



„Mach was aus Dir!“

Selbstinszenierung und Selbstoptimierung bei Jugendlichen – Freiheit oder Zwang?

von Nora Gaupp und Christian Lüders

Optimierung in allen Lebensbereichen, Flexibilität sowie Markt- und Wettbewerbsorientierung bilden den Hintergrund, auf dem sich die Identitätsentwicklung von Jugendlichen in unserer Gesellschaft vollzieht. Der folgende Beitrag umreißt mediale Selbstdarstellung, Körper- und Genderinszenierungen und die „optimale“ Gestaltung von Bildungsverläufen als Handlungsfelder, in denen Jugendliche die Spielräume zwischen Authentizität und sozialem Marktwert aushandeln.

Zu den schon seit etlichen Jahren vertrauten und immer wieder auftauchenden Topoi der Kulturkritik gehört die Befassung mit den verschiedenen Phänomenen der Selbstinszenierung und Selbstoptimierung. Besonders beliebt sind dabei Castingshows, weil in ihnen gleichsam symbolhaft verdichtet alles zusammenkommt, was die Reflexion der Kulturkritik auslöst: Schon längst fragwürdige Genderstereotypen, Verdinglichung und Vermarktung des Körpers sowie der permanente Wettbewerb und der Druck, sich zu steigern. Die entsprechenden medialen Angebote „stellen Mode-, Bewegungs-, Gesten- und Sprachrepertoires bereit, die von Jugendlichen beobachtet und im Rahmen ihrer Selbstdarstellung im Alltag spielerisch erprobt oder auch übernommen werden können. Sie liefern dabei Orientierung, die auf die offene Suchbewegung in der

Auseinandersetzung mit der Geschlechtsidentität, mit Sexualität, Partnerschaft und Beruf auftreffen. Die Medienangebote vermitteln Identitätspartikel, aber auch umfassende Wahrnehmungs- und Denkweisen, Körperästhetiken, Modelle der Selbstdarstellung und Gefühlswelten, die normative Qualität haben“ (Stach 2013, S. 117). Vermengen sich Kulturkritik und pädagogische Reflexion, keimt schnell die Sorge auf, dass sowohl medial wie auch lebensweltlich derartige Shows die falschen sozialisatorischen Impulse und Orientierungen setzen könnten.

Es sind jedoch nicht nur die Castingshows, die offenbar Anlass zur pädagogischen Sorge bereiten. Nicht wenigen aus der pädagogischen Praxis erscheint schon länger der ausgeprägte Drang zur Selbstinszenierung und Selbstoptimierung vieler junger Menschen über-

zogen. Zwar wissen sie, dass das Erproben von Identitäten und das damit verbundene Experimentieren mit unterschiedlichen Varianten der Selbstdarstellung zu den typischen Entwicklungsaufgaben des Jugendalters gehören (vgl. Göppel 2005, S. 218ff.). Doch vieles von dem, was vor allem in den sozialen Netzwerken (vgl. Leistert/Röhle 2011) geschieht und was junge Menschen bereit sind, ihrem eigenen Körper zuzumuten (wie etwa intensives Sporttreiben oder Formen des restricted eating), um wie auch immer gearteten Idealen zu entsprechen, erscheint häufig übertrieben, nicht selten nahezu zwanghaft und wird spätestens angesichts manifester belastender Konsequenzen und krankhafter Varianten – z. B. in Form von Essstörungen – Ausgangspunkt für pädagogisches und therapeutisches Handeln.

