

# Bilder in Bewegung und mit Bildern bewegen:

## Gender, Macht & Mobilität

Gemeinsame Tagung der DGPuK Fachgruppen Medien, Öffentlichkeit,  
Geschlecht und Visuelle Kommunikation

19. - 21. November 2025, Universität Tübingen

Vom Babyphone zum Livestream, von Migrant:innen, die Grenzen überschreiten, bis hin zu digitalen Navigationssystemen in unseren Taschen; von Black-Lives-Matter-Demonstrationen bis zu COVID-Tracking-Apps und von *Woman, Life, Freedom* bis zu Influencer:innen, die durch Social Media ihre Reisen inszenieren – diese Beispiele zeigen, wie Menschen mit und durch “ihre” Medien in Bewegung kommen und bewegt werden.

Doch wer oder was ist eigentlich mobil? Wie werden Menschen in Bewegung durch mobile, vernetzte Medientechnologien sichtbar, und wer oder was bleibt unsichtbar? Welche Rolle spielen dabei Geschlechter- und Machtverhältnisse? Wie formen sich Mobilitäten und Visualitäten wechselseitig? Inwiefern prägen verschiedene soziale Kategorien und Ungleichheiten aus einer intersektionalen Perspektive Regimes von Mobilität und Sichtbarkeit? Zudem soll die Diskussion methodologischer Herausforderungen Raum bekommen: Wie kann mobile Mediennutzung analysiert werden, wenn sowohl Menschen als auch Medien konstant in Bewegung sind? Wie können Forschungsmethoden flexibilisiert werden, um die Ephemeralität visueller Inhalte und die Prozesshaftigkeit medialer Praktiken adäquat zu erfassen? Diese Tagung lädt dazu ein, sich aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive sowohl theoretisch als auch method(olog)isch mit dem Thema der Mobilität auseinanderzusetzen.

Mobile, vernetzte Medientechnologien verändern, wie Absenz und Präsenz ausgehandelt werden. Unterschiedliche räumliche Reichweiten und mediale (Multi-)Modalitäten gestalten kommunikative Handlungsspielräume. Medieninhalte zirkulieren plattform- und technologieübergreifend – sei es durch geteilte Bilder, Streaming im öffentlichen Raum oder flüchtige Social-Media-Inhalte. Damit verbunden sind Fragen nach Normen und Praktiken: Welche Inhalte gelten als angemessen in (teil-)öffentlichen Räumen? Wie verändert mobile Mediennutzung visuelle und multimodale Kommunikation und damit verbundene Seh- und Hörgewohnheiten? Welche Medien werden in welchen Kontexten wie verwendet, und wie reproduzieren sich dabei Geschlechterverhältnisse? Feministische und queere Kritiken hinterfragen insbesondere (Un)Sichtbarkeiten, (Im)Mobilitäten und Machtstrukturen in medialen Praktiken, Diskursen und Infrastrukturen. Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit bzw. Mobilität und Immobilität sind dabei nicht nur kulturell und diskursiv reguliert, sondern auch technisch geformt - durch Plattformarchitekturen, Algorithmen und die Speicherung digitaler Spuren. (Geo-)Datenökonomien basieren auf der Erfassung, Verwertung und Zirkulation digitaler Daten, wobei ungleiche Machtverhältnisse deren Fluss bestimmen. Algorithmen steuern Sichtbarkeiten, priorisieren Inhalte und verstärken soziale Hierarchien. Gleichzeitig ermöglichen transnationale Datenströme umfassende Überwachung, die Bewegungsfreiheit und Privatsphäre beeinflussen. Wir freuen uns über Einreichungen, die zu einer kritischen Neubetrachtung des Zusammenspiels von Mobilität und Sichtbarkeit mit besonderem Fokus

auf Geschlecht und Visualität beitragen. Sowohl theoretische, quantitative, qualitative als auch Computational- und Mixed-Methods-Beiträge sind willkommen, zum Beispiel zu Medienwirkungen, Diskursen, Ikonografien, Narrativen, Bildtypen, Infrastrukturen und Datenökonomien. Die folgenden Themenbereiche und Beispiele dienen zur Inspiration für mögliche Einreichungen.

## Care & Control

Wie schaffen Medien gemeinsame Räume, stellen Nähe her, zeigen Fürsorge oder üben Kontrolle und Überwachung aus? Unsere alltäglichen sozialen Interaktionen sowie Medien- und Kommunikationspraktiken (z. B. in Paarbeziehungen oder in mediatisierter Care-Arbeit) sind geprägt von visueller Kommunikation und visuellen Medieninhalten, die plattform- und technologieübergreifend innerhalb von Sichtbarkeitsökonomien zirkulieren. Diese Inhalte sind oft geschlechtlich codiert und mit der Aushandlung sozialer Normen verbunden. Nähe und Fürsorge können dabei in Kontrolle und Überwachung umschlagen, die zwar häufig als Schutz verstanden werden (z. B. Babyphone), aber auch Risiken wie digitale Ungleichheiten, Stalking oder geschlechtsspezifische Gewalt bergen, fördern und hervorbringen können.

