

LBRIS

We know
books

GABRIELA
NEDELCU-PĂSĂRIN

EMPATIE
ȘI RECEPTARE
CRITICĂ

Scrisul  *Românesc*
Fundăția – Editura

ARGUMENTUM

Critica de întâmpinare – necesitate sau oportunitate în demersul receptării culturii?	7
--	---

CAPITOLUL I

De la jurnalismul cultural la principiul tête de gondole	12
Ierarhizarea ofertei culturale sau despre principiul tête de gondole ..	13
Sfera consumului cultural – unitate prin diversitate.....	17
Presă literară între opera de cultură și opera de civilizație.....	20
Între manipularea pozitivă și cenzură – „dejucarea” politicilor culturale	24
Revista „Scrișul Românesc” – model de comportament cultural...29	
Destinul unei reviste „Destin românesc”	33
Jurnalism românesc în exil și diaspora	37
Obiectivitatea în jurnalism	40
Limba de lemn în presă	45
Limbașul audiovizual... pe înțelesul tuturor	48
Rolul radioului public în teaurizarea informațiilor document	53
Radioul – un univers al sincretismului artelor.....	57
Istoria literară... pe unde... dar nu oriunde.....	63
Viața unei cărți – cartea unei vieți.....	68

CAPITOLUL II

Cronica de întâmpinare și transpunerea simpatetică	72
Clepsidra trădării.....	73
<i>(Stelian Țurlea, „Trei femei”)</i>	
Timpul fără de timp – dominarea disperării	76
<i>(Nicolae Dabija, „Tema pentru acasă”)</i>	
Sinegrafii	80
<i>(Mibaela Miroiu, „Cu mîntea mea de femeie”)</i>	
Litografii sentimentale	85
<i>(Adrianei Bittel, „Fototeca. Temă cu variațiuni”)</i>	

Amplificarea și analogia imprecăției	89
<i>(Irina Teodorescu, „Blestemul tâlharului mustăcios”)</i>	
Dualitatea interogativă	93
<i>(Nora Iuga, „Hai să furăm pepeni”)</i>	
Tragicul – „pieirea sublimului”	98
<i>(Ilie Popa, „Antologia liricii de detenție anticomunistă din spațiul românesc”)</i>	
Magia cuvintelor sau despre terapiile colocviale	102
<i>(Ioana Brușten, „Miercuri, la Marriott”)</i>	
Amintirile viitorului	107
<i>(Octavian Paler, „Rugați-vă să nu vă crească aripi”)</i>	
Între două lumi.....	111
<i>(Ioana Heidel, „Mi-a plăcut culoarea. Pe urmele unei românce din Gabon, Africa”)</i>	
Personajul dezirant între fantastic și suprarrealism	115
<i>(Radu Ionescu, „Catastihul amorului – La gura sobei”)</i>	
Tristeți în vitralii calofile	119
<i>(Dan C. Mihăilescu, „Ce mi se-ntâmplă: jurnal pieziș”)</i>	
Clipa răzvrătită a poemelor.....	123
<i>(Vasile Macoviciuc, „Poeme de-o clipă”)</i>	
Dualitatea în admirabila pasiune sau despre fascinația extremelor.....	127
<i>(Mihalache Tudorică, „Nastrafia”)</i>	
Cuvintele – treptele singurătății sau despre metafora vindecătoare	131
<i>(Carmen Firan, „Puterea cuvintelor”)</i>	
„Multiplicitatea etalată” sau despre „locul experiențelor” interioare	136
<i>(Adrian Sângeorzan, „Bătaia pe umăr”)</i>	
Ion Agârbiceanu și realismul interpretării profunde	141
<i>(Ilie Rad, „Ion Agârbiceanu”. Opere)</i>	
Scriitura refuzului și perspectiva euristică	145
<i>(Norman Manea, „Octombrie, ora opt”)</i>	
Ioan Inocențiu Micu-Klein despre exilul său interior.....	149
<i>(Florea Firan, „Carte de înțelepciune latină. Illustrium poetarum flores/Florile poeților iluștri”)</i>	