Der Blick auf junge Menschen und die Risiken, die mit den diversen Praktiken der Selbstinszenierung und Selbstoptimierung bei jungen Menschen verbunden sind, übersieht allerdings allzu häufig, dass es sich dabei um kein jugendtypisches Phänomen handelt. In einer ganzen Reihe von Arbeiten wurde – wenn auch mit erkennbar unterschiedlichen Akzentsetzungen im Detail – wiederholt darauf aufmerksam gemacht, dass wir es gegenwärtig mit neuen Formen der Subjektivierung und Vergesellschaftung zu tun haben. Bröckling (2007) hat mit seiner Figur des „unternehmerischen Selbst“ diese neuen Formen der Subjektivierung auf den Begriff gebracht und gezeigt, wie tief das damit verbundene Denken und Handeln in allen gesellschaftlichen Bereichen verankert ist. „Der Appell, zum Unternehmer bzw. zur Unternehmerin des eigenen Lebens zu werden, ergeht nicht im Namen einer zentralen Autorität, sondern ist eingelassen in vielfältige Programme des Regierens und Sich-selbst-Regierens. Er findet sich in veränderten Formen der Betriebsorganisation (Stichwort: Intrapreneurship) ebenso wie in „neuen Steuerungsmodellen“ der öffentlichen Verwaltung (Stichwort: Bürger als Kunde), in zeitgenössischen politischen Leitbildern (Stichwort: aktivierender Staat) wie in den Curricula von Schulen und Universitäten (Stichwort: Knowledge-Unternehmer), in Fördermaßnahmen für Arbeitssuchende (Stichwort: lebenslanges Lernen), „humanistischen“ Psychotechniken (Stichwort: personal growth) oder allgegenwärtigen Evaluationen (Stichwort: Qualitätsverbesserung“ (Bröckling 2002). Für den Bereich der Arbeitswelt korrespondieren die Figur des „Arbeitskraftunternehmers“ von Pongratz und Voß (2003), der betriebliche Ansprüche in einen selbstverantwortlichen, unternehmerischen Umgang mit den persönlichen Arbeitsfähigkeiten übersetzt oder das Bild des „Planungsbüros der eigenen Biografie“

nach Rudd und Evans (1998), wonach junge Menschen ihre berufliche Laufbahn zunehmend eigenständig planen und gestalten müssen. Wearables, die Daten zur Überwachung der eigenen Gesundheit auslesen, sind ebenso aktuelle Beispiele für die Anforderung der Selbstoptimierung wie die vielfältigen Formen von Prävention, die darauf abzielen, (Selbst-)Techniken gegen unerwünschte Entwicklung jeglicher Art einzuüben. Selbstoptimierung, also die Bereitschaft, sich beständig zu verbessern, und die Aufforderung, in allen Lebensbereichen markt- und wettbewerbsgerecht zu handeln und entsprechend flexibel zu sein, sind damit als generelle Imperative der Gegenwart zu lesen. Ehrenberg (2008) hat gezeigt, dass die Befolgung dieses Imperativs mit spezifischen Kosten verbunden ist und sieht z. B. einen engen Zusammenhang mit der wachsenden Zahl von Erschöpfungs- und Depressionsdiagnosen (vgl. auch Neckel/Wagner 2013; Mixa/Pritz/Tumeltshammer/Greco 2016).

Praktiken der Selbstinszenierung und Selbstoptimierung Jugendlicher – ein Blick in empirische Befunde

Im Folgenden wollen wir versuchen, basierend auf empirischen Befunden aus der Jugendforschung, zu eruieren, auf welche „Felder“ sich Anforderungen der Selbstoptimierung beziehen und mit welchen Formen von Selbstinszenierung und -optimierung Jugendliche auf diese reagieren.

Soziale Netzwerke – Selbstdarstellung und Gruppenzugehörigkeit

Als erstes prominentes Feld zeigt sich das der medialen Selbstinszenierung. An der Diagnose der Mediatisierung jugendlicher Lebenswelten im Sinne einer permanenten Durchdringung führt kein Weg mehr vorbei. Digitale Medien stellen für Jugendliche Orte der Identitätsarbeit, Selbstdarstellung und Vernetzung dar (Wagner/Brüggen 2013). Schulz fasst die Funktionen der Selbstdarstellung anschaulich so zusammen: „Jugendliche posten, kommentieren, liken und teilen. Sie inszenieren, kaschieren und optimieren. Sie bewundern, vergleichen, lästern und spotten. Vor allem Facebook, Instagram und WhatsApp gehören zu den Kommunikationsinstrumenten, mit denen sich junge Menschen jederzeit und überall präsentieren. Wer online nicht sichtbar ist, wird nicht wahrgenommen und verpasst alles. Dabei sind Selfies der Maßstab für Sichtbarkeit und Likes die soziale Währung.“ (2015, S. 2).

Laut der aktuellen Bravo Dr.-Sommer-Studie (Bauer Media Group, 2016) postet bereits knapp die Hälfte der 12-jährigen Mädchen Selfies im Netz, bei den 14-Jährigen liegt der Anteil bei drei Vierteln und sinkt bis 16 Jahre auf etwa zwei Drittel. Die Zahlen für Jungen liegen jeweils zwischen zehn und zwanzig Prozentpunkten niedriger. Die Nutzung sozialer Netzwerke insgesamt beginnt nach der BITKOM-Erhebung „Jung und vernetzt“ (2014) mit etwa 10 bis 11 Jahren. Bei den 12- bis 13-Jährigen nutzen sie bereits 42 %, bei den 14- bis 15-Jährigen 65 % und bei den 16- bis 18-Jährigen 85 %. Wiedemann (2011) vergleicht soziale Netzwerke, konkret facebook, mit einem „Assessment Center der alltäglichen Lebensführung“. Sie zeigt hierzu Befunde, die die These stützen, Jugendliche streben danach, auf facebook sich selbst im Sinne eines „selfbranding“ zur Marke zu machen. Facebook legt eine solche Inszenierung z. B. durch die vorgegebenen Kategorien, die bei der Einrichtung eines Profils angeboten bzw. eingefordert werden, auch durchaus nahe. Gleichzeitig finden sich aber auch deutliche empirische Hinweise auf den Wunsch Jugendlicher nach Authentizität (z. B. Schmidt/Paus-Hasebrink/Hasebrink 2011). Die Aussage „es ist mir wichtig mich im Internet so zu zeigen, wie ich wirklich bin“ findet dort starke Zustimmung und lässt sich als Motiv der Ehrlichkeit lesen. Jugendliche erleben damit oft ein Spannungsverhältnis zwischen strategischer Selbstdarstellung und Authentizität. Der Auszug aus einem Zitat eines 16-Jährigen in der Studie von Knoll (2013, S. 28) verdeutlicht diese Widersprüchlichkeit. Zunächst betont er: „Weil, ich meine, im facebook will jeder gut aussehen, und ich meine, mit Ehrlichkeit erreicht man das nicht immer.“ Nur wenige Sätze später formuliert er: „Man sollte sich so verhalten, wie man wirklich ist. Also man sollte nicht irgendwie versuchen, die ganze Zeit den Ansprüchen der Gesellschaft zu entsprechen. Nicht irgendwie sich zu verstellen und sich dann denken, yo, ich bin cool.“ Einen möglichen Ausweg aus diesem Dilemma stellt die Praxis dar, unterschiedliche „Identitäten“ in unterschiedlichen Profilen (z. B. für Eltern, Facebook-Freunde oder „echte“ Freunde...) oder unterschiedlichen Netzwerken zu leben.

Neben der Selbstdarstellung als Moment der individuellen Identitätsarbeit nutzen Jugendliche soziale Netzwerke auch als Ort der Produktion kollektiver Identitäten und Gruppenzugehörigkeiten (Knoll, 2013). Das Social Web eröffnet vielfältige neue soziale Räume, um sich auszutauschen, zu vernetzen, mit Freunden in Kontakt zu bleiben, soziale Beziehungen über Distanzen zu pflegen, Zugehörigkeiten zu (digitalen) Jugendkulturen zu zeigen, Partnerschaften anzubahnen.

Zu der Frage, welche Bedeutung hierbei Momente einer „optimierten“ Darstellung des sozialen Lebens einnehmen, finden sich wiederum widersprüchliche Befunde. In einer Untersuchung von Schmidt/Paus-Hasebrink/Hasebrink (2011) fand die Aussage „Mir ist wichtig zu zeigen, dass ich einen großen Freundeskreis habe“ nur geringe Zustimmung unter den Jugendlichen. Nach außen zu zeigen, dass man viele Freunde hat, ist demgegenüber in der DIVSI U25 Studie (2014) für 43 % der ab 14-Jährigen wichtig und ein Indikator für Beliebtheit (Zustimmung zu der Aussage: „Wer bei einer Online-Community viele Freunde hat, ist auch sonst sehr beliebt“). Die Anzahl an Freundschaften als „Statusindikatoren“ in sozialen Netzen kann damit angesichts der Datenlage nicht eindeutig geklärt werden.

Die Arbeit am „optimalen Körper“

Mit dem Thema Medien bzw. mediale Selbstinszenierung nicht unverbunden ist die Frage, wie Jugendliche ihren Körper wahrnehmen, darstellen und ggfs. manipulieren. Damit ist ein zweites wesentliches „Betätigungsfeld“ von Selbstoptimierung benannt. In vielen Jugendstudien zeigt sich eine relativ hohe Unzufriedenheit Jugendlicher mit ihrem Körper. Laut der Dr.-Sommer-Studie (Bauer Media Group 2016) bewerten Jugendliche ihren Körper insgesamt sehr kritisch, Mädchen mehr als Jungen. So fühlen sich nur rund 50 % der Mädchen in ihrem Körper sehr oder eher wohl, bei den Jungen etwa 60 %. Die Anteile derer, die mit dem eigenen Aussehen sowie dem eigenen Gewicht zufrieden sind, liegen in ganz ähnlichen Bereichen. Passend hierzu ist ein zeitweise schlechtes Gewissen beim Essen weit verbreitet (44 % der Mädchen, 22 % der Jungen). Bei der Mehrheit der Jugendlichen findet sich die Wahrnehmung, dass sich ein schlanker Körper (zumindest potentiell) positiv auf Beliebtheit auswirkt (Mädchen 78 %, Jungen 80 %). Ähnliche Befunde zur (Un)Zufriedenheit mit dem eigenen Körper finden sich auch in der aktuellen Shell-Jugendstudie (Albert/Hurrelmann/Quenzel 2015). Etwas differenzierter und weniger eindeutig erscheinen die Ergebnisse der Studie Jugend.Leben (Maschke, 2013). Dort erleben sich zwar auch 39 % der Jugendlichen als zu dick (Mädchen wiederum häufiger als Jungen), allerdings finden auch 71 % ihren Körper schön und 52 % erleben sich mal schön, mal hässlich.

Fragen danach, wie ein schöner Körper aussieht oder was Attraktivität ausmacht, versuchen Jugendliche immer schon auch medial für sich zu beantworten. Waren dies in den 80er- und 90er-Jahren vor allem Kinofilme (z. B. „Dirty Dancing“), Fernsehsendungen (z. B. Soaps) oder Zeitschriften (z. B. Bravo), so sind

heute v. a. Castingshows an diese Stelle getreten (Schulz 2015). Prototypen wie „Deutschland sucht den Superstar“, „Der Bachelor“ oder „Germanys Next Topmodel“ vermitteln Schönheitsideale und Wege, diese zu erreichen. So werden nicht nur das Körper- und Schönheitsempfinden von jungen Menschen maßgeblich mitgeprägt, sondern auch gleich „Handlungsanweisungen“ mitgeliefert. Auf „Youtube“ finden sich dazu passend unzählige Tutorials mit Schmink- und Stylingtipps (Schulz 2015).

Wie reagieren nun Jugendliche auf solche Optimierungsanforderungen? Die „Arbeit“ an Körper, Attraktivität und Gesundheit läuft über ganz unterschiedliche Wege wie Ernährung, Styling und Kleidung oder Fitness und Sport. Laut der Dr.-Sommer-Studie kontrollieren 50 % der Mädchen ab 15 Jahren regelmäßig ihr Gewicht, jede zehnte Elfjährige hat schon einmal eine Diät gemacht (der Anteil steigt auf 45 % bei den 17-Jährigen) und 4 von 10 Mädchen (sowie 2 von 10 Jungen) würden eine geschenkte Schönheits-OP annehmen. In der Studie Jugend.Leben (2013) antworteten 84 % der Jugendlichen, sie würden darauf achten, körperlich fit zu bleiben. Der Besuch von Fitnessstudios nimmt in den letzten Jahren merklich zu und liegt den Ergebnissen zu Folge bei den 16- bis 18-Jährigen inzwischen bei rund einem

Viertel (26 %). Passend dazu haben Self-Tracker und andere Techniken des „quantified self“ gerade auch bei Jugendlichen Konjunktur. Pulsuhren, Blutdruckmesser, Schrittzähler und andere Wearables können sich dabei als eine in Software übersetzte innere Stimme verstehen lassen, die zumindest das Potenzial dazu besitzt, ein schlechtes Gewissen zum Dauerzustand zu machen. Der Imperativ, ein gesundes Leben zu führen, richtet sich damit nicht mehr nur an Kranke, sondern wie selbstverständlich auch an Gesunde. Auch junge Menschen subjektivieren diesen Anspruch für sich und streben danach, aus Sicht der Gesundheit alles richtig zu machen, sich ausgewogen zu ernähren, ausreichend Sport zu treiben oder auf ungesunde Verhaltensweisen zu verzichten (Stichwort „Healthism“).

„Geschlechterbilder“ – Stereotype versus Vielfalt

Die Frage nach dem Verhältnis von Körper und Geschlecht verdient aus Sicht der Geschlechter- wie der Jugendforschung besondere Berücksichtigung, auch wenn sie hier maximal angerissen werden kann. Viele Erwartungen an „Geschlechterbilder“ sind medial transportiert und eine eindeutige (und sozial erwartete) Geschlechterzugehörigkeit scheint eine wichtige Kategorie in medialen Kommunikationen darzustellen.





Viele Jugendliche erfüllen solche Erwartungen in teils – irritierend – stereotyper Weise. Nach den Analysen von Schulz (2015) wählen Mädchen und Jungen für ihre Selbst-Präsentationen Perspektiven, Kleidung und Posen, die sich in typischen Rollenklischees bewegen. Knoll (2013) illustriert diese Geschlechterunterschiede in körperbezogenen Selbstdarstellungen Jugendlicher, indem Jungen z. B. häufig Trainingsfotos von sich ins Netz stellen, Mädchen Bilder, die ihre weibliche Attraktivität betonen. Rose und Schulz (2007) zeigen in ihrer Arbeit die Bedeutsamkeit der Kategorie Geschlecht anhand von Genderinszenierungen Jugendlicher in einer Vielzahl jugendlicher Lebensräume (z. B. beim Kickern, Billardspielen, Kochen oder Feiern im Jugendzentrum). Viele Jugendliche reagieren mit ihrem „doing gender“ auf ein wahrgenommenes Normalitätsmodell von Geschlecht und zeigen so ihre jugendlichen Konstruktionen von Weiblichkeit und Männlichkeit.

Es zeigen sich jedoch auch gegenläufige Entwicklungen hin zu einem weniger starren Umgang mit der Kategorie Geschlecht. In jüngster Zeit mehren sich Gelegenheiten, die stereotype Zwei-Geschlechternorm in Frage zu stellen. So stehen beispielsweise auf facebook neuerdings 60 Geschlechtervarianten zur Verfügung, um das eigene Geschlecht zu benennen. Charlebois (2014) bringt diesen Gedanken in der Überschrift seines Textes „Menschliche Vielfalt – zum Leidwesen der Normen“ zum Ausdruck. Die für Jugendliche so wichtige Welt der Medien kann somit sowohl als Ort der Verfestigung von Geschlechterrollen und -hierarchien gesehen werden, als auch zu einer Auflösung dieser beitragen.

Bildungsverläufe optimieren

Im Diskurs um Anforderungen und Praktiken der Selbstoptimierung weniger prominent diskutiert und eher implizit verhandelt, aber für Jugendliche von wesentlicher Bedeutung sind Fragen nach einer „optimalen Gestaltung“ von Bildungsverläufen in der schulischen wie beruflichen Bildung. Der 14. Kinder- und Jugendbericht der Bundesregierung benennt diese Anforderung sehr deutlich: „Die Reformen des Schul- und Hochschulsystems mit der Einführung von G8-Gymnasien und Bachelor-Studiengängen beispielsweise lassen sich als Aufforderung interpretieren, stromlinienförmige, schnelle Bildungswege anzustreben und vermeintlich überflüssige Umwege zu vermeiden.“ (Deutscher Bundestag 2013, S. 44). An die Stelle eines Verständnisses von Bildung, in dem Lernen (auch) als Prozess der Selbstbildung und der Erlangung der Freiheit zum Leben gesehen wird, tritt eine Erwartung sozialer Einpassung nach dem Motto „Mach was aus Dir!“ (Kahrs 2014). Es gilt zunehmend das Primat der instrumentellen Verwertbarkeit, der nützlichen Marktförmigkeit von Qualifikationen, des Erwerbs zweckdienlicher Kompetenzen – und dies nicht nur bezogen auf formelle Bildungsprozesse, sondern auch auf den Bereich des informellen Lernens und der dort erworbenen Fähigkeiten.

