

Jan Walter

## Barbara Link: Design der Bilder. Entwicklung des deutschen Fernsehdesigns: Vom Design über das Image zur Identity

2009

<https://doi.org/10.17192/ep2009.1.511>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Walter, Jan: Barbara Link: Design der Bilder. Entwicklung des deutschen Fernsehdesigns: Vom Design über das Image zur Identity. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 26 (2009), Nr. 1, S. 70–71. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2009.1.511>.

### 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.

### **Barbara Link: Design der Bilder. Entwicklung des deutschen Fernsehdesigns: Vom Design über das Image zur Identity**

Köln: Halem 2008, 482 S., ISBN 978-3-938258-62-0, € 32,-  
(Zugl. Dissertation am Fachbereich I der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf Potsdam-Babelsberg)

Der Wandel des Mediums Fernsehen in Deutschland ist vor dem Hintergrund des Modernisierungsprozesses ein hoch aktuelles Thema der Medienwissenschaft, den schon einige Forscher in der Vergangenheit eingehend untersucht haben, wie Knut Hickethiers *Geschichte des deutschen Fernsehens* (Stuttgart 1998) oder die zahlreichen Publikationen aus dem DFG-Projekt *Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien in Deutschland* belegen. Dessen Aspekte auf Mikroebene fanden allerdings bislang eher selten wissenschaftliche Beachtung. Da hätte Links Dissertationsschrift eine große Lücke ausfüllen können, was ihr leider nicht wirklich gelungen ist. So versucht sie den Wandel des Mediums Fernsehen in Relation mit dem gestiegenen Konkurrenzdruck der Sender untereinander zu setzen, indem sie das „Fernsehdesign[...]“ (S.136) auf Detailebene untersuchen will. Dies beinhaltet Trailer, Logos u.v.m., die als wesentliche Elemente sender-spezifischer Selbstpräsentationen verstanden werden. Dementsprechend stehen sowohl Fragen in Bezug auf die Richtung und Ursachen der Entwicklung als auch die Funktionen dieses Designs im Zentrum. (vgl. S.9ff.)

Leider beschränkt sich Links Untersuchung auf nur wenige Aspekte des Mediums und daher bleibt der erhoffte allgemeine Erkenntnisgewinn für die Fernsehforschung aus, was mehrere Gründe hat. So mangelt es der Arbeit an konkreter theoretischer Verortung und Fundierung; es werden zwar gegenwärtige Referenzen der Fernsehforschung erwähnt, aber deren Erkenntnisse fließen nur marginal in die Dissertation ein, als Fundament, auf dem Links Ansatz aufbauen könnte, finden sie keine Verwendung. Daher gestaltet sich auch die Aufarbeitung der Geschichte des (Fernseh-) Designs als problematisch, anhand derer sie signifikante Entwicklungen von den 50ern bis heute nachzeichnen möchte. (vgl. S.17ff.) Hier fehlt es an Stringenz und Konsequenz, wenn Link in ihrem Vorgehen zwar Entwicklungsfaktoren (Technik, Ökonomie etc.) benennt, diese aber oft nur selektiv untersucht bzw. unterschiedliche Medien heranzieht, um den Wandel des Designs darzulegen – hier hätte man konkrete Faktoren wählen und beim Fernsehen bleiben müssen. Darüber hinaus ist dieser Teil stark deskriptiv gehalten – eigene Schlüsse für die eigene Forschung zieht Link aus der Geschichte des (Fernseh-)Designs nicht. Bei der Empirie und Analyse wird dieser Stil unglücklicherweise fortgesetzt. Zwar kann die Autorin direkte Verbindungen zwischen technischen Neuentwicklungen und veränderter Visualität des Mediums nachweisen – doch im Anschluss daran erschöpft sich ihre Leistung darin, auf fast 250 Seiten wieder nahezu ausschließlich deskriptiv lediglich die *Optik* von Trailern, Werbetrennern, Logos etc. verschiedenster Sender, Formate und Serien en detail zu beschreiben – es werden hier

nicht nur der *audiovisuelle* Charakter, sondern auch die für das Medium typischen Elemente wie die Bild-Ton-Verknüpfung oder *Mise-en-scène* weitgehend ignoriert (vgl. S.125ff.). Zwar beinhaltet dieser Abschnitt auch Schnittrhythmusdiagramme und Einstellungsprotokolle, doch auch diese bewegen sich größtenteils auf deskriptiver Ebene, allein die Farbgebung wird auf mögliche Wirkungsweisen hin interpretiert. Vergleiche zwischen den Sendern, Formaten und Serien finden zwar statt, letztendlich knüpft das wissenschaftliche Resümee – visueller Exzess und Stil als zunehmend wichtiger werdendes Abgrenzungsmerkmal der Sender (vgl. S.427ff.) – nicht an die bisherigen Erkenntnisse der Fernsehforschung an, wie die Fragestellung erhoffen lässt. Dies liegt aber nicht nur an dem problematischen theoretischen wie analytischen Ansatz, sondern auch an der unglücklichen Wahl des Forschungsgegenstandes: Das Grundproblem der Dissertation besteht darin, Formen, Geschichte und Wandel des Grafikdesigns innerhalb eines Mediums beschreiben zu wollen, aber dabei dessen sinnliche Vielschichtigkeit auszublenden – eine Herangehensweise, die zur Erfassung des Mediums Fernsehen denkbar ungeeignet ist.

Jan Walter (Marburg)