

Writing Task

"Social media encourages people to present an idealised version of themselves rather than who they really are."

Discuss the statement above. Consider arguments both in support of and against this view, and come to your own well-reasoned conclusion.



- 1) Evidenz → ?
- 2) Argumente A → idealised ↪
- 3) Argumente B → who they really are ↪
- 4) "well-reasoned conclusion" / Fazit

Arguments

Thesis: People present an idealized version of themselves on social media

Yes +

- filters + editing tools
→ make it easy to alter appearance before posting
- "like" culture rewards
"attractive", successful content
- people create highlight reels of their lives
- fear of judgment → tendency to hide flaws

No -

- confessional culture → sharing mental health issues, failure
- anonymity helps people express true feelings w/o consequences
- communities around niche interests → genuine, unfiltered sharing → marginalized groups ⊕
- imperfections tend to go viral
→ authenticity rewarded

Erwartungshorizont

EasyAbi Englisch · Live Comment Operator: *discuss* · Thema: Social Media & Authentizität · Niveau: B2

Aufgabe

“Social media encourages people to present an idealised version of themselves rather than who they really are.” — Discuss.

Was der Operator verlangt

- Mindestens **zwei Argumente**, die die These stützen (Pro-Seite)
 - Mindestens **zwei Argumente**, die die These in Frage stellen (Contra-Seite)
 - Jedes Argument mit **Erklärung und Beispiel** ausgearbeitet
 - Ein **begründetes eigenes Urteil** im Schluss — kein bloßes Zusammenfassen
 - Angemessene **Signalwörter** zur Gliederung der Argumente
-

Inhaltliche Erwartungen: Pro-Seite (*These wird gestützt*)

Argument 1 — Selbstdarstellung & Filter-Kultur

Social Media verführt dazu, ein idealisiertes Bild zu zeigen: Bearbeitungs-Apps, Filter und sorgfältige Bildauswahl lassen das Alltagsleben besser erscheinen, als es ist. Nutzerinnen und Nutzer wählen gezielt aus, was sie teilen — Rückschläge, Langeweile oder Misserfolge bleiben unsichtbar.

Beispiel: Reise- oder Lifestyle-Accounts auf Instagram zeigen nur die besten Momente — das eigentliche Erlebnis bleibt außen vor.

Argument 2 — Sozialer Vergleichsdruck

Wenn alle im Feed nur Erfolge und perfekte Momente posten, entsteht impliziter Druck mitzumachen. Authentisch über schlechte Tage zu berichten wirkt riskant — der Algorithmus und die Erwartungen der Follower belohnen Perfektion, nicht Ehrlichkeit.

Beispiel: Jugendliche, die nur Fotos posten, wenn sie gut aussehen — andere Tage bleiben offline.

Inhaltliche Erwartungen: Contra-Seite (*These wird hinterfragt*)

Argument 3 — Wachsende Authentizitätsbewegung

Viele Content-Creators reagieren bewusst auf die Perfektion-Kultur und teilen gezielt ungeschminkte Momente: Rückschläge, Unsicherheiten, unfertige Projekte. Accounts, die offen über Scheitern oder mentale Gesundheit sprechen, erreichen oft große, loyale Communitys.

Beispiel: Body-Positivity-Accounts, Mental-Health-Creator oder Influencer, die offen über persönliche Tiefpunkte berichten.

Argument 4 — Identitätsräume für marginalisierte Gruppen

Für Gruppen, die im Alltag oft nicht sichtbar sind — z. B. queere Jugendliche oder Menschen mit Behinderungen — bietet Social Media oft den einzigen Raum, sich so zu zeigen, wie man wirklich ist. Hier ermöglicht die Plattform echte Authentizität, anstatt sie zu verhindern.

Beispiel: LGBTQ+-Communities auf TikTok oder Instagram, die offen über Identität sprechen und sich gegenseitig unterstützen.

Schluss: Eigenes Urteil

Der Schluss enthält ein begründetes, klares Urteil — keine Wiederholung der Argumente. Die Schülerin / der Schüler entscheidet sich für eine Position und erklärt knapp, warum diese überwiegt.

Akzeptabel sind verschiedene Urteile, solange sie **konsistent begründet** sind.

Nicht akzeptabel: „*In conclusion, there are arguments for and against.*“ — Dies ist kein Urteil.

Sprachliche Erwartungen

- Niveau **B2**: komplexe, aber natürliche Satzstrukturen — kein akademisches Vokabular
- Korrekte Verwendung von Signalwörtern zur Textgliederung
- Keine Studienverweise — Alltagsbeobachtungen und allgemein bekannte Fakten reichen
- Angemessener formeller Ton (kein Umgangssprachliches wie „*super*“ oder „*totally*“)
- Klar unterscheidbare Absätze mit jeweils einem Kerngedanken

Every day, millions of people scroll through perfectly curated feeds, showing beautiful lives, flawless faces and exciting adventures. But how much of this is real? The statement that social media encourages people to present an idealized rather than an authentic version of themselves raises an important question about the role these platforms play in shaping how we see ourselves and how we want others to see us. While there are strong arguments in support of this view, there are also good reasons to question it.

On the one hand, social media clearly encourages a culture of self-idealization. Editing apps, filters and the careful selection of photos make it easy to present a version of everyday life that looks far better than reality. Users do not simply share moments, they construct them, choosing only the most flattering angles, the best lighting and the happiest occasions. ex. A travel blogger, for instance, may spend hours setting up the "perfect" shot of a beach sunset, while the rest of the trip remains unseen. What followers perceive as spontaneous and natural is often the result of significant effort and selection.

Furthermore, the social dynamics of platforms like TikTok or Instagram create pressure to conform to an idealized image. When everyone around you is posting highlights, being honest about bad days or personal struggles may feel risky. Authenticity may be punished by fewer likes, less engagement or even social exclusion. Many young people feel they need to look a certain way or live a certain lifestyle to be taken seriously online, which pushes them further towards a performance of perfection rather than an expression of who they really are.

On the other hand, it could be too simple to say that social media is only a space for idealization. In recent years, a growing number of creators have deliberately chosen to share unfiltered, honest content, including personal setbacks, mental health struggles and unedited photos. This authenticity movement suggests that social media can also be a powerful tool for honest self-expression. Accounts that openly discuss failure or imperfection often attract large, loyal audiences precisely because they offer something different from the usual perfect life narrative.

Moreover, for many marginalized groups, social media provides a rare and important space to be authentically themselves. LGBTQ+ young people, for example, may feel unable to express their identity openly in their schools or families, but find communities online where they can do so freely and without judgement. For these users, social media is not a tool or a place of self-idealization, but a place of genuine self-expression that would be difficult or impossible to find elsewhere.

On balance, I believe that the original statement holds true for a majority of social media users, even if it does not capture the full picture. The pressure to present an idealized self is built into the logic of these platforms, ~~Feign~~ through algorithms that reward attractive content and culture that makes imperfection feel like a risk. Authenticity is possible on social media, but it requires a conscious and deliberate choice that many users, especially younger ones, are not yet in a position to make. Awareness of this dynamic is therefore the first and foremost step towards using social media in a more honest and healthier way.