Viele Jugendliche nehmen solche Anforderungen an. So zeigt z. B. die Shell Jugendstudie von 2010 (Albert / Hurrelmann/Quenzel 2010), dass nicht wenige Jugendliche Bildungsziele verfolgen, die über ihre aktuell besuchte Schulform hinausgehen (z. B. streben mehr als die Hälfte der Jugendlichen auf Hauptschulen und ein Drittel der Jugendlichen auf Realschulen einen Schulabschluss jenseits ihrer Schulform an). Jugendliche können unterschiedlich gut auf solche Bildungsanforderungen reagieren und primär besonders ressourcen- und bildungsstarke Jugendliche können „optimierte Bildungslaufbahnen“ realisieren: „Während ein Teil der jungen Menschen aufgrund ihrer Ressourcenausstattung diesen Anforderungen gut entsprechen können, die verdichteten Leistungsanforderungen „pünktlich“ bewältigen, Übergänge so früh wie möglich absolvieren, kurz: ein Leben „auf der Überholspur“ führen, gibt es andere, die entweder selbst gewählt oder erzwungenermaßen mit Entschleunigungen und Verzögerungen reagieren.“ (Deutscher Bundestag 2013, S. 187). Befunde, die ebenfalls in diese Richtung deuten, finden sich auch in anderen empirischen Untersuchungen wie dem Nationalen Bildungspanel NEPS, den PISA-Studien oder dem Survey AID:A des Deutschen Jugendinstituts.

Versuch eines Fazits

Jugendliche leben heute in einem Spannungsverhältnis zwischen Normierungsanforderungen und der Anforderung zu Individualität, zwischen Selbstoptimierungserwartungen und dem Aufruf zur Gelassenheit. In welchem Ausmaß Jugendliche einen gesellschaftlichen Druck zur Selbstoptimierung empfinden und in welchem Umfang sie diesen Anspruch internalisieren, ist schwierig zu beantworten. Die vorgestellten Befunde aus der Jugendforschung zeigen zumindest, dass sich Jugendliche viele entsprechende „Techniken“ zu eigen machen: Sie wählen bewusst aus, wie sie sich im Netz präsentieren, sie achten auf ihre körperliche Erscheinung, sie planen Bildungsverläufe, die ihnen möglichst viele Ausbildungsoptionen ermöglichen usw. So erscheint ein Bild von kompetent agierenden Jugendlichen. Diese Feststellung gilt jedoch nur unter

der Prämisse der Freiwilligkeit. Sind die dargestellten Praktiken der Selbstinszenierung und Selbstoptimierung jedoch primär eine Reaktion der Jugendlichen auf fordernde (teils auch überfordernde) soziale und gesellschaftliche Erwartungen, so stehen damit auch potenzielle Risiken im Raum. Für den Bereich der Medien ist beispielsweise an Selbstdarstellungen zu denken, die intime und sexualisierte Texte und Bilder in einem stärkeren Ausmaß zeigen, als es den Jugendlichen eigentlich entspräche, im Umgang mit dem Körper können Tendenzen hin zu Essstörungen entstehen und im Kontext von Bildungslaufbahnen können sich Jugendliche zu Entscheidungen gedrängt sehen, die kaum oder wenig Raum für eigene Interessen, zeitliche Rhythmen und Bedürfnisse (etwa in Form von Auszeiten, Moratorien, Auslandsaufhalten, Zwischenschritten, Freiwilligenjahren usw.) lassen.

Literatur

ALBERT, MATHIAS / HURRELMANN, KLAUS / QUENZEL, GUDRUN: **16. Shell Jugendstudie. Jugend 2010.** Frankfurt/Main, Fischer (2010).

ALBERT, MATHIAS / HURRELMANN, KLAUS / QUENZEL, GUDRUN: **17. Shell Jugendstudie. Jugend 2015.** Frankfurt/Main, Fischer (2015).

BITKOM – BUNDESVERBAND INFORMATIONSWIRTSCHAFT, TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN E. V.: **Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft.** Berlin, BITKOM (2014).

BAUER MEDIA GROUP: **Bravo Dr. Sommer Studie 2016.** Bauer Media Group (2016).

BRÖCKLING, ULRICH: **Jeder könnte, aber nicht alle können. Konturen des unternehmerischen Selbst.** In: Mittelweg 36, Heft 4, August/September 2002; S. 6–26. Verfügbar über www.eurozine.com/article/2002-10-02-broeckling-de.html [16.02.2016] (2002).

BRÖCKLING, ULRICH: **Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform.** Frankfurt/Main, Suhrkamp (2007).