Fantasma memoriei infidele	154
<i>(Daniela Crăsnaru, „Bariera de dincolo de zid”)</i>	
Experiența personală, o perspectivă polifonică	158
<i>(Monica Săvulescu-Voudouri, „Dacă treci podul Sorwetó”)</i>	
Tentația identificării în „Ultimul bal la Șarpele Roșu”	162
<i>(Dinu Săraru, „Ultimul bal la Șarpele Roșu”)</i>	
Eseul biografic – refracția în oglinda spartă.....	166
<i>(Octavian Paler, „Autoportret într-o oglindă spartă”)</i>	
„Leul albastru” și vânătoarea liberă	171
<i>(Cornel Ungureanu, „Zilele și nopțile săptămânii. O introducere în opera lui D. R. Popescu”)</i>	
Biblioteca interiorității noastre	175
<i>(Mihail Sachelarie, „Templul viselor”)</i>	
Dialogul cultural și scriitura confesivă	179
<i>(Dragoș Vrânceanu, „Întâlniri cu scriitorii italieni”)</i>	
Marin Sorescu în călătoria spre centru.....	183
<i>(Marin Sorescu, „Romanul călătorilor. Jurnal inedit VII”)</i>	
Trădarea – ironia identificării refuzate.....	187
<i>(Traian Dobrinescu, „Cei morți înainte de moarte”)</i>	
Irina Petraș – <i>Divagări (in)utile</i>	191
Timpul trăirii, timpul reconstituirii	195
<i>(Ion Andreiță, „Mătura de pelin”)</i>	
Resentimentul – refugiul interogației	200
<i>(Bogdan Hrib, „Ucideți generalul”)</i>	
Starea de fericire – metaiubirea	204
<i>(Mihai Duțescu, „Mai mult ca iubirea”)</i>	
Suavitate și dramă antropologică	209
<i>(Ioana Pârvolescu, „Viața începe vineri și Viitorul începe luni”)</i>	
Antropologia subtilității	213
<i>(Nicolae Panea, „Orașul subtil”)</i>	
Caruselul și jocul pe rol	218
<i>(Eliza Roha, „Caruselul”)</i>	

„Correspondențele” în <i>Tablou cu femei</i>	222
<i>(Gabriela Banu, „Tablou cu femei”)</i>	
„Jocul” – tehnică de manipulare mediatică și arhitectură narativă... 226	
<i>(Emil Lungeanu, „Jurnalul lui Henry Wilde”)</i>	
„Correspondențele” poetice și re poziționarea valorilor..... 231	
<i>(George Stanca „Angel radios/Beaming Angel”)</i>	
<i>Arta compromisului</i> – un modus vivendi	234
<i>(Ileana Vulpescu, „Arta compromisului”)</i>	
<i>Arta conversației</i> vs. arta de a provoca destinul..... 239	
<i>(Ileana Vulpescu, „Noi, doamnă doctor, când o să murim?”)</i>	
Vocația întemeierii	244
<i>(Floreă Firan, „Revista Scrisul Românesc”)</i>	
Simbolistica locului și receptarea peisajului interior	247
<i>(Ioan Barbu, „Bâlciul cu amintiri”)</i>	
Timpul mărturisirii – o deschidere de perspectivă	251
<i>(Ioan Barbu, „Fântâna Albă”)</i>	
Experiența inițiativă – resort al unui gen de graniță	256
<i>(Marius Popescu, „Reporter după gratii”)</i>	
Valeriu Anania – performarea lecturii și lectura ca performanță... 261	
<i>(Valeriu Anania, „Rotonda plopiilor aprinși”)</i>	
Monica Lovinescu și „parantezele tăcerii”	266
<i>(Monica Lovinescu, „Unde scurte”)</i>	
„Harta mentală” a amintirilor	271
<i>(Bogdan Hrib, „Ultima fotografie”)</i>	

CAPITOLUL III

Intuiția simpatetică și receptarea critică (opinii, corespondențe).....	276
Comunicarea radiofonică – ipostaza actual a universalizării istoriei	280
Correspondențe	284

Ierarhizarea ofertei culturale sau despre principiul *tête de gondole*

Documentarea culturală este un gest reflex al oamenilor de cultură. Dorința de a afla noutăți în domeniul de interes sau pentru cultura generală este permanentă. Înseamnă racordarea la scrierile recente, la dezbateri care relevă aspecte inedite de cultură sau regăsirea unor documente, pe care nu le-ar fi consultat decât în arhivele unor biblioteci. De aceea, data de 14 decembrie 2004, când agențiile de presă internaționale au anunțat că *Google* proiectează digitalizarea a 15 milioane de cărți tipărite, reprezentând aproximativ 4,5 miliarde de pagini, rămâne o dată esențială în istoria culturii mondiale, cu aspectele sale pozitive și negative. Pozitive, pentru că accesul permis la cărți rare, ca și documentarea în biblioteci sau achiziționarea de cărți publicate recent se rezolvau printr-o simplă căutare pe *Google*. Negative, pentru că selecția acestor cărți în format digital era făcută după principii considerate obiective (drepturile de autor, contribuția bibliotecilor naționale la îmbogățirea fondului de carte online), dar nu însemnau și o ierarhizare valorică a ofertei de carte. Proiectul *Google* propunea diseminarea gratuită online a operelor libere de drepturile de autor și acces la toate lucrările tipărite după 1930.

În aceste condiții, proiectul a rămas de importanță vitală pentru documentarea modernă prin accesarea online, dar a generat și fenomenul cunoscut sub denumirea de *tête de gondole*: mărfurile puse la vânzare în prim-plan nu sunt propuse întâmplător. Motivele selecției țin de strategia culturală sau de interesul proiectării în prim-plan a unor lucrări pe criterii de selecție intenționată (pentru a nu o numi subiectivă). Se creează astfel două sfere de interes: interes cultural și interes comercial (sau subiectiv). Este fenomenul cunoscut printre universitari drept citări internaționale sau prezența cărților de autor în mai multe biblioteci din lume: citările se fac la sugestie sau

din colegialitate – „eu te citez pe tine, tu mă citezi pe mine!”) sau trimiterea personală la bibliotecile din spațiul european în special și rugarea unui român stabilit în acel spațiu de a împrumuta cartea de la bibliotecă (semnificând interes pentru volum). Și astfel, criteriul de promovare academică este parțial asigurat. Nu ne referim și la autocitări, la fel de importante în promovarea volumelor, singurul câștig fiind notorietatea lucrării, chiar dacă aceasta nu este o lucrare relevantă pentru domeniu. Motorul de căutare Google ajută la construirea notorietății autorului.

Modalitățile moderne de documentare rămân însă esențiale și pentru că, se știe, circulația cărților este determinată de un marketing cultural costisitor, iar editurile, pentru a-și continua activitatea, publică și lucrări subculturale. Dar dacă autorul are bani pentru publicare, chiar și în câteva zeci de exemplare, pe care le oferă familiei și prietenilor, și editura organizează lansare de carte, iar autorul participă la evenimente culturale în contextul cărora aduce în discuție propria lucrare, indicii de promovare sunt atinși. Evenimentele sunt promovate pe internet. Ziarele și revistele culturale au și ediție online și astfel numele autorului și titlul volumului sunt tezurizate de Google și reactivate de orice căutare prin motorul Google. Se susține astfel resortul comercial în deserviciul resortului cultural. Și aceasta cu ajutorul tehnicii moderne. Fenomenul descris este complementar proiectului Google de digitalizare a operelor prin intermediul bibliotecilor naționale. Dar, paradoxul continuă, uneori opere fără valoare literară relevantă sunt postate în pdf pe Google, iar lucrări de certă valoare universală sunt prea puțin cunoscute.

În comunicarea de față propun să reflectăm asupra comportamentului intelectualilor în fața avalanșei informaționale online. Diversitatea practicilor sociale și a comportamentelor culturale, necesitatea actualizării informației culturale și științifice, succedarea într-un ritm alert a prezențelor în contexte științifice cu susținerea unor lucrări de specialitate reprezintă doar câteva argumente pentru care documentarea online este o necesitate cu toate riscurile evidențiate anterior asumate. Digitalizarea web poate aduce în prim-plan cărți rare, suport pentru un demers diacronic

