

Prolog zum Fernsehen

Die gesellschaftlichen, technischen, künstlerischen Aspekte des Fernsehens können nicht isoliert behandelt werden. Sie hängen in weitem Maß voneinander ab: die künstlerische Beschaffenheit etwa von der hemmenden Rücksicht auf die Publikumsmassen, über die sich hinwegzusetzen nur ohnmächtige Unschuld sich zutraut; die gesellschaftliche Wirkung von der technischen Struktur, auch von der Neuheit der Erfindung als solcher, die in Amerika sicherlich während der Anfangsphase den Ausschlag gab; aber auch von den offenen und versteckten Botschaften, welche die Fernsehproduktionen dem Betrachter übermitteln. Das Medium selbst jedoch fällt ins umfassende Schema der Kulturindustrie und treibt deren Tendenz, das Bewußtsein des Publikums von allen Seiten zu umstellen und einzufangen, als Verbindung von Film und Radio weiter. Dem Ziel, die gesamte sinnliche Welt in einem alle Organe erreichenden Abbild noch einmal zu haben, dem traumlosen Traum, nähert man sich durchs Fernsehen und vermag zugleich ins Duplikat der Welt unauffällig einzuschmuggeln, was immer man für der realen zuträglich hält. Die Lücke, welche der Privatexistenz vor der Kulturindustrie noch geblieben war, solange diese die Dimension des Sichtbaren nicht allgegenwärtig beherrschte, wird verstopft. Wie man außerhalb der Arbeitszeit kaum mehr einen Schritt tun kann, ohne über eine Kundgebung der Kulturindustrie zu stolpern, so sind deren Medien derart ineinander gepaßt, daß

Der *Prolog zum Fernsehen* ebenso wie *Fernsehen als Ideologie* beruht auf Studien, die der Autor 1952/53 als wissenschaftlicher Leiter der Hacker Foundation in Amerika durchführte. Die Resultate sind keineswegs blank auf das deutsche Fernsehen zu übertragen. Aber sie bezeichnen allgemeine Tendenzen der Kulturindustrie.

keine Besinnung mehr zwischen ihnen Atem schöpfen und dessen innerwerden kann, daß ihre Welt nicht die Welt ist. »Im Theater wird durch die Belustigung des Gesichts und Gehörs die Reflexion sehr eingeschränkt« – Goethes Ahnung fände ihren Gegenstand erst an einem Gesamtsystem, in dem das Theater längst zu einem Museum von Vergeltung ward, das aber dafür seine Konsumenten mit Kino, Rundfunk, illustrierten Zeitschriften, in Amerika vor allem auch mit den *Funnies* und *comic books* ohne Unterlaß bearbeitet. Erst das Zusammenspiel all der aufeinander abgestimmten und dennoch nach Technik und Effekt voneinander abweichenden Verfahren macht das Klima der Kulturindustrie aus. Daher fällt es den Soziologen so schwer zu sagen, what television does to people. Denn mögen immer die fortgeschrittenen Techniken der empirischen Sozialforschung die ‚Faktoren‘ isolieren, welche dem Fernsehen eigentümlich sind, so empfangen doch diese Faktoren selber ihre Kraft einzig im Ganzen des Systems. Eher werden die Menschen ans Unvermeidliche fixiert als verändert. Vermutlich macht das Fernsehen sie nochmals zu dem, was sie ohnehin sind, nur noch mehr so, als sie es ohnehin sind. Das entspräche der wirtschaftlich begründeten Gesamttendenz der gegenwärtigen Gesellschaft, in ihren Bewußtseinsformen nicht länger über sich selber, den status quo hinauszugehen, sondern diesen unablässig zu bekräftigen und, wo er etwa bedroht dünkt, wiederherzustellen. Der Druck, unter dem die Menschen leben, ist derart angewachsen, daß sie ihn nicht ertragen, wenn ihnen nicht die prekären Leistungen der Anpassung, die sie einmal vollbracht haben, immer aufs neue vorgemacht und in ihnen selber wiederholt würden. Freud hat gelehrt, daß die Verdrängung der Triebregungen nie ganz und nie für die Dauer gelingt, und daß daher die unbewußte psychische Energie des Individuums unermüdlich dafür vergeudet wird, das, was nicht ins Bewußtsein gelangen darf,

weiter im Unbewußten zu halten. Diese Sisyphusarbeit der individuellen Triebökonomie scheint heute ‚sozialisiert‘, von den Institutionen der Kulturindustrie in eigene Regie genommen, zum Vorteil der Institutionen und der mächtigen Interessen, die hinter ihnen stehen. Dazu trägt das Fernsehen, so wie es ist, das Seine bei. Je vollständiger die Welt als Erscheinung, desto undurchdringlicher die Erscheinung als Ideologie.

