentantul cântecelor populare* („Rampa”, 6 august 1934).

O parte din publicistica lui Al. Robot poate fi citită ca o frescă socială. Autorul observă punctele de intersecție ale percepțiilor colective sau, așa cum afirmă însuși, „unanimitatea conștiințelor” (Robot, 2019, p. 176). Comunitățile rurale românești sunt tratate umoristic și descrise ca personaje colective: „Pucioasa e o localitate sinceră. Miroase a pucioasă și se intitulează Pucioasa. Câte orașe nu miros a excrement și totuși n-au curajul să-și spună pe nume” (*Idem*, p. 332). Comicul este modalitatea prin care Robot remarcă ingeniozitatea spiritului comunității sau atacă stereotipurile adânc înrădăcinate în conștiința colectivă, încercând să direcționeze pe o altă pistă opinia publică.

Textul publicistic al lui Alexandru Robot este de o forță expresivă deseori violentă. Efectul de șoc pe care îl produc frazele inițiale în multe articole funcționează ca un stimul al lecturii. Un început strident ca în textul *O plajă uitată* („Plaja de la Sulina admiră sinuciderea Dunării” (Robot, 2018, p. 183) nu va lăsa cititorului opțiunea de a abandona lectura. Vehemența expresiei nu este un efect forțat, bombastic, ci se menține în limitele firescului prin faptul că reproduce o violență a realității. Articolul *La un examen de artiști* („Rampa”, 9 noiembrie 1932) este o dovadă clară a predilecției autorului pentru registrele înalte ale ironicului, caraghiosului, grotescului, ridicolului și trivialului.

Nu rareori întâlnim încheieri sarcastice, de o violență șocantă, ale unor texte care constată degradarea literară sau culturală: „Iată, așadar, literatura acestei toamne întinsă, în ajunul unui meci de box, ca o Afrodită gravidă pe masa de operație, în așteptarea unui copil mort” (Robot, 2019, p. 11). În cronica la cartea *Alegere de stareță* a lui Damian Stănoiu (publicată în „Rampa”, 12 decembrie 1932), Robot își trădează fascinația față de sarcasm, „semnul sub ale cărui auspicii evoluează inteligența lumii” (Robot, 2019, p. 35), dar și față de virtuozii sarcasmului în literatură: Balzac și Arghezi. Ridiculizată și expusă într-un sarcasm dus la extreme este articolul despre fetele care se sinucid din dragoste, pentru că li se pare romantică această practică (*Sinucideri*, „Rampa”, 18 august 1933). Cu toate că notele și tonalitățile în care este redată realitatea sunt preponderent sumbre, considerațiile autorului se înregistrează pe un background sociocultural fecund.

Un caracter documentar mai pregnant și un limbaj mai puțin stilizat atestăm în cronicile unor traduceri, ale apariților editoriale și ale evenimentelor culturale din anii ,20-’30 pe care Alexandru Robot le publica în paginile „Faclei” și ale „Rampei”. Cronicile literare nu se rezumă la expunerea experiențelor de lectură, la interpretare, ci încearcă să trateze textele într-o manieră specifică criticilor literari. Fără a se ridica la nivelul unor analize exegetice detaliate și complexe,

observațiile critice și comentariile pe marginea unor volume de proză, poezie, teatru și de critică literară (*Iorgu Pogan: „Relief„. Petre Dinu: „Fum de arginT”*, *E. Lovinescu: „Bizu”*, *Constantin Fântâneru: „Interior”, Ilarie Voronca: „Peter Schlemnihl, 1932”, Eugen Reglis: „Bulgaria necunoscută”, Liviu Rebreanu: „Iţic Ştrul dezertor”, M. Sadoveanu: „Uvar*” ș.a.). Cronicile sale denotă atât competență, cât și perspicacitate, rămânând totodată la distanță de limbajul academic și, prin urmare, fiind accesibile publicului larg.

Între articolele de memorialistică, textele elaborate pe baza unor sondaje sau a convorbirilor telefonice cu scriitorii timpului, care oferă informații diverse, inedite, curioase din viața și activitatea curentă a lui Liviu Rebreanu, Camil Petrescu, Eugen Lovinescu, Tudor Arghezi, Vasile Voiculescu, Gala Galaction, Tudor Mușatescu, George Bacovia, Mihail Sadoveanu, Ion Pillat și mulți alții. În două materiale apărute în „Rampa” la 24 și la 25 decembrie 1932, Robot prezintă autorii, fără a se distanța de datele realității, într-un limbaj ludic, într-o tonalitate glumeață, doar în secvențele unde este ironic și zeflemitor (la Tudor Mușatescu, Adrian Verea, Em. Bucuța ș.a.), creând impresia că improvizează. Cu multă deschidere, Robot tratează lucrările unor traducători ca H. Bonciu, Alex. Westfried, Al. Marcu, elogiind talentul de a transfera farmecul estetic al textului literar dintr-o limbă în alta.