al temei în analiza intelectualului. Dar, pentru echilibrul analizei, amintim și plasarea în on-line a unor fragmente din lucrări, care nu au relevanță științifică, dar au multe referințe critice (pe criteriile amintite deja). Capcana este raportarea la acestea și creșterea notorietății în online fără intenție, ci doar datorită accesărilor și referințelor critice. Și intelectualii sunt răspunzători astfel pentru crearea indicilor de referință a unor așa-numite opere științifice. Și nu doar atât. Se contribuie inevitabil la memoria socială care depinde de actul de transmitere. Este și convingerea lui Alfred Grosser („La mémoire des peuples”, *Etudes*, 1996) exprimată în întrebarea: „Există memorie colectivă? Nu există memorie. Există doar transmitere”. Întrebarea noastră ar fi: Cum să transmiți dacă nu ai teaurizat deja informația? Deci, s-a sedimentat și este folosită în contexte care o revendică.

G. W. Allport și L. J. Postman în *Les bases psychologiques des rumeurs* analizează modul în care este receptat un mesaj și transmis din receptor în receptor, pe baza principiului zvonului. Subiecții studiului lor erau puși să vizualizeze câteva secunde un mesaj în format scris, audio, desene etc. care avea detalii. După care să îl descrie unui alt subiect. Acesta trebuia să relateze ce i-a spus primul unui al treilea, acesta la rândul lui, unui al patrulea ș.a.m.d. Astfel poate fi analizată transformarea mesajului din forma lui inițială în forma mediată. Efectele au fost de condensare a mesajului, de accentuare a unor detalii și, un al treilea proces, cu un risc crescut de deformare a imaginii inițiale a mesajului, de asimilare. Asimilarea însă se face prin asumarea greșelilor, a omisiunilor, a exagerărilor, făcând-o compatibilă cu sistemul său de valori, de norme și de atitudini.

Revenind la documentarea de pe internet prin fragmente de lucrări sau referințe critice vom înțelege asumarea unor informații științifice, culturale și puse în pagină de noii autori filtrate prin acest mecanism de mediere asemănător ca funcționalitate zvonurilor. Efectele sunt însă păgubitoare pentru cultură în general. Uneori nu se citează nici măcar sursa primară, autorii plagiind. Nu doar plagiatul este grava încălcare a deontologiei profesionale, ci și promovarea unor mesaje denaturate și ulterior acreditate ca fiind de

valoare, pentru că au fost emise de intelectuali. Publicul specializat își va asuma la rândul său forma mesajului, greșită ab initio. Iar publicul larg va recepta informația ca fiind veridică, pentru că a fost emisă de un intelectual.

Sunt doar câteva aspecte ale rolului informării prin intermediul internetului. Intelectualii sunt deja dependenți de această formă de diseminare a informației culturale și științifice, iar publicul larg este robul avalanșei de referințe realizate de multe ori prin procesul demonstrat de cei doi autori. Imaginea finală este cea numită de francezi *tête de gondole*, efect al marketingului comercial în defavoarea marketingului cultural, cel în măsură să contribuie la ierarhizarea valorilor culturale.

Puterea de seducție și fluiditatea informației au generat de-a lungul timpului o putere simbolică și persuasivă asupra opiniei publice. Cu aceste două atribute presa, de informație și culturală, a devenit o nouă putere în stat. Agenda publică se redirecționează în funcție de prioritizarea informației sau spectaculozitatea imaginilor și emoțiilor provocate de presa de divertisment produsă prin devierea sensului valorizării aspectelor culturale. Asistăm, nu de ieri, ci din secolul al XIX-lea, la un dublu impact al presei: un impact emoțional, spectacolul informațional cu efect imediat, și un impact cultural (dacă informația face parte sau vizează setul de cunoștințe generale necesare evaluării informației pe mai multe paliere) cu un impact la distanță.

Spațiul de comunicare culturală este însă mult mai diversificat decât spațiul informației de proximitate, o informație perisabilă ca valabilitate sub efectul triadei ieri-azi-mâine. Este un proces, care, privit în diacronie, pare să se fi acutizat, de la T. Renaudeau, cel ce a tipărit „La Gazette” în Franța secolului al XVII-lea după criteriile valabile și astăzi ale presei cu potențial de circulație a informației și până la spațiul virtual de azi. T. Renaudeau a continuat tradiția saloanelor literare, dar cu un spațiu mult mai dorit de scriitori: cafeneaua „Le Grand Coq”, unde se reuneau cei mai cunoscuți oameni de cultură ai vremii. Și astăzi cafenelele literare sunt un spațiu cultural ce catalizează atenția iubitorilor de cultură într-o formă neinstituțională, non-formală, cu grad ridicat de socializare, unde se reunesc grupările literare.

