

# **Innovation in der Isolation - Der Einfluss der Corona-Pandemie auf Kunst, Kultur und Kreativität**

## **Bachelorarbeit**

**Fachbereich: Personal, Gesundheit und Soziales**

**Studiengang: Psychologie (B.Sc.)**

<b>Vorgelegt von:</b>	<b>Nadine Janz</b>
<b>Matrikel-Nummer:</b>	<b>118100722</b>
<b>Studiengruppe:</b>	<b>BA-PSY-15-VZ</b>
<b>Abgabetermin:</b>	<b>17.07.2021</b>
<b>Erstprüferin:</b>	<b>Frau Dr. Ulrike Kurth</b>

## **Executive Summary**

Die Corona-Pandemie sorgte für einen gravierenden Einschnitt in das alltägliche Leben. Die zahlreichen Eindämmungsmaßnahmen wirkten sich auch auf den Bereich Kunst und Kultur aus. Um zu untersuchen, inwieweit die Corona-Pandemie die Möglichkeiten sich mit Kunst und Kultur auseinanderzusetzen beeinflusst und inwieweit die Menschen sich dadurch mit ihrer eigenen Kreativität befassen, wurde eine Studie durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Beschäftigung mit neuen kreativen Hobbys während der Corona-Pandemie dabei helfen kann, resilienter auf die derzeitige Lage zu reagieren. Allgemein geben die Menschen an, nun mehr Zeit mit kreativen Hobbys zu verbringen. Es zeigt sich außerdem, dass auch die Teilnahme an neuen Online-Angeboten von kulturellen Einrichtungen einen positiven Einfluss auf das mentale Wohlergehen der Teilnehmer hat. Dennoch gibt es insgesamt wenig Menschen, die diese Angebote in Anspruch nehmen. Sie bevorzugen die reale Erfahrung und sind der Meinung, Online-Angebote seien nicht mit dem realen Leben vergleichbar.

The coronavirus disease has caused a massive cut into the everyday life. The many new restrictions of the government impacted many sectors including art and culture. To examine how the corona disease impacted the possibilities to participate in the arts and if people explore their own creativity in the time of crises a study was made. The results of the study show, that engaging with new creative hobbies can help reacting more resilient in times of the coronavirus crisis. In general people engage more in their creative work. Furthermore, the study shows, that participating in online courses from cultural institutions can have a positive impact on the mental wellbeing of the participants. But still there are very less people who actually make use of these online offers. They prefer real life visits and strongly think, that taking courses over the internet cannot replace the actual experience.

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	V
Tabellenverzeichnis.....	VI
1 Einleitung.....	1
2 Die Corona-Pandemie.....	4
2.1 Auswirkungen auf die mentale Gesundheit.....	4
2.2 Auswirkungen auf Motivation, Stress und Langeweile.....	7
3 Kreativität.....	9
3.1 Was ist Kreativität?.....	9
3.2 Die Bedeutung der Kreativität.....	10
3.3 Kreativität und der Austausch mit anderen.....	11
3.4 Kreativität und die psychische Gesundheit.....	12
3.5 Kreativität und Langeweile.....	12
3.6 Zwischen Reiz und Reaktion: Wann ein Mensch handelt.....	13
3.7 Das Flow-Erlebnis.....	14
3.8 Wann und wie entsteht Kreativität?.....	15
3.9 Der kreative Mensch.....	16
3.10 Förderung der Kreativität.....	19
3.11 Vier-C-Modell.....	20
3.12 Fazit.....	20
4 Kreativität in der Corona-Pandemie.....	22
4.1 Eine Möglichkeit zur Resilienz Entwicklung in der Pandemie.....	22
4.2 Welche Möglichkeiten bleiben kreativ zu sein?.....	23
4.2.1 Kreative Online-Plattformen.....	23
4.2.2 Virtuelle Veranstaltungen.....	24
4.3 Neue Innovationen.....	26
4.4 Bisherige Forschung zu dem Zusammenhang zwischen Kreativität und der Corona-Pandemie.....	27
4.5 Fazit.....	27
5 Methode.....	30
5.1 Der Fragebogen.....	30
5.2 Auswertung.....	31
6 Ergebnisse.....	32
6.1 Demografische Daten.....	32
6.2 Kunst und Kultur.....	33
6.3 Kreativität.....	36