Prin sinteză și generalizare, autorul reduce istoria literaturii române la esență și fixează, în spațiul ei, autorii exponențiali și succesorii, prinși în sfera de influență, ai acestora. Al. Robot caută să pătrundă în „legile vitale ale romanului”, să găsească punctele în care prozatorul excelează, dar și cele în care procesul creativ îi scapă de sub control. Cronicile nu sunt eminamente laudative (cu mici excepții, poate doar în cazul lui Ion Pillat, al lui Lucian Blaga, pe care îl recunoaște drept poet desăvârșit), autorul își permite de multe ori remarci acide despre vulnerabilitățile creațiilor pe care le analizează (chiar și atunci când e vorba de Sadoveanu, de exemplu), trecând textele prin prisma subiectivă a așteptărilor și a experienței sale literare. În unele cazuri aportul artistic/ cultural al scriitorilor prezentați este minimalizat, originalitatea este pusă sub semnul îndoielii, iar limbajul cronicarului literar devine direct și necruțător. Unele catalogări din cronicile lui Robot, mai ales cele cu caracter final, sunt tranșante, indiferent de opinia favorabilă sau resentimentară pe care o demonstrează. Sunt evidente sinceritatea mesajului și interesul nedisimulat al publicistului față de carte.

Alexandru Robot este, în publicistica sa, foarte puțin retoric. Construcțiile și expresiile retorice aproape că lipsesc. În extrem de puține contexte, publicistul își permite să facă uz de semne de exclamare. În unul dintre el vine în apărarea mitului despre persoana lui Eminescu, repudiind presupunerile revoltătoare unor psihologi care încearcă să-l analizeze pe Eminescu prin grila teoriilor lui Freud (*Un medic și câteva invective*, „Rampa”, 12 februarie 1933). Întrebarea retorică este utilizată destul de rar în construcția articolelor sale, fie pentru a deschide o chestiune de interes comun din literatură, cultură sau din sfera socială, fie pentru a lăsa loc de contemplație asupra celor menționate. Cronicheta *Cheia Patului lui*

Procust („Rampa”, 27 februarie 1933) începe și se încheie cu întrebarea dacă este lucrarea lui Camil Petrescu „un roman cu cheie”, textul care are menirea de a provoca curiozitatea lecturii având o construcție rotundă. După ce constată, în procesul de lucru, că deși „trăim într-o epocă fericită a cărții”, „publicul cititor scade pentru cuvântul bun al adevăratei literaturi” (Robot, 2019, p. 85, 95), Robot face tot posibilul de a promova cartea, invocând nenumărate argumente, iar uneori adresându-se direct cititorilor.

Publicistica literară a lui Al. Robot se definește, așadar, printr-un limbaj plastic, de o incontestabilă calitate estetică, în mecanismele stilistice ale căruia intră expresii cu nuanțe lirice, idilice, picturale, dar și cele cu efecte comice, ironice, grotești și sarcastice. Pentru a cuceri atenția cititorului, autorul recurge la ficționalizare, la imaginar, fără a întrerupe legătura textului cu realitatea concretă. Productivitatea excepțională a publicistului Al. Robot, valorificată de paginile *Rampei*, nu a afectat calitatea lucrărilor sale, nu le-a diluat concentrația estetică, ci din contra, a servit drept factor pentru evoluția scrisului său.

Referințe bibliografice:

1. CORCINSCHI, Nina. *Alexandru Robot. Peripluri și popasuri artistice, prefață la volumul*: *Alexandru Robot*, *Scrieri. Poezie. Proză. Publicistică. Eseu.* Chișinău: Editura Știința, 2018, p. 5-17. ISBN 978-9975-85-129-9.

2. CORCINSCHI, Nina. Alexandru Robot, publicistul și eseistul. *Revista literară*, nr. 3, 2018, p. 16.

3. ROBOT, Alexandru. *Scrieri. Eseu. Publicistică. Cronici. Interviuri*, ediție îngrijită și prefațată de Nina Corcinschi. Chișinău: Editura Știința, 2019. ISBN 978-997-5851-85-5.

4. ROBOT, Alexandru. *Scrieri. Poezie. Proză. Publicistică. Eseu,* studiu introductiv, repere biografice, note și comentarii, iconografie de Nina Corcinschi. Chișinău: Editura Știința, 2018. ISBN 978-9975-85-129-9.