Presa comercială (încă din secolul al XIX-lea) a făcut diferența și s-a poziționat la antipodul presei academice. Presa culturală începe să devină presă de nișă cu un public țintă, restrâns prin rigorile impuse de gradul de accesibilitate al limbajului literar folosit, al trimerilor

la conexiuni ce nu pot fi decodate decât dacă receptorul are un nivel cultural necesar.

Presa audiovizuală va surclasa presa tipărită, iar lupta pentru rămânerea pe piața media prin creșterea valorilor de audiență va determina „alunecarea” spre comercial și facil în detrimentul culturii.

Diversitatea susține libertatea de exprimare, dar de la libertate la libertinaj și subcultura promovată drept experiment cultural (în cel mai bun caz) este doar un pas. Iar gustul publicului îl formează presa. *Opinia publică* și *opinia literară*, două sfere cu factor de persuasiune ridicat, își dispută întâietatea și se substituie, devenind argumente pentru plasarea producției culturale pe scara valorilor. Diversitatea asigură libertatea de opinie, unitatea conferă fundament valorilor perene.

Evoluția tipologiei presei a determinat organizarea spațiului public și al formelor de presă: presa de opinie, dorită pentru a asigura libertatea de exprimare, a fost depășită de presa de masă, cu potențial persuasiv în zona senzaționalului, acolo unde opiniile nu au mai avut prioritate, iar imaginile (create sau fotografiate, filmate) au determinat dependența de senzațional și renunțarea la presa de reflecție, culturală. Și totuși, modelele de comunicare, chiar dacă nu au mai fost în prim plan, nu au dispărut și au coexistat cu noi modele, noile mass-media se vor impune, dar nu se va renunța la modelele existente. Agenda publică este determinată de agenda politică. „Prin intermediul a ceea ce Bernard Floris, urmând reflecțiile lui Gilles Achache desemnează prin „forme transversale ale comunicării” (dialogală, forma propagandistică și forma marketing) se articulează în spațiul public logicile sociale ale mass-media și funcționarea câmpului politic”. Este convingerea lui Bernard Miège argumentată în comunicarea *Spațiul public: perpetuat, lărgit și fragmentat* susținută la Lyon în cadrul unei sesiuni științifice în anul 1991.

Consumul cultural depinde de patru modele de organizare a spațiului public: presa de opinie, presa de masă, audiovizual și un „spațiu public reinterpretat”. Acesta s-ar traduce „prin polaritatea unui mod de reprezentare și de comunicare generalizată și prin microspații publice parțiale, restrânse la câmpuri specifice și rezervate actorilor privați” (Bernard Floris, Bernard Miège Isabelle Pailliarț în

Noile forme ale spațiului public, GRESEC, Grenoble, 1992). Sunt noi forme ale spațiului public, în care diseminarea informațiilor culturale, în cazul pledoariei noastre pentru informarea și culturalizarea generațiilor, ar putea contribui la vizualizarea valorilor culturale într-un spațiu fragmentat. Este însă un spațiu reinterpretat, ceea ce comportă noi discuții referitoare la actanții mesajului cultural, la formele noi de promovare a valorilor culturale, la ierarhizarea valorică realizată de promotorii criticii noi și la varietatea spațiilor publice segmentate.

Consumul cultural depinde de toate aceste variabile, iar efectele vor fi evidente la distanță. Atunci însă vom constata că „treptele” culturale sunt la un nivel mediocru, cu puține „vârfuri” notabile, iar recuperarea acestui hiatus astfel construit este greu de anihilat. De aceea, spațiul cultural fragmentat trebuie să fie un spațiu public reinterpretat de cei cu competențe în domeniu, acreditați în spațiu național și internațional, care să se bucure de credibilitate și notorietate pozitivă. Se constituie astfel un nou spațiu, spațiul public argumentativ, de care cultura în primul rând are nevoie pentru a crea premisele persuasive ale consumului cultural.