6.4	Mentale Gesundheit .....	38
6.5	Unterschiede zwischen den Geschlechtern in Bezug auf Kreativität.....	39
6.6	Unterschiede zwischen den Geschlechtern im Bereich Kunst und Kultur .....	40
6.7	Zusammenhang zwischen mentaler Gesundheit und Kreativität und Kunst und Kultur .....	40
6.8	Tätigkeit und Kreativität .....	43
6.9	Alter und Kreativität, Kunst und Kultur .....	44
6.10	Kreative Personen und weniger kreative Personen .....	46
7	Fazit.....	47
8	Diskussion .....	50
8.1	Limitationen der Studie .....	50
8.2	Implikation für zukünftige Forschung.....	51
8.3	Fazit.....	52
	Literaturverzeichnis.....	53
	Anlage(n) .....	63

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Flow-Erleben.....	14
Abbildung 2: Ausschnitt der Online-Ausstellung der Frick Collection .....	25
Abbildung 3: Hypothese als grafische Darstellung.....	29
Abbildung 4: Ergebnisse des Fragebogens Teil 2 – Museen, Kunstgalerien u.ä. ....	33
Abbildung 5: Ergebnisse des Fragebogens Teil 2 - Warum noch nicht an Onlineveranstaltungen teilgenommen wurde.....	34
Abbildung 6: Ergebnisse des Fragebogens Teil 3 – Kreative Plattformen.....	37
Abbildung 7: Ergebnisse des Fragebogens Teil 3 – Plattformnutzung.....	38
Abbildung 8: Der Zusammenhang zwischen Alter und Kunst und Kultur.....	44
Abbildung 9: Zusammenhang Kreativität und Altersangabe.....	45
Abbildung 10: Der Zusammenhang zwischen Kreativität und der Entdeckung neuer kreativer Hobbys.....	46

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Tabelle 1: Risikofaktoren und Auswirkungen auf die psychische Gesundheit...	12
Tabelle 2: Ergebnisse des Fragebogens Teil 1 – Allgemeines.....	32
Tabelle 3: Ergebnisse des Fragebogens Teil 2: Gründe gegen die Teilnahme an Onlineveranstaltungen.....	35
Tabelle 4: Ergebnisse des Fragebogens Teil 2 – Erfahrungen der Onlineveranstaltungen.	36
Tabelle 5: Ergebnisse des Fragebogens Teil 3 – Kreativität.....	36
Tabelle 6: Ergebnisse des Fragebogens Teil 4 – Mentale Gesundheit.....	39

# 1 Einleitung

Die Corona-Pandemie<sup>1</sup> verursachte einen dramatischen Einschnitt in den Alltag und das Leben von Menschen überall auf der Welt<sup>2</sup>. Die zahlreichen Eindämmungsmaßnahmen der Regierung und damit die Anpassung an vorübergehende neue Lebensweisen stellen die Menschen vor neue Herausforderungen auf der Arbeit, aber auch in der Freizeit. Aus dem gravierenden Einschnitt in das Leben der Menschen resultieren zahlreiche Folgen für Gesundheit und Psyche. Das Interesse an den psychosozialen Veränderungen wächst und bewegt Wissenschaftler zur Forschung. Ein Sektor, der besonders von der Pandemie bzw. den Lockdowns betroffen ist, ist der der Kunst und Kultur. Daher sollen in dieser Arbeit die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Kunst, Kultur und Kreativität untersucht werden. Die zahlreichen Eindämmungsmaßnahmen wirkten sich auf den Bereich Kunst und Kultur insofern aus, dass Museen, Kunstgalerien etc. vorübergehend schließen mussten und Veranstaltungen, wie Konzerte, Vorträge oder Rundgänge nicht mehr stattfinden konnten, sodass die Einrichtungen neue kreative Lösungen finden mussten, um den Menschen weiterhin eine Möglichkeit bieten zu können, sich mit Kunst und Kultur auseinandersetzen zu können. Doch welche Möglichkeiten bleiben in Zeiten sozialer Distanzierung und inwiefern nehmen die Menschen die Angebote in Anspruch? Sind diese Angebote eine sinnvolle Alternative und ersetzen diese womöglich die reale Erfahrung auch in Zeiten nach der Pandemie? Verändern neue Online-Angebote den Bereich Kunst und Kultur, oder ist davon auszugehen, dass die derzeitige Corona-Lage keinen Einfluss auf das Leben nach der Pandemie haben wird? Wissenschaftler vermuten eine Verbindung zwischen Langeweile und Kreativität. Bedeutet dies, dass Menschen in der Corona-Pandemie kreativer sind und sich mit neuen kreativen Hobbys auseinandersetzen? In anderen Worten, kann die Situation, ausgelöst durch die Corona-Pandemie, Menschen dazu antreiben und motivieren etwas Kreatives zu produzieren? Finden auch weniger kreative Menschen ihre eigene Kreativität in Zeiten der Pandemie? Wie wichtig ist den Menschen ihre eigene Kreativität in Zeiten einer Pandemie und welchen Einfluss hat diese auf die mentale Gesundheit? Können kreative Hobbys womöglich helfen, die Corona-Zeit besser zu überstehen und Folgen wie Depression,

