

## **Thema: Avatar-Self Relation – Literaturüberblick über etablierte Konstrukte**

Betreuerin: Hanna Roider (hanna.roider@uni-passau.de)  
Typ: Bachelorarbeit/Masterarbeit  
Sprache: Deutsch/Englisch

### **Motivation:**

In verschiedenen Online-Kontexten wie etwa virtuellen Welten, Videospiele oder auf Social Media werden Nutzer:innen häufig durch Avatare repräsentiert. In der Literatur befassen sich verschiedene Konstrukte mit der Beziehung zwischen Nutzer:innen und ihren Avataren. „Avatar Similarity“ beschreibt beispielsweise die äußerliche Ähnlichkeit zwischen der realen Person und der Gestalt des Avatars. „Avatar Identification“ wiederum beschreibt das Ausmaß, in dem sich Nutzer:innen mit ihrem Avatar identifizieren können. Neben diesen Beispielen existieren zahlreiche weitere Konstrukte in der Literatur, die sich teilweise überschneiden, allgemeinere Konstrukte aufspalten oder feingranulare Konstrukte zusammenfassen. Es fehlt jedoch ein strukturierter Überblick über die in der Literatur (z. B. aus den Bereichen Information Systems, Psychologie, Management etc.) existierenden Konstrukte zur Avatar-Self-Relation und wie diese zusammenhängen.

### **Ziel:**

- Im Rahmen dieser Abschlussarbeit soll mittels einer strukturierten Literaturrecherche der Stand der Forschung zum Thema Avatar-Self Relation systematisch und umfassend aufgearbeitet werden. Relevante Konstrukte sollen identifiziert, zusammengefasst und in einem aggregierten konzeptuellen Framework miteinander in Beziehung gesetzt werden.
- Aus den Ergebnissen sollen Implikationen für Theorie und Praxis abgeleitet werden.

### **Literatur:**

- Hooi, R., & Cho, H. (2014). Avatar-driven self-disclosure: The virtual me is the actual me. *Computers in Human Behavior*, 39, 20-28.
- Peng, Y., Cowan, K., & Lo Ribeiro, J. (2025). Into the virtual worlds: conceptualizing the consumer-avatar journey in virtual environments. *Psychology & Marketing*, 42(2), 374-394.
- Suh, K.-S., Kim, H., & Suh, E. K. (2011). What if your avatar looks like you? Dual-congruity perspectives for avatar use. *MIS Quarterly*, 35(3), 711-729.
- Teng, C.-I., Dennis, A. R., & Dennis, A. S. (2023). Avatar-mediated communication and social identification. *Journal of Management Information Systems*, 40(4), 1171-1201.