Die neue Technik weicht darin vom Film ab, daß sie, gleich dem Radio, den Konsumenten das Produkt ins Haus bringt. Die visuellen Bilder sind sehr viel kleiner als die im Kino. Diese Kleinheit wird vom amerikanischen Publikum bemängelt: man sucht die Bildfläche zu vergrößern, aber es scheint fraglich, ob in mit Möbeln ausgestatteten Privatwohnungen wie im Kino die Illusion der Lebensgröße erreicht werden kann. Vielleicht lassen sich die Bilder auf Wände projizieren. Aufschlußreich ist jedenfalls das Bedürfnis. Einstweilen dürfte das Miniaturformat der Menschen auf der Fernsehfläche die gewohnte Identifikation und Heroisierung behindern. Die da mit Menschenstimmen reden, sind Zwerge. Sie werden kaum in demselben Sinn ernst genommen wie die Filmfiguren. Von der realen Größe des Phänomens abstrahieren, es nicht mehr natürlich sondern ästhetisch wahrnehmen, erfordert eben jene Fähigkeit zur Sublimierung, die beim Publikum der Kulturindustrie nicht vorausgesetzt werden kann und die von dieser selbst geschwächt wird. Die Männchen und Weibchen, die man ins Haus geliefert bekommt, werden der unbewußten Perzeption zum Spielzeug. Manches davon mag dem Zuschauer Vergnügen bereiten: er empfindet sie als Eigentum, über das er verfügt, und fühlt sich ihnen überlegen. Darin berührt sich das Fernsehen mit den Funnies, jenen halbkarikaturistischen Serien von Abenteuerbildchen, die oft über Jahre hindurch dieselben Figuren von Episode zu Episode geleiten. Auch dem Inhalt nach sind

viele in Fortsetzungen gesendete Fernsehspiele, zumal Posse- und Lustspiele, die auf keinen Realismus aus sind, bleibt im Fernsehen das Mißverhältnis zwischen den einigermaßen natürlich wiedergegebenen Stimmen und den verkleinerten Gestalten unverkennbar. Aber solche Mißverhältnisse durchsetzen alle Produkte der Kulturindustrie und gemahnen an den Trug des verdoppelten Lebens. Man hat gelegentlich bemerkt, daß auch der Tonfilm stumm sei, daß Widerspruch herrsche zwischen den zweidimensionalen Bildern und der leibhaftigen Rede. Solche Widersprüche nehmen offenbar zu, je mehr Elemente der sinnlichen Wirklichkeit von der Kulturindustrie aufgesogen werden. Die Analogie zu den totalitären Staaten beider Versionen drängt sich auf: je mehr, unter diktatorischem Willen, das Auseinanderweisende integriert wird, um so mehr schreitet die Desintegration fort, um so mehr fällt auseinander, was nicht von sich aus zusammengehört, sondern bloß äußerlich addiert wird. Die lückenlose Bilderwelt gerät brüchig. An der Oberfläche läßt sich das Publikum wenig davon stören. Unbewußt wird es davon wissen. Der Verdacht, daß die Realität, die man serviert, nicht die sei, für die sie sich ausgibt, wird wachsen. Nur führt das zunächst nicht zum Widerstand, sondern man liebt, mit verbissenen Zähnen, das Unausweichliche und zümmert Verhaftete um so fanatischer. Beobachtungen wie die von der Rolle der absoluten Dimensionen der Fernsehobjekte lassen sich nicht trennen von der spezifischen Fernsehsituation, der des Heimkinos. Auch sie wird eine Tendenz der gesamten Kulturindustrie verstärken: die zur Herabsetzung der Distanz von Produkt und Betrachter, im wörtlichen und übertragene Sinn. Sie ist wiederum ökonomisch vorgezeichnet. Was die Kulturindustrie liefert, empfiehlt sich allein schon durch die in Amerika eingestandene Reklamefunktion als Ware, als Kunst für den Konsumenten; wahrscheinlich in geradem