Cultura are nevoie de fundament cultural acumulat în timp și validat de timp. Și astfel sfera consumului cultural va fi definită de unitate în diversitate.

Presa literară între opera de cultură și opera de civilizație

La răstimpuri cultura este influențată major de proximitatea istorică și socială și nevoită să reziste tăvălugului contextual. Evenimentele care se derulează în spirală, antrenând resursele spirituale, singurele care pot găsi soluții de gestionare a crizei, se vor constitui în straturi ale istoriei, repere pe care se va fundamenta creația ulterioară. Imediatul contează în selecția temelor, personajelor, fluxurilor informaționale. Imaginația creatorilor va fi la rândul-i influențată de aceste evenimente, pe care le va transfera în universul de valori.

În contextul acestei perioade marcate de rigorile impuse de criza sanitară mondială, creația literară a trebuit să se adapteze noilor cadre de manifestare, majoritar virtuale, sentimentului de frustrare generat de izolare și carantină, personajelor care domină scena socială și elementelor-simbol ale pandemiei. Chiar dacă tema creației nu este explicit despre acest context, creatorul va răscoli universul de trăiri în condiții de frustrare și le va da o formă metaforică, cu aceeași tensiune interioară. În ansamblu, cultura va fi supusă unor transformări vizibile, iar difuzarea și mediatizarea creațiilor vor rămâne o problemă greu de gestionat în perioada de criză. Cuvintele rostite de filosoful C. Rădulescu-Motru la microfonul radioului public în conferința susținută în emisiunea „Universitatea Radio” despre *Creație și vocație* sunt actuale și astăzi: „Dacă spiritul creator ar fi independent de condițiile istorice ale timpului său și ar produce după inspirația sa arbitrară, și nu după inspirația așteptărilor pornite înaintea lui spre realizare, atunci n-ar fi pe lume ceva mai asemănător haosului decât viața culturală. Ar trebui să găsim aci numai țâșnirile spirituale fără continuitate; să întâlnim: creator după creator, fiecare independent și fiecare cât mai excentric. (...) Viața culturală ar fi, cu un cuvânt, o desfășurare de producții apocaliptice. Realitatea este cu totul alta. Viața culturală are o producție ordonată; și cu atât mai

IBRIS | We know books

ordonată, cu cât ea este mai înaintată.” (înregistrare radio publicată în C. Rădulescu-Motru, *Caracter și destin. Conferințe la radio 1930-1943*, Societatea Română de Radiodifuziune. Editura „Casa Radio”, București, 2003). Această ordonare însă vine din diacronie, este o așezare de valori în timp, valori care rezistă și care sunt, paradoxal, cel mai atacate în perioada de criză. Tradiția, înțelegând valori conservate în timp, va fi fundament pentru creația contemporană, aceasta din urmă se va revendica din ceea ce este „energie” valorică, dincolo de evaluarea pozitivă circumstanțială. Reflectarea în presa culturală a creațiilor se va adapta noului orizont de așteptare al publicului vădit condiționat de noile forme, aproape exclusiv virtuale. Este o reformulare a tiparelor, a modalităților de lecturare, a câmpurilor vizuale pe care internetul le folosește pentru efectul de captatio. Cultura se mută în spațiul virtual, dialogul cultural rămâne doar cel de la distanță, reuniunile culturale se produc în spațiul virtual, iar atunci când se organizează în spațiul public, rigorile de distanță socială și teama de contaminare, chiar dacă disimulată prin gestul de politețe de a participa, sunt obstacole reale în procesul de receptare a mesajului cultural. Este o altă lume, nefamiliară, care invită la autocenzură mai mult decât cenzura distanței. Se instalează treptat distanțarea culturală, consumarea în intimitate, în singurătate (ca etapă în evoluția însingurării) a creațiilor literare. Presa culturală însă va avea, în acest context, o aderență mai mare la public, va fi ofertantă, pentru că folosirea internetului, telemunca și climatul de izolare vor deveni factori favorizanți ai accesării presei devenită online. Rămân întrebări de genul: cine sunt cei ce sunt familiarizați cu utilizarea internetului, ce alte oferte sunt pe piața media, care sunt metodele și tehnicile de persuadare care conduc spre manipularea opțiunii pentru selecția valorică? Și, mai ales, cum se va configura ierarhizarea axiologică?

