

Karl Riha

"Unsere tägliche Soap gib uns heute..." (Fundstück Mediengeschichte)

2002

<https://doi.org/10.17192/ep2002.3.2241>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Riha, Karl: "Unsere tägliche Soap gib uns heute..." (Fundstück Mediengeschichte). In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 19 (2002), Nr. 3. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2002.3.2241>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Fundstück

Dass der Volksmund den Fernseher als ‚Glotze‘ titulierte, hat seinen eigenen Indizcharakter. Vielleicht stimmt es tatsächlich, dass sich trotz der fünfundzwanzig Kanäle, die nun bald jeder Besitzer diesem Bilderkasten in seiner Wohnung abzapfen kann, ein gewisser Missmut in der Nutzerschaft ausbreitet, weil sich die Talkshows, Rätselratespiele, Krimis, Volksmusik-Potpourris und Porno-Offerten nach Mitternacht – mit immer mehr Werbung dazwischen – gegenseitig auf die Füße treten und in ihren Effekten verbrauchen. Hier hakt *Nieder mit dem Scheiß Fernsehen* ein – eine schmale Broschüre mit zahlreichen treffsicheren Karikaturen (von Stano Kochan) und satirischen Texten (von Norbert Golluch), die aus längerfristigen Beobachtungen des Mediums, seiner Macher und Konsumenten resultieren.

Karl Riha (Siegen)

Unsere tägliche Soap gib uns heute ...

Ein Hoch der Seifenoper! Diese Serien für die Seele halten Millionen von Hausfrauen psychisch am Leben. Zugegeben, es gibt dümmere Formen der Zeitverschwendung und auch weniger unterhaltende. Nehmen wir nur die Reichen und die Schönen, den unschlagbaren Romantik-Porno für Mama: Wie interessant! Wie unwahrscheinlich lebensnah!

Alle sind so schön, dass sie eigentlich mit einem Intelligenzquotienten gegen Null ausgestattet sein müssten, aber es ist keiner unter ihnen, der nicht Romanautor oder wenigstens Modedesigner sein könnte. Wann der Designer allerdings designt, ist unklar. Keiner arbeitet länger als drei Sekunden am Stück: Ein Typ, der selbst wie ein *model* aussieht, lehnt kamerawirksam am Zeichenbrett, macht einen Strich, lächelt selbstzufrieden und verfällt dann in einen endlosen Monolog über die Beziehung zwischen seinem Bruder und der Ex-Frau seines Schwiegervaters. So ist das in der Modebranche. Im übrigen meinen alle ihre Beziehungen ganz, ganz ernst und trotzdem hat es bereits jeder mit jedem getan, alle wollen es latent wieder mit jedem tun und reden unentwegt darüber. Und das jeden Tag! (...)

Wussten Sie übrigens, dass es ein senderinternes Bewertungsschema für die Qualität von Seifenopern gibt, mit dessen Hilfe der sogenannte K-Faktor (Klamauk-Faktor) einer Sendung festgelegt wird? Erst Seifenoper ab 150 K-Points sind sendereif!

Aus: Stano Kochan und Norbert Golluch: *Nieder mit dem Scheiß Fernsehen!* Das Buch zum fröhlichen Abschalten. Eichborn Verlag, Frankfurt/Main 1995. 80 S.

Abdruck mit freundlicher Genehmigung der Autoren und des Eichborn Verlags, Frankfurt/M.