Verhältnis zu dem Maß, in dem sie durch Zentralisierung und Standardisierung dem Konsumenten aufgezungen ist. Dieser wird zu dem angehalten, wohin er von selbst neigt, nämlich nicht das Gebilde als ein An sich zu erfahren, dem er Aufmerksamkeit, Konzentration, Anstrengung und Verständnis schuldet, sondern als eine Gefälligkeit, die ihm erwiesen wird und die er danach einschätzen darf, daß sie ihm auch gefällig genug ist. Was längst der Symphonie geschah, die der müde Angestellte, in Hemdärmeln seine Suppe schlürfend, mit halbem Ohr toleriert, geschieht nun auch den Bildern. Sie sollen seinem grauen Alltag Glanz spenden und doch ihm selber wesentlich gleichgültig sein: so sind sie vorweg vergeblich. Was anders wäre, ist unerträglich, weil es an das erinnert, was ihm versagt ist. Alles erscheint, als gehöre es ihm, weil er selber sich nicht gehört. Er muß sich nicht einmal mehr fortbewegen, um ins Kino zu kommen, und was ihm in Amerika kein Geld und nirgends Anstrengung kostet, dürfte er nur desto gewinner schätzen. Die bedrohlich erkaltete Welt kommt zu- traulich zu ihm, als wäre sie ihm auf den Leib geschrieben: er verachtet sich in ihr. Distanzlosigkeit, die Parodie auf Brüderlichkeit und Solidarität, hat dem neuen Medium sicherlich zu seiner unbeschreiblichen Popularität mitverholfen. Alles wird vom kommerziellen Fernsehen vermieden, was, wie sehr auch entfernt, an die kultischen Ursprünge des Kunstwerks, dessen Zelebrierung bei besonderem Anlaß anklingen könnte. Mit der Begründung, Fernsehen im dunklen Raum sei schmerzhaft, läßt man abends das elektrische Licht brennen, und weigert sich, unter Tags die Rolläden zu schließen: die Situation darf sich von der normalen möglichst wenig abheben. Undenkbar, daß die Erfahrung der Sache selbst davon unabhängig bliebe. Die Grenze zwischen Realität und Gebilde wird fürs Bewußtsein herabgemindert. Das Gebilde wird für ein Stück Realität, eine Art Wohnungszubehör genommen,

das man mit dem Apparat sich gekauft hat, dessen Besitz ohnehin unter Kindern das Prestige erhöht. Schwerlich ist es zu weit hergeholt, daß umgekehrt die Realität durch die Fernsehbrille angeschaut, daß der unterschobene Sinn des Alltags auf diesen zurückgespiegelt wird.

Das kommerzielle Fernsehen bildet das Bewußtsein zurück, aber nicht durch Verschlechterung des Inhalts der Sendungen gegenüber dem von Film und Radio. Zwar begünstigt man in Hollywood gerade unter Filmleuten häufig der Behauptung, durch die Fernsehprogramme werde das Niveau noch weiter gesenkt. Aber dabei benutzen die älteren Sektoren der Kulturindustrie, deren manche durch die Konkurrenz empfindlich bedroht sind, das Fernsehen doch wohl als Sündenbock. Die Lektüre einiger freilich die Gesamtproduktion kaum spiegelnder Fernsehspiele im Manuskript läßt darauf schließen, daß das Material nicht weniger taugt als das der mittlerweile völlig genormten und eingefrorenen Filmscripts, und eher mehr als das der im Radio so beliebten *soap opera*, der serienweise hergestellten akustischen Familienromane, in denen allezeit eine gütige Mutterfigur oder ein abgeklärter älterer Herr der gärenden Jugend aus ihren Verlegenheiten hilft. Trotzdem leuchtet die Behauptung ein, es werde durchs Fernsehen schlimmer und nicht besser, ähnlich wie seinerzeit die Erfindung der Tonaufnahme die ästhetische und gesellschaftliche Qualität des Films herabdrückte, ohne daß doch heute der stumme Film wieder zu erwecken, das Fernsehen abzuschaffen wäre. Verantwortlich dafür aber ist das Wie, nicht das Was. Jene fatale ‚Nähe‘ des Fernsehens, Ursache auch der angeblich gemeinschaftsbildenden Wirkung der Apparate, um die Familienangehörige und Freunde, die sich sonst nichts zu sagen wüßten, stumpsinnig sich versammeln, befriedigt nicht nur eine Begierde, vor der nichts Geistiges bestehen darf, wenn es sich nicht in Besitz verwandelt, sondern vernebelt obendrein die reale Entfrem-