Perioada de după 1990, considerată a liberei exprimări, a eliminării cenzurii, a așteptării literaturii „de sertar”, s-a dovedit a fi o perioadă de tranziție, în care excentricitățile, experimentele culturale au acaparat interesul de moment și au avut o existență meteorică. Afirmările lui Mihail Ralea în conferința radiofonică

despre *Cultura în criză* au rămas de actualitate: „Ceea ce se întâmplă sub ochii noștri e disoluția unui stil și a unui moment de cultură. O serie de valori care consacraseră o anumită înțelegere a omului, a destinului și misiunilor sale pe acest pământ apun. Altele, năvalnice, se înghesuie să ia locul celor moarte” (fragment din emisiunea „Universitatea Radio”, 13 iun. 1935, conferință publicată în vol. Mihai Ralea, *Cultura în criză. Conferințe la Radio 1932-1940*, Ed. „Casa Radio”, 2005). Cuvintele lui Mihai Ralea sunt de o uimitoare actualitate. „Suntem situați în timpuri de tranziție. Suntem așezați între hotare mișcătoare, care se schimbă. De aici criza morală la care asistăm”. Crizei morale generată de perioada de tranziție de la un sistem totalitar la unul al democrației, al liberei exprimări și a circulației valorilor fără „croșete” se adaugă în ultimul timp criza sanitară mondială, care impune distanțarea socială, replierea în universul familial, al grupurilor restrânse, cu o singură „supapă”: internetul, spațiul virtual. Și în acest spațiu al fiecăruia și al tuturor manifestările culturale și în special cele literare sunt receptate filtrate de grila culturală individuală. Competenței culturale existente și în vremuri fără izolare i se adaugă azi competența în utilizarea internetului. Spațiul virtual nu mai are cadre evidente de delimitare a postărilor acreditate de competența critică, literară. Însemnări, comentarii, rareori eseuri sunt de regăsit pe site-uri individuale. Multitudinea acestora creează impresia de „creație receptată critic” și sunt consemnate link-urile unde pot fi regăsite acestea. Este un fenomen în ascensiune, benefic poate prin diversitatea „vocalilor” care se manifestă. Va fi însă și un moment al decantărilor valorice și atunci ne vom întoarce la afirmația lui C. Rădulescu-Motru: „Prin ideea de cultură se înțeleg, de obicei, condițiunile sufletești în care se desfășoară continuitatea și propășirea activității spirituale a unui popor. (...) Operele de cultură țâșnesc din adâncul personalității popoarelor, pe când operele de civilizație sunt simple îndemânări tehnice, fără adâncime sufletească. Cele dintâi sunt creațiuni, care se nasc și mor deodată cu originalitatea poporului, pe când cele din urmă sunt aplicații materiale, care se pot împrumuta de la popor la popor și trăiesc ca o zgură lăsată de focul originalității”.

IRPIS | Weblog

Condițiile actuale permit presei culturale să se manifeste mult mai persuasiv prin impactul mediului virtual. Producțiile literare actuale, ca și evaluările critice diseminate prin internet conduc la reformularea tiparelor revuistice. Libertatea în exces produce libertinaj în formă și expresie, numite cu un eufemism experimente culturale, literare. Tradiția însă se constituie diacronic din reperele care rezistă tăvălugului istoriei. Și ar trebui să apreciem creațiile cu potențial de valabilitate în timp. Mediul virtual impus ca opțiune pentru evadarea din izolarea datorată crizei actuale este un spațiu al provocării axiologice. În timp și peste timp. Azi, acum, aici, în spațiul revistei „Scrișul Românesc” regăsim tihna lecturii unor valori și a consemnării prin evaluări critice a altor valori. Receptarea acestora depinde însă și de competența tehnică a lectorului. Asistăm la promovarea operei de cultură sau doar la provocarea operei de civilizație a internetului? Este o stare de spirit, culturală, care produce emulația creatoare sau doar starea de receptare, nevoia de evadare din izolare și însingurare? Oricum, un mod de a trăi cultural o secvență din istoria imediată.