## Placemaking und hybride Räume

Digitale Medien als Schnittstelle zwischen digitalen und physischen Erfahrungen und Komponenten erweitern Raumwahrnehmungs- und Aneignungspraktiken (Space- und Placemaking). Wie nehmen Menschen (städtische) Räume durch digitale Medien unterschiedlich wahr, und wie gestalten sie diese gemäß medialer Möglichkeiten und individueller Bedürfnisse? Wie verändern sich räumliche Orientierung und Mobilität durch digitale Karten und immersive AR-Navigation? Wie beeinflussen digitale Plattformen die Bedeutung und Relevanz von Orten, z. B. im Kontext des Tourismus? Digitale Medien mit räumlichem Bezug – wie Twitch, E-Sports, Pokémon GO und Geocaching – können zudem Zugehörigkeiten und Raumidentitäten prägen. Welche Akteur:innen bewegen sich wie in On- und Offline-Räumen, welchen Zugang haben sie, und welche Unterschiede – insbesondere in der visuellen Repräsentation und im Hinblick auf Gender – entstehen?

## Mobilisierung, Aktivismus und Affekt

Wie mobilisieren, aktivieren, erschüttern, verhärten und beschleunigen mediale Technologien und Plattformen gesellschaftspolitische und ideologische Kommunikation? Aktivist:innen, Autokrat:innen und demokratisch gewählte Akteur:innen nutzen Medien- und Kommunikationstechnologien intensiv, um Menschen in Bewegung zu bringen – sei es zu Demonstrationen auf die Straßen, zu Wahlen oder zur Partizipation an politischen Diskursen, sowohl online als auch offline. Formen der politischen Partizipation auf Social Media sind primär visuell, oft niedrigschwellig und emotionalisierend – etwa Kritik und Satire in Form von Memes oder Beiträge zu viralen Hashtags. Gerade im Kontext aktueller politischer Debatten sind hier reaktionäre Tendenzen und eine Verfestigung heteronormativer Geschlechterbilder zu beobachten (#tradwives). Gleichzeitig ermöglichen Medien die Vergemeinschaftung von Minderheiten sowie die Etablierung von Protestbewegungen und Gegenöffentlichkeiten.

## Migration, Grenzen und Ungleichheiten

Auch Migration wird in politischen, wirtschaftlichen und ökologischen Kontexten visuell konstruiert und verhandelt: Welche Überwachungstechnologien kommen bei der Kontrolle von Fluchtbewegungen zum Einsatz (z. B. Face-Scan)? Welche neuen Ungleichheiten

entstehen durch Smart Borders? Wie werden mobile Medien als Mittel des Widerstands gegen Grenzregimes genutzt? Wie werden Arbeitsmigrant:innen in der visuellen Kommunikation dargestellt, und inwiefern spiegeln diese Darstellungen geschlechtsspezifische Stereotype und Machtverhältnisse wider?

## Immobilität und Medien – Media That Does Not Move

Wo wird Mobilität im Zusammenhang mit Medien verhindert, und wo ist Immobilität erwünscht? Nicht alles ist im Fluss und verändert sich rasch. Auch visuelle Medien- und Kommunikationstechnologien können in bestimmten Kontexten immobil werden. Dies zeigt sich beispielsweise bei analogen Fotos: Obwohl heutige Medieninnovationen es ermöglichen, jederzeit und überall Bilder aufzunehmen und mitzuführen, bleibt analoges Fotohandwerk (z. B. in Form von Fotobüchern) bedeutsam. Analoge Bilder gewinnen mit der Zeit oft an Wert und werden zu besonderen visuellen Erinnerungstücken. Doch nicht nur mediale Inhalte können statisch bleiben – auch Nutzungspraktiken und Zugänge zu Medien sind ungleich verteilt. Während ältere Zielgruppen oft an traditionellen Medienformaten festhalten, bleibt der Zugang zu mobilen und digitalen Medien für viele Menschen eingeschränkt. Digitale Divides prägen somit das Spannungsfeld zwischen mobilen und immobilen Medien: Wer kann sich in vernetzten Medienumgebungen flexibel bewegen, und für wen bleiben bestimmte Technologien unerreichbar oder ungenutzt? Diese Fragen rücken die Persistenz bestehender Medienpraktiken und strukturelle Ungleichheiten in den Fokus.

## Hinweise zur Einreichung

Einreichungen in den folgenden Formaten sind willkommen:

- 1.) Einzelvortrag (15 min)
- 2.) Panel (90 min mit 4 bis max. 5 Vorträgen zum gleichen Oberthema, das aus unterschiedlichen Perspektiven diskutiert wird)
- 3.) Interaktives Format: Bei Interesse kontaktieren Sie bitte die Organisator:innen

## Vorgehen zur Einreichung

Einzelvorträge sollten als Extended Abstract mit einem Umfang von maximal 800 Wörtern verfasst werden, wobei das Literaturverzeichnis und Anhänge (z. B. Abbildungen, Tabellen) nicht mitgerechnet werden. Beiträge bitte einheitlich auf Deutsch oder auf Englisch, einreichen. Für Panels bitte eine Panelbeschreibung mit maximal 600 Wörtern einreichen, sowie für die einzelnen Beiträge innerhalb des Panels je ein Abstract mit maximal 300 Wörtern, jeweils exklusive Literaturverzeichnis und Anhänge (z. B. Abbildungen, Tabellen). Die Sprache des Panels sollte einheitlich deutsch oder englisch sein. Bitte laden Sie den anonymisierten Abstract/die anonymisierte Paneleinreichung und das gesonderte Deckblatt als pdf bis zum 30. Juni hoch. Die Förderung von Wissenschaftler:innen in frühen Karrierephasen ist beiden Fachgruppen ein zentrales Anliegen, weshalb wir Forschende in dieser Karrierephase ausdrücklich ermutigen, ihre Beiträge einzureichen!

## Reviewprozess

Alle eingereichten Beiträge durchlaufen ein anonymisiertes Review-Verfahren. Daher ist es essentiell, dass sämtliche Beiträge in anonymisierter Form eingereicht werden. Die Abstracts sollten neben einer Inhaltsangabe des Vortrags auch den Bezug zum Tagungsthema sowie die Relevanz und Originalität der Fragestellung deutlich machen. Folgende Kriterien dienen auch den Reviewer:innen als Grundlage für die Begutachtung: (1) Beitrag zum Tagungsthema, (2)

Plausibilität der theoretischen Fundierung, (3) Angemessenheit der Vorgehensweise (und der Methodik), (4) Klarheit und Prägnanz der Darstellung, (5) Beitrag zum Forschungsfeld (Relevanz & Originalität/Innovation).

## Workshop für Early-Career-Researchers

Im Rahmen der Tagung wird es Workshop-Angebote für Wissenschaftler:innen in frühen Karrierephasen geben. Diese richten sich an Doktorand:innen und Masterstudierende, deren Projekte Fragen zu Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht und/oder visueller Kommunikation berühren und die ihre Arbeiten mit Expert:innen diskutieren möchten. Die Teilnahme steht ausdrücklich allen Doktorand:innen und Masterstudierenden offen, unabhängig von der Mitgliedschaft in den Fachgruppen. Eine inhaltliche Anbindung an das Tagungsthema ist nicht erforderlich. Der Call for Papers für den Workshop wird gesondert veröffentlicht. Die Organisation des Workshops übernehmen die Pre-Doc-Sprecher:innen der beiden Fachgruppen.

**Für die FG Visuelle Kommunikation:** Lisa Plumeier, [lisa.plumeier@filmuniversitaet.de](mailto:lisa.plumeier@filmuniversitaet.de),  
Friederike Jage-D'Aprile, [f.jage-daprile@filmuniversitaet.de](mailto:f.jage-daprile@filmuniversitaet.de)

**Für die FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht:** Victoria Kratel,  
[Victoria.Kratel@kristiania.no](mailto:Victoria.Kratel@kristiania.no), Miriam Siemon, [miriam.siemon@fu-berlin.de](mailto:miriam.siemon@fu-berlin.de)

## Tagungsdaten

Die Tagung findet am Institut für Medienwissenschaft (Lehrstuhl für Digitalisierung und gesellschaftliche Verantwortung; Prof. Dr. Martina Thiele), der Universität Tübingen statt. Die Veranstaltung beginnt am 19. November 2025 mit einem Get-together, das Gelegenheit zum ersten Austausch bietet. Die Tagung selbst erstreckt sich über zwei Tage und endet am 21. November 2025 am frühen Nachmittag. Weitere Informationen zu Unterkünften sowie organisatorische Details werden rechtzeitig auf der offiziellen [Tagungswebsite](#) veröffentlicht.

Wir freuen uns auf Ihre Einreichung!

## Lokales Organisationsteam

Dr. Helena Atteneder, Prof. Dr. Martina Thiele, Julia Fischer

### Für die FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht

Dr. Helena Atteneder, Universität Tübingen, Deutschland,  
[helena.atteneder@uni-tuebingen.de](mailto:helena.atteneder@uni-tuebingen.de),

Dr. Yener Bayramoglu, University of York, UK, [yener.bayramoglu@york.ac.uk](mailto:yener.bayramoglu@york.ac.uk)

### Für die FG Visuelle Kommunikation

Dr. Seraina Tarnutzer, Universität Freiburg/Université de Fribourg, Schweiz,  
[seraina.tarnutzer@unifr.ch](mailto:seraina.tarnutzer@unifr.ch),

Dr. Maria Schreiber, Universität Salzburg, Österreich, [maria.schreiber@plus.ac.at](mailto:maria.schreiber@plus.ac.at)