dung zwischen den Menschen und zwischen Menschen und Dingen. Sie wird zum Ersatz einer gesellschaftlichen Unmittelbarkeit, die den Menschen versagt ist. Sie verwechselt das ganz und gar Vermittelte, illusionär Geplante mit der Verbundenheit, nach der sie darben. Das verstärkt die Rückbildung: die Situation verdummt, auch wenn der Inhalt des Angeschauten nicht dümmert ist, als womit die Zwangskonsumenten sonst gefüttert werden. Daß wahrscheinlich diese dem bequemen und billigeren Fernsehen mehr frönen als dem Kino, und mehr als dem Radio, weil sie zum Akustischen das Optische noch draufbekommen, trägt weiter zur Rückbildung bei. Süchtigkeit ist unmittelbare Regression. An ihr hat gerade die gesteigerte Verbreitung visueller Produkte entscheidenden Anteil. Während fraglos das Gehör in vieler Hinsicht ‚archaischer‘ ist als der albert auf die Dingwelt eingeschworene Gesichtssinn, ist doch die Bildersprache, die der Vermittlung des Begriffs entläßt, primitiver als die der Worte. Der Sprache aber werden die Menschen durchs Fernsehen noch mehr entwöhnt, als sie es auf der ganzen Erde heute schon sind. Wohl reden die Schatten auf dem Fernsehschirm, aber ihre Rede ist womöglich noch mehr Rückübersetzung als die im Film, bloßes Anhängsel an die Bilder, nicht Ausdruck einer Intention, eines Geistigen, sondern Verdeutlichung der Gesten, Kommentar der Weisungen, die vom Bild ausgehen. So werden in Bildwitzen Worte zuweilen noch an den Mund der Figuren geschrieben, weil man sich sonst nicht ganz sicher darauf verlassen kann, daß rasch genug verstanden wird, was vorgeht.

Worin die Reaktionen der Betrachter aufs gegenwärtige Fernsehen bestehen, ließe bündig sich ausmachen nur durch weitschichtige Forschungen. Da das Material aufs Unbewußte spekuliert, hüfe direkte Befragung nicht. Vorbewußte oder unbewußte Wirkungen entziehen sich der unmittelbaren sprachlichen Kundgabe durch die Befragten.

Diese werden entweder Rationalisierungen oder abstrakte Aussagen wie die, daß der Fernsehapparat sie, unterhalte', vorbringen. Was eigentlich in ihnen sich ereignet, könnte nur umständlich ermittelt werden, etwa indem man Fernsehbilder ohne Worte als projektive Tests verwendet und die Assoziationen der Versuchspersonen studiert. Volle Einsicht wäre wohl erst durch zahlreiche psychoanalytisch orientierte Individualstudien an Gewohnheitsfernsehern zu gewinnen. Vorweg wäre zu untersuchen, wie weit die Reaktionen überhaupt spezifisch sind, und wie weit die Gewohnheit des Fernsehens lediglich dem Bedürfnis dient, sinnleere Freizeit totzuschlagen. Immerhin darf ein Medium, das ungezählte Millionen erreicht und das zumal bei Jugendlichen und Kindern oft jedes andere Interesse übertrübt, als eine Art Stimme des objektiven Geistes gelten, auch wenn dieser nicht mehr unwillkürlich aus dem gesellschaftlichen Kräftespiel resultiert, sondern industriell geplant wird. Hat doch die Industrie stets noch in gewissem Umfang die miteinzukalkulieren, die sie versorgt, wäre es auch nur, um die Waren der Gönner, *sponsors*, eines jeden Programms auch tatsächlich an den Mann zu bringen. Vorstellungen indessen wie die, daß die im Fernsehen kulminierende Massenkultur der authentische Niederschlag des kollektiven Unbewußten sei, verfälschen das Visierte durch die Wahl der Akzente. Wohl knüpft die Massenkultur an Schemata des Bewußten und Unbewußten an, die sie in den Konsumenten mit Recht als verbreitet voraussetzt. Dieser Fundus besteht zunächst in den sei es verdrängten, sei es einfach unbefriedigten Triebregungen der Massen, denen die Kulturwaren mittelbar oder unmittelbar entgegenkommen; meist mittelbar, etwa indem, wie der amerikanische Psychologe G. Legman nachdrücklich gezeigt hat, Sexuelles durch die Darstellung entsexualisierter Roheit und Gewaltat ersetzt wird. Beim Fernsehen läßt sich das noch in den anscheinend harmlosesten