---

<sup>1</sup> Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird COVID-19 (Abkürzung für Englisch: coronavirus disease 2019, Deutsch: Coronavirus-Krankheit-2019) in dieser Arbeit mit der umgangssprachlichen Version „Corona“ ersetzt.

<sup>2</sup> Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

Frustration und das Gefühl von Hilflosigkeit verhindern? Die vorliegende Arbeit untersucht die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Kunst, Kultur und die eigene Kreativität. Dazu wird zunächst die derzeitige Situation der Corona-Pandemie zum Zeitpunkt der Erstellung der Arbeit und Durchführung der Studie erläutert. Dies beinhaltet ebenfalls den Stand der derzeitigen Forschung im Bereich der Auswirkungen auf die mentale Gesundheit. Die Ergebnisse von Studien, die sich auf psychische Erkrankungen und besonders auf die Auswirkungen der Pandemie auf Motivation, Stress und Langeweile beziehen, werden dargestellt. Das dritte Kapitel befasst sich mit der Kreativität. Da dies ein schwer zu erfassen und daher schwer zu definierendes Konstrukt ist, wird zunächst eine Arbeitsdefinition erstellt, um dann die Bedeutung von Kreativität aufzuführen. Um zu erläutern, welche negativen Auswirkungen die Pandemie auf kreative Menschen haben kann wird in diesem Kapitel außerdem erläutert, welche Rolle der Austausch mit anderen kreativen Menschen spielt. Kreativität wird oft mit psychischen Störungen in Verbindung gebracht. In dem Unterpunkt „Kreativität und mentale Gesundheit“ wird dieser Zusammenhang untersucht und auf seine Richtigkeit überprüft. Es wird außerdem analysiert, was einen Menschen dazu bewegt sich kreativ zu beschäftigen und wie kreative Menschen in ihrer Tätigkeit aufgehen können und einen Flow-Zustand erreichen. Ein wesentlicher Unterpunkt des Kapitels ist: „Der kreative Mensch“. In diesem wird geschildert, was einen kreativen Menschen ausmacht und welche Erklärungen es dafür geben kann, dass einige Menschen kreativer sind als andere. Des Weiteren werden Möglichkeiten aufgezeigt, die eigene Kreativität zu verbessern. Es gibt einen Unterschied zwischen professioneller Kreativität und Alltagskreativität, dieser wird mit dem Vier-C-Modell erläutert. Um herauszufinden, welche Faktoren Kreativität begünstigen, wird als letztes Thema des Kapitels untersucht, wann Kreativität entsteht. Im vierten Kapitel wird analysiert, wie Kreativität dabei helfen kann, die Corona-Pandemie besser zu überstehen. Hier wird außerdem dargestellt, welche Möglichkeiten es noch gibt in der Corona-Pandemie kreativ zu sein und sich mit Kunst und Kultur auseinander zu setzen, im Zuge dessen werden die Möglichkeiten der virtuellen Veranstaltungen erklärt und dargestellt. Um aufzuzeigen, warum Zeiten einer Krise als Katalysator für neue Ideen und Innovationen dienen können, wird erläutert, welche neuen Innovationen die Corona-Pandemie bereits bringen konnte und welche zukünftigen Chancen noch bestehen. Nachdem die theoretische Grundlage dargelegt wurde, schließt das Kapitel mit einer