CHARLEBOIS, JANIK: **Menschliche Vielfalt – zum Leidwesen der Normen.** In: Schneider, Erik / Balthes-Löhr, Christel (Hrsg.) *Normierte Kinder. Effekte der Geschlechternormativität auf Kindheit und Adoleszenz.* Bielefeld, transcript (2014).

DEUTSCHER BUNDESTAG: **14. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland.** Bundestags-Drucksache 17/12200. Berlin (2013).

DIVIS U25-STUDIE: **Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt.** (Projektleitung: Dr. Silke Borgstedt, SINUS-Institut, Heidelberg) Hamburg (2014).

EHRENBERG, ALAIN: **Das erschöpfte Selbst: Depression und Gesellschaft in der Gegenwart.** Frankfurt/Main, Suhrkamp (2008).

GÖPPEL, ROLF: **Das Jugendalter: Entwicklungsaufgaben – Entwicklungskrisen – Bewältigungsformen.** Stuttgart, Kohlhammer (2005).

KAHRS, CHRISTIAN: **Bildung in Zeiten der Selbstoptimierung.** In: *aej information. Zeitschrift für die Evangelische Jugend in Deutschland* (3/2014). MHD Druck und Service GmbH (2014).

KNOLL, BENTE / FITZ, BERNADETTE / POSCH, PATRICK / SATTLEGER, LUKAS: **Ich im Netz. Selbstdarstellung von weiblichen und männlichen Jugendlichen in sozialen Netzwerken.** Wien (2013).

LEISTERT, OLIVER / RÖHLE, THEO (HRSG.): **Generation Facebook. Über das Leben im Social Net.** Bielefeld, transcript (2011).

MASCHKE, SABINE / STECHER, LUDWIG / COELEN, THOMAS / ECARIUS, JUTTA / GUSINDE, FRANK: **Appositiv smart! Ergebnisse der Studie Jugend.Leben.** Bielefeld, Bertelsmann Verlag (2013).

MIXA, ELISABETH/PRITZ, SARAH MIRIAM/TUMELTSHAMMER, MARKUS/GRECO, MONICA (HRSG.): **Un-Wohl-Gefühle. Eine Kulturanalyse gegenwärtiger Befindlichkeiten.** Bielefeld, transcript. (2016).

NECKEL, SIGHARD / WAGNER, GRETA (HRSG.): **Leistung und Erschöpfung.** Frankfurt/Main, Suhrkamp (2013).

PONGRATZ, HANS J. / VOSS, GERD GÜNTER: **Typisch Arbeitskraft-unternehmer? Befunde der empirischen Arbeitsforschung.** Berlin, Editon Sigma (2004).

ROSE, LOTTE / SCHULZ, MARC: **Gender-Inszenierungen: Jugendliche im pädagogischen Alltag.** Bun (2014).

RUDD, PETER / EVANS, KAREN: **Structure and agency in youth transitions: Student experiences in vocational education.** *Journal of Youth Studies*, 1(1), 39–63 (1998).

SCHMIDT, JAN-HINRIK / PAUS-HASEBRINK, INGRID/HASEBRINK, UWE (HRSG.): **Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen.** Schriftenreihe Medienforschung der LfM Band 62 (2011).

SCHULZ, IREN: **„Spieglein, Spieglein an der Wand...“: Die Bedeutung digitaler Medien im Jugendalter am Beispiel des Umgangs mit Schönheit, Körperlichkeit und Sexualität.** In: Buttner, Peter (Hrsg.): *ARCHIV für Wissenschaft und Praxis der sozialen Arbeit.* Heft 2/2015 (2015).

STACH, ANNE: **Einübung eines kritischen Blicks auf den weiblichen Körper – Die Sendung *Germany's next Topmodel* und ihre Bedeutung für die Körpersozialisation junger Frauen und Männer.** In: *Körper • Geschlecht • Affekt. Selbstinszenierungen und Bildungsprozesse in jugendlichen Sozialräumen.* Wiesbaden, Springer, S. 117–135 (2013).

WAGNER, ULRIKE / BRÜGGEN, NIELS (HRSG.): **Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web.** Baden-Baden, Nomos (2013).

WIEDEMANN, CAROLIN: **Facebook: Das Assessment Center der alltäglichen Lebensführung.** In: Leistert, Oliver / Röhle, Theo (Hrsg.): *Generation Facebook. Über das Leben im Social Web.* Bielefeld, transcript, S. 161–182 (2011).

