

Publikations- und Vortragsverzeichnis

Dr. Florian Diener

Publikationen

Diener, F., Gerner, V. & Kätzel, C. (2024). Die Corona-Pandemie als Game Changer der (Online-)Lehre. Ein Erfahrungsbericht aus der Hochschule Ansbach. In A. Schneider & C. Scholz (Hrsg.), *Digitale Transformation in der Bildung – Digital Change Summit 2022*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Diener, F. (2023). Wann ist ein Mann ein Mann? Eine kleine Kulturgeschichte maskuliner Körperdarstellungen im Spiegel der Medien. In B. Richter, Museum für Gestaltung Zürich (Hrsg.), *Talking Bodies – Image, Power, Impact* (S. 35-48). Lars Müller Publishers.

Diener, F. (2023). Dynamiken stereotyper Altersbilder in der Werbung zwischen 2000 und 2020: Von Best Agern, Hochaltrigkeit und dem double standard of aging. Ergebnisse einer quantitativen Bildinhaltsanalyse. *Medien & Altern*, 23 (2), S. 70-84.

Diener, F. (2023). *Stereotype Darstellungen von Alter und Geschlecht in der Werbung. Eine quantitative Bildinhaltsanalyse ausgewählter Zeitschriftenanzeigen der Jahre 2000 und 2020*. Dissertation. Erlangen: FAU University Press.

Diener, F. (2022). Tabuisierung des Prekären? Eine qualitative Untersuchung über Intersektionen von niedrigem Einkommen, Geschlecht und Alter in der Werbung. In K. Lobinger & C. Brantner (Hrsg.), *It's all about video. Visuelle Kommunikation im Bann bewegter Bilder* (S. 109-131). Köln: Herbert von Halem.

Diener, F., Gerner, V. & Kätzel, C. (2022). Gruppenarbeiten mit hohen Teilnehmerzahlen effektiv gestalten: Herausforderungen und Lösungsansätze für die synchrone und asynchrone Online-Lehre. In M. A. Pfannstiel & P. F.-J. Steinhoff (Hrsg.), *E-Learning im digitalen Zeitalter* (S. 703-720). Wiesbaden: Springer Gabler.

Diener, F. (2020). Zwischen Lifestyle und Anti-Aging? Stereotype Darstellungen von Alter(n) und Geschlecht in zeitgenössischen Werbeanzeigen. In U. Ambrosius & P. Gröner (Hrsg.), *Ansbacher Kaleidoskop 2020* (S. 290-307). Düren: Shaker.

Diener, F. (2020). Testosteron im Tiegel? Wie Kosmetiklinien für Männer geschlechternormiertes Schönheitshandeln zementieren. *Der Freitag*. Online-Ausgabe 10/20.

Diener, F. (2018). Maskuline Repräsentationen im Spagat? Eine qualitative Untersuchung über Jugend und Alter(n) maskuliner Repräsentationen im Spannungsfeld der Bier- und Kosmetikwerbung. In E. Grittmann, K. Lobinger, I. Neverla & M. Pater (Hrsg.), *Körperbilder – Körperpraktiken. Visuelle Repräsentationen, Regulationen und Aneignungen vergeschlechtlichter Körper und Identitäten in Medienkulturen* (S. 158-182). Köln: Herbert von Halem.

Diener, F. (2016). Praxeologie und Performativität: (De-)Konstruktionsprozesse und (Re-)Präsentation maskuliner Körperidentitäten im Spannungsfeld zwischen Bier- und Kosmetikwerbung.“ *Deutschlandradio Wissen* Podcast, 27.11.2016, <http://dradiowissen.de/beitrag/vorbildliche-koerper-biertrinkende-maenner-und-dicke-frauen>

Diener, F. (2016). Körperkulturen. Selbstfindung zwischen Bodyshaver und Q10. *Der Freitag*. Online-Ausgabe 10/16

Diener, F. (2016): Die neuen Eltern aus den Hochglanzmagazinen. *Der Freitag*. Online-Ausgabe 06/16

Diener, F. (2015). Der Mann im Wandel: Konstruktion und Repräsentation stereotyper Männlichkeitsdarstellungen in der Werbung seit 1850. In B. Hipfl & A. Pechriggl (Hrsg.), *Book of Abstracts: Kritik der Repräsentation. Geschlechterimaginäres im Wandel visueller Kulturen*. 3. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Geschlechterforschung (S. 19-20). Universität Klagenfurt.

Vorträge

11/25 „#OldButGold – Mediale Repräsentationen höheren Alters zwischen Instagram und Intensivstation.“ Öffentlicher Vortrag im Rahmen der Reihe *Rothenburger Diskurse am Campus*.

10/25 „Zwischen romantischer Empfindsamkeit und militärischer Härte: Männlichkeiten in Kunst und Medien des 19. Jahrhunderts.“ Öffentlicher Vortrag im Rahmen der Reihe *Kunst sehen und Verstehen* im Rothenburg Museum.

06/23 „Rich wrinkled businessmen and unwrinkled housewives? A study on current developments of the double standard of aging in contemporary advertisement“ Vortrag in der *Gender and Communication Section* Jahrestagung der IAMCR.

05/23 „Von Granfluencern, Granufink und dem Double Standard of Aging. Stereotype Altersbilder in der Werbung: Einblicke in die aktuelle Forschung. Öffentlicher Vortrag zum *Diversity Day an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach*.

06/21 „Die Erfindung der Männlichkeit. Eine kleine Kulturgeschichte im Spiegel der Werbung“ Öffentlicher Vortrag in der Reihe Campus Talks der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach.

11/19 „Zwischen Tabuisierung und „Gönn‘ ich mir“-Kultur – stereotype Darstellungen von unteren Einkommensschichten, Geschlecht und Alter in Werbevideos für Kreditprodukte. Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“ der DGPK mit dem Titel „It’s all about video. Visuelle Kommunikation im Bann bewegter Bilder an der Universität Basel, Schweiz.

11/17 „Aging Bodies in Motion: Dekonstruktion alter(nder) Körper durch die Generation der ‘jungen Alten’ in den zeitgenössischen Bildkulturen“. Vortrag auf der Jahrestagung mit dem Thema „Bodies in Motion“ der Kulturwissenschaftlichen Gesellschaft an der Universität Gent, Belgien.

09/16 „Praxeologie und Performativität: (De-)Konstruktionsprozesse und (Re-)Präsentation maskuliner Körperidentitäten im Spannungsfeld zwischen Bier- und Kosmetikwerbung.“ Jahrestagung „Körperbilder – Körperpraktiken. Visuelle Repräsentationen, Regulationen und Aneignungen vergeschlechtlichter Körper und Identitäten in Medienkulturen“ der DGPK-Fachgruppen Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht und Visuelle Kommunikation in Hamburg.

09/15 „Der Mann im Wandel: Konstruktion und Repräsentation stereotyper Männlichkeitsdarstellungen in der Werbung seit 1850.“ 3. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Geschlechterforschung in Klagenfurt zum Thema: „Kritik der Repräsentation. Geschlechterimaginäres im Wandel visueller Kulturen.“