

Marcel Lemmes

# Visuelle Desinformation

Digitale Bilder zwischen Populismus  
und Manipulation

HERBERT VON HALEM VERLAG

Als Dissertation eingereicht und angenommen im Mai des Jahres 2025 bei der  
Eberhard Karls Universität Tübingen, Philosophische Fakultät.

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte  
bibliografische Daten sind im Internet über  
<https://dnb.de> abrufbar.

Marcel Lemmes

*Visuelle Desinformation.*

*Digitale Bilder zwischen Populismus und Manipulation*

Köln: Halem, 2025

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung  
sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner  
Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche  
Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer  
Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt  
oder verbreitet werden.

© 2025 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-741-0

ISBN (PDF): 978-3-86962-742-7

Herbert von Halem Verlagsges. mbH & Co. KG

Boisseréeestr. 9-11, 50674 Köln

<https://www.halem-verlag.de>

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag

LEKTORAT: Rabea Wolf

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

# Inhalt

1.	EINLEITUNG – DAS JAHRHUNDERT DES POPULISMUS?	11
2.	DIGITALITÄT	18
2.1	Digitalisierung als Meta-Kontext	19
2.2	Von <i>imagined communities</i> ...	24
2.3	... zu <i>imagined worlds</i> und dem <i>heartland</i>	30
3.	POPULISMUS	38
3.1	Populismus – Kampfbegriff oder Kategorie?	39
3.1.1	<i>Der ideologisierende Ansatz</i>	39
3.1.2	<i>Der politisch-strategische Ansatz</i>	43
3.1.3	<i>Der diskursiv-kommunikative Ansatz</i>	45
3.2	Populistische Kommunikation als politische Kommunikation?	47
3.3	Zwischenfazit: Strategien populistischer Kommunikation	54
4.	DESINFORMATION	57
4.1	Begriffe von Desinformation	58
4.1.1	<i>Desinformation, der Kalte Krieg und (Geo-)Politik</i>	59
4.1.2	<i>Systematisierungsversuche (Don Fallis)</i>	64

4.1.3	<i>Information disorder</i> (Claire Wardle und Hossein Derakhshan)	74
4.1.4	»Aktuelle Desinformation« (Matthias Kohring und Fabian Zimmermann)	81
4.1.5	<i>Der mehrdimensionale Desinformationsbegriff</i>	87
4.1.6	<i>Zusammenfassung und Ausblick: Desinformation als Form manipulativer Kommunikation</i>	95
4.2	<b>Begriffliche Abgrenzung</b>	103
4.2.1	<i>Propaganda</i>	104
4.2.2	<i>Verschwörungstheorien</i>	112
4.2.3	<i>Fake News</i>	118
4.3	<b>Zwischenfazit: Desinformation als populistische Kommunikationsstrategie</b>	123
5.	<b>BILD</b>	131
5.1	<b>Kunstgeschichtliche Hinwendung zum Bild</b>	131
5.1.1	<i>Ikonographie und Ikonologie (Erwin Panofsky)</i>	132
5.1.2	<i>Ikonik (Max Imdahl)</i>	135
5.1.3	<i>Der iconic turn (Gottfried Boehm)</i>	138
5.1.4	<i>Der pictorial turn (W.J. T. Mitchell)</i>	140
5.1.5	<i>Bildanthropologie (Hans Belting)</i>	148
5.1.6	<i>Der Bildakt (Horst Bredekamp)</i>	152
5.2	<b>Zeichentheoretische Grundlagen des Bildes</b>	162
5.2.1	<i>Ikon, Index, Symbol (Charles Sanders Peirce)</i>	169
5.2.2	<i>Denotation und Konnotation (Roland Barthes)</i>	172
5.2.3	<i>Codes und kulturelle Einheiten (Umberto Eco)</i>	176
5.3	<b>Auf dem Weg zu einer integrativen Bildpragmatik</b>	185
5.3.1	<i>Historische Entwicklung einer pragmatischen Bildtheorie</i>	187
5.3.2	<i>Zentrale Prämissen der Bildpragmatik</i>	198
5.3.3	<i>Bildhandlungstheorie (Klaus Sachs-Hombach)</i>	206
5.3.4	<i>Idealtypische Bildhandlungskontexte</i> (Marion Müller, Stephanie Geise und Katharina Lobinger)	220
5.4	<b>Zwischenfazit: Die Bildpragmatik und ihre Kontexte</b>	230

<b>6.</b>	<b>DAS DIGITALE BILD ALS PRAGMATISCHE HERAUSFORDERUNG</b>	<b>236</b>
6.1	Überlegungen zum digitalen Bild	237
6.1.1	Das digitale Bild und sein multimodaler Kontext	249
6.1.2	Überlegungen zu genuin digitalen Bildfunktionen	253
6.2	Digitale Bildformate: Memes, Sharepics und das ›Wahlplakat 2.0‹	255
6.2.1	<i>Memes</i>	256
6.2.2	<i>Spreadability, Virale und Sharepics</i>	266
6.2.3	<i>Das ›Wahlplakat 2.0‹</i>	272
6.3	Zwischenfazit: Die digitalen Kontexte populistischer desinformierender Bilder	275
<b>7.</b>	<b>POPULISTISCHE BILDER UND VISUELLE DESINFORMATION</b>	<b>279</b>
7.1	Das populistische Bild	280
7.1.1	<i>Vorüberlegungen und Problematisierung</i>	281
7.1.2	<i>Funktionale Bestimmung des populistischen Bildes</i>	288
7.1.3	<i>Das populistische Bild: eine Definition</i>	297
7.2	Visuelle Desinformation	300
7.3	Desinformation in populistischen Bildern	315
<b>8.</b>	<b>FAZIT UND AUSBLICK: DIE WIRKLICHKEIT DESINFORMIERENDER POPULISTISCHER BILDER</b>	<b>331</b>
	Literatur	341