Possen nachweisen. Vermöge solcher und anderer Abwandlungen jedoch geht der Wille der Verfügenden in jene Bildersprache² ein, die sich so gern als die der mit ihr belieferten ausgeben möchte. Indem erweckt wird und bildlich repräsentiert, was in ihnen vorbegrifflich schlummert, wird ihnen zugleich vorgemacht, wie sie sich benehmen sollen. Während die Bilder jene heraufzurufen wollen, die im Zuschauer begraben liegen und die jenen ähnlich sind, nähern zugleich die aufblitzenden und entgleitenden Bilder von Film und Television der Schrift sich an. Sie werden aufgefaßt, nicht betrachtet. Das Auge wird vom Streifen mitgezogen wie von der Zeile, und im sanften Ruck des Szenenwechsels blättert die Seite sich um. Als Bild ist die Bilderschrift Mittel einer Regression, in der Produzent und Konsument sich zusammenfinden; als Schrift stellt sie die archaischen Bilder der Moderne zur Verfügung. Entzauberter Zauber, übermitteln sie kein Geheimnis, sondern sind Modelle eines Verhaltens, das der Gravitation des Gesamtsystems ebenso wie dem Willen der Kontrolleure entspricht. Das Vertrackte des Zusammenhangs, das den Irrglauben befördert, der Herren eigener Geist sei der der Zeit, liegt nun aber darin, daß auch jene Manipulationen, welche das Publikum nach den Forderungen eines dem Bestehenden angepaßten Verhaltens zurechtstutzen, sich immer auf Momente im Bewußtseins- und Unbewußtseinsleben der Konsumenten berufen können und mit einem Schein von Recht diesen die Schuld

2. Die Interpretation der Massenkultur als ‚Hieroglyphenschrift‘ findet sich in dem unveröffentlichten, 1943 entworfenen Teil des Kapitels ‚Kulturindustrialismus‘ aus der *Dialektik der Aufklärung* von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno. Ganz unabhängig davon wird derselbe Begriff verwandt in dem Aufsatz ‚First Contribution to the Psycho-Analysis and Aesthetics of Motion Pictures‘ von Angelo Montani und Guilio Pietranera, *Psychoanalytic Review*, April 1946. Auf die Differenzen der beiden Abhandlungen kann hier nicht eingegangen werden. Auch die italienischen Autoren kontrastieren die Stellung der Massenkultur zum Unbewußten der autonomen Kunst, erheben jedoch den Gegensatz nicht zur Theorie.

aufbürden. Denn Zensur und Eintübung eines konformierenden Verhaltens, wie sie noch in der zufälligen Geste des Fernsehspiels sich mitteln, haben nicht nur mit Menschen zu rechnen, denen dergleichen durch das mittlerweile schon ehrwürdige, bis auf die Anfänge des englischen Romans gegen Ende des siebzehnten Jahrhunderts zurückdatierende Schema der Massenkultur eingehämmert ist, sondern die in Betrieb gesetzten Reaktionsformen hatten sich, längst ehe sie mit ideologischen Manövern exerziert wurden, in der ganzen neueren Geschichte durchgesetzt und sind als zweite Natur verinnerlicht. Die Kulturindustrie grinst: werde was du bist, und ihre Lüge besteht gerade in der wiederholenden Bestätigung und Verfestigung des bloßen Soseins, dessen, wozu der Weltlauf die Menschen gemacht hat. Um so überzeugender kann sie darauf pochen, daß nicht der Mörder, sondern der Ermordete schuldig sei: daß sie nur dem ans Licht verhehle, was ohnehin in den Menschen steckt.

Anstatt dem Unbewußten die Ehre anzutun, es zum Bewußtsein zu erheben und damit zugleich seinen Drang zu erfüllen und seine zerstörende Kraft zu befrieden, reduziert die Kulturindustrie, an ihrer Spitze das Fernsehen, die Menschen mehr noch auf unbewußte Verhaltensweisen, als die Bedingungen einer Existenz zuwege bringen, die den mit Leiden bedroht, der sie durchschaut, und dem Belohnungen verspricht, der sie vergötzt. Das Starre wird nicht aufgelöst, sondern verhärtet. Die Vokabeln der Bilderschrift sind Stereotypen. Sie werden verteidigt mit technologischen Notwendigkeiten wie der, erschreckliche Mengen von Material in kürzester Zeit herzustellen, oder in den meist nur viertel- oder halbständigen Sketches Nam' und Art der dramatischen Personen den Zuschauern ohne Säumen drastisch kundzutun. Der Kritik daran wird entgegenget, mit Stereotypen habe die Kunst von je operiert. Aber der Unterschied zwischen abgefeimt-psychologischen