grafischen Darstellung der Hypothesen ab. Nachdem die derzeitige Corona-Lage und die damit verbundenen Auswirkungen auf Kunst und Kultur genannt wurden, das Konstrukt Kreativität dargestellt wurde und die noch bestehenden Möglichkeiten sich mit Kunst, Kultur und Kreativität auseinander setzen zu können erläutert wurden, wird im fünften Kapitel das Forschungsvorgehen vorgestellt. In diesem Kapitel wird geschildert, um welche Forschungsmethode es sich handelt um die bestehenden Hypothesen zu überprüfen und wie die Forschung konzipiert ist. Des Weiteren wird der Aufbau des Online-Fragebogens beschrieben. Im nachfolgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Forschung dargestellt. Das Kapitel unterteilt sich in eine demografische Darstellung der Daten, danach folgt die Darstellung der deskriptiven Darstellung der Ergebnisse, um dann mögliche Zusammenhänge zu untersuchen. Nachdem die Forschungsergebnisse ausführlich präsentiert wurden, folgt im siebten Kapitel das Fazit der Forschung, hier werden die wichtigsten Erkenntnisse der Forschungsarbeit zusammengefasst, die vorangestellten Hypothesen überprüft und ein Ausblick in mögliche zukünftige Forschungen gegeben. Im letzten Kapitel werden die Stärken und Schwächen der Studie analysiert.

## **2 Die Corona-Pandemie**

Die Corona-Pandemie bezeichnet den weltweiten Ausbruch der Atemwegserkrankung COVID-19 (Abkürzung für Englisch: coronavirus disease 2019). Diese meldepflichtige Infektionskrankheit hat ein breites unspezifisches Symptomspektrum und wurde erstmals im Dezember 2019 in der chinesischen Stadt Wuhan entdeckt. 165 Millionen Krankheitsfälle und 3,34 Millionen Todesfälle wurden (zum Zeitpunkt der Erstellung der Arbeit) verzeichnet. Innerhalb kürzester Zeit stieg die Anzahl der Erkrankten und das Virus breitete sich im ganzen Land und dann auf der ganzen Welt aus. Aufgrund der rapiden Zunahme der Fallzahlen erklärte der WHO-Generaldirektor den Ausbruch am 11. März 2020 offiziell zur Pandemie (vgl. WHO 2020: S. 1). Die Ansteckung mit dem Virus erfolgt durch Tröpfcheninfektion. Ein besonders hohes Risiko der Ansteckung besteht in geschlossenen, nicht gut durchlüfteten Räumen. Der Krankheitsverlauf kann stark variieren. Zu den häufigsten Symptomen zählen Fieber oder eine leichte Lungenentzündung, trockener Husten und Müdigkeit (vgl. RKI 2021: S. 1). Angesichts des hohen Ansteckungsrisikos und der zahlreichen Tode, wurden Eindämmungsmaßnahmen beschlossen, um die Ausbreitung des Virus zu verhindern bzw. einzudämmen. Diese Maßnahmen umfassen unter anderem Social Distancing (Deutsch: Räumliche Distanzierung), Absagen öffentlicher Veranstaltungen, Einschränkungen öffentlicher Verkehrsmittel, das Tragen eines medizinischen Mund-Nasen-Schutzes in der Öffentlichkeit sowie Reise- und Kontaktbeschränkungen. Durch zeitweilige Lockdowns wurden außerdem Schulen und Kindergärten zeitweise geschlossen sowie Mitarbeiter dazu angehalten zu Hause zu arbeiten (Home-Office) (vgl. bundesregierung.de 2020: S. 1-22). Aus der drastischen Veränderung des Alltags, durch die beschlossenen Eindämmungsmaßnahmen, ergeben sich psychosoziale Konsequenzen, die im folgenden Abschnitt näher erläutert werden.

### **2.1 Auswirkungen auf die mentale Gesundheit**

Infektionserkrankungen im globalen Ausmaß und damit einhergehende Maßnahmen und Einschränkungen sind für die Psyche der Menschen eine hohe Belastung. Die Situation ist unvorhersehbar und der Mensch verfügