

Liebe in Zeiten der Krise

Wie Kapitalismus Amor zurichtet, beschreibt die neue Melodie & Rhythmus

Ein bei seinen Mitarbeitern eher unbeliebtes Fastfoodunternehmen wirbt seit 2003 mit den Worten: »Ich liebe es« für seine Produkte. Auch wenn die Kampagne vorbei ist, bleibt der Slogan untrennbar mit dem Unternehmen verbunden und der Konzern hat die sechs Millionen US-Dollar, die Justin Timberlake für das Singen der drei Worte erhielt, längst wieder eingenommen. Hier zeigt sich: Liebe ist auch ein kulturindustrielles Label »für die profitable Vermarktung von Ramsch und falschen Gefühlen«, wie Susann Witt-Stahl im Editorial der neuen *Melodie & Rhythmus* schreibt. Ob Marketingstrategie, strapaziertes Thema der Schlager- und Popmusik oder schlicht als Objekt der Sehnsucht und Begierde: Im neuen *M & R*-Heft 4/21 geht es um viele Spielarten der Liebe in den großen und kleinen Künsten. Das aktuelle Heft ist für 6,90 Euro am Kiosk oder im *jW*-Shop erhältlich.

Und da es auch unter *jW*-Lesenden noch immer einige geben soll, die das Magazin für Gegenkultur nicht abonniert haben, sei an dieser Stelle nochmals wärmstens ein Abonnement der *M & R* empfohlen. Vier Ausgaben kosten im Jahresabo 26,90 Euro (es gibt auch Förderabos und günstigere für *jW*-Bezieher). Starten Sie jetzt Ihr Abo mit dem Schwerpunktheft »Liebe«. Das nächste Heft folgt dann im Dezember, dort steht dann das Thema Kolonialismus im Mittelpunkt. Gehen auch Sie mit *M & R* auf Spurensuche, denn politische Entwicklungen und Veränderungen zeichnen sich schon vorzeitig im kulturellen Bereich ab.

Aktion und Kommunikation

Melodie & Rhythmus, 4/2021, 100 Seiten, 6,90 Euro

M & R im Abo: telefonisch unter 0 30/53 63 55 38, per E-Mail an abo@melodieundrhythmus.com oder unter [melodieundrhythmus.com/abo](https://www.melodieundrhythmus.com/abo)

<https://www.jungewelt.de/artikel/411153.magazin-für-gegenkultur-liebe-in-zeiten-der-krise.html>