kalkulierten Schnittmustern und unbeholfen ungeschickten; zwischen solchen, die die Menschen nach der Massenproduktion modeln wollen und solchen, die aus dem Geist der Allegorie objektive Wesenheiten noch einmal beschworen, ist radikal. Vor allem waren hochstilisierte Typen wie die der *Commedia dell'arte* dem alltäglichen Dasein des Publikums so entrückt, daß niemand darauf verfallen konnte, seine eigene Erfahrung nach den maskenhaften Clowns einzurichten. Die Stereotypen des Fernsehens dagegen gleichen äußerlich, bis auf Tonfall und Dialekt, Hinz und Kunz, während sie doch Parolen wie die, daß alle Ausländer verdächtig sind oder daß der Erfolg das Höchste sei, was man vom Leben zu erwarten habe, nicht nur propagieren, sondern durchs bloße Gehabe ihrer Helden als gottgewollt und ein für alle Mal etabliert ausgeben, ehe nur die Moral gezogen wird, die zuweilen sogar das Umgekehrte besagt. Daß Kunst es mit dem Protest des von der Zivilisation verschandelten Unbewußten zu tun habe, darf nicht als Ausrede für den Mißbrauch des Unbewußten zugunsten noch gründlicherer zivilisatorischer Verschandelung dienen. Will Kunst dem Unbewußten und Vorindividuellen sein Recht widerfahren lassen, so bedarf es dazu der äußersten Anstrengung des Bewußtseins und der Individuierung; wird diese Anstrengung nicht geleistet und statt dessen dem Unbewußten willfahrt, indem man es mechanisch reproduziert, so entartet das Unbewußte zur bloßen Ideologie für bewußte Ziele, wie dumm auch diese am Ende sich erweisen mögen. Daß in einer Phase, in der die ästhetische Differenzierung und Individuierung mit so befreiender Kraft gesteigert ward wie im Romanwerk von Proust, solche Individuierung zugunsten eines fetischierten, zum Selbstzweck erhobenen Kollektivismus und zum Frommen von ein paar Nutznießern widerrufen wird, sanktioniert die Barbarei. Seit vierzig Jahren finden sich intellektuelle genug, die aus Masochismus oder mate-

riellem Interesse oder beidem zu deren Herolden sich hergeben. Ihnen ist zu bedeuten, daß das gesellschaftlich Wirksame und das gesellschaftlich Richtige nicht zusammenfallen, und daß heute das eine nichts ist als das Gegenteil des anderen. »Unser Anteil an öffentlichen Angelegenheiten ist meist nur Philisterei« – der Satz Goethes aus Makariens Archiv gilt auch für jene öffentlichen Dienste, welche die Institutionen der Kulturindustrie zu leisten behaupten.

Was aus dem Fernsehen werden mag, läßt sich nicht prophezeien; was es heute ist, hängt nicht an der Erfindung, nicht einmal an den besonderen Formen ihrer kommerziellen Verwertung sondern am Ganzen, in welches das Mirakel eingespant ist. Die Phrase von der Erfüllung von Märchenphantasien durch die moderne Technik hört erst auf, eine zu sein, wenn man ihr die Märchenweisheit hinzufügt, daß die Erfüllung der Wünsche selten den Wünschenden zum Guten anschlägt. Richtig wünschen ist die schwerste Kunst von allen, und sie wird uns seit der Kindheit abgewöhnt. Wie der Ehemann, dem die Fee drei Wünsche gestattet, seinem Weib eine Bratwurst an die Nase und wieder fortaubert, so erblickt der, dem der Genius der Naturbeherrschung gewährt, das Ferne zu sehen, einzig das Gewohnte, bereichert um die Lüge, es wäre verschieden, die es aufspreizt zum falschen Sinn seines Daseins. Sein Traum von der Allmacht wird wahr als vollendete Ohnmacht. Bis heute realisieren die Utopien sich bloß, um den Menschen die Utopie auszutreiben und um sie aufs Bestehende und aufs Verhängnis desto gründlicher zu vereidigen. Damit Fernsehen das Versprechen hält, das in dem Wort immer noch mitschwingt, muß es von all dem sich emanzipieren, womit es, verwegenste Wunscherfüllung, deren eigenes Prinzip widerruft und die Idee des Großen Glücks verrät ans Warenhaus fürs kleine.