

CULTURA POP ÎN POSTCOMUNISM ȘI MAI DEPARTE

Cultura pop occidentală a fost unul dintre factorii culturali care au contribuit în mod semnificativ la căderea, în 1989, a Cortinei de Fier. Muzica pop și industria de videoclipuri, filmele create de Hollywood, produsele comerciale (blugii Levi's, pantofii sport Adidas sau Nike, Coca Cola), revistele de modă etc. erau, pentru est-europeni, întruchipări ale visului de libertate și prosperitate. Se poate deci afirma că, în raport cu lagărul comunist, cultura pop occidentală a avut un pregnant caracter subversiv. Situația din perioada postcomunistă este diferită, cultura pop devenind cultură dominantă. În ultimii 30 de ani, transformările au fost majore și diverse. Ele au condus la accentuarea crizei "culturii înalte", scăderea dramatică a audienței culturii pop autohtone sau impunerea unor curente culturale noi și cu impact global. Se poate vorbi despre o influență a culturii pop occidentale asupra muzicii românești (au apărut noi curente muzicale, cum ar fi hip hop-ul), dar și asupra literaturii, mai ales generația douămiistă fiind foarte influențată de acest tip de cultură. Aceste transformări au condus și la apariția unor noi instituționalizări și practici sociale, specifice societății de consum: resemnificarea mediului urban prin publicitate, dezvoltarea culturii mall-ului, a picnicului sau a turismului cu automobilul. Expansiunea globală a mediului online nu a făcut decât să sporească influența culturii pop dincolo de sursele de transmitere de la nivel național: televiziuni și alte medii locale. Ea a condus la apariția rețelelor sociale online și a influențat profund cultura tinerilor.

Meridian critic va publica articole cuprinzând abordări noi cu caracter interdisciplinar, circumscrise următoarelor câmpuri tematice:

- influența culturii pop asupra literaturii și a altor domenii culturale (muzică, artă, cinema etc.);
- cultura pop ca discurs (aspecte axiologice, ideologice etc.), transformări în ultimii 30 de ani, hibridizări ale culturii pop în postcomunism;
- mass-media, publicitate și cultură pop în postcomunism;
- paradigme discursive "post": postcomunism, postcolonialism, postmodernism.

Articolele pot fi redactate în limbile română, engleză, franceză sau germană. Lucrările (de maximum 7000 de cuvinte), însoțite de rezumate în limba engleză (maximum 200 de cuvinte) și de o scurtă prezentare a autorului (o notă biografică care să nu aibă mai mult de 400 de cuvinte), vor fi trimise la adresele simonamanolache@litere.usv.ro și meridian.critic.flsc@gmail.com. Pentru detalii cu privire la normele și stilul de redactare, urmați indicațiile de pe site-ul revistei: <http://meridiancritic.usv.ro/index.php?page=norme-de-redactare>. Termenul limită pentru trimiterea articolului integral: 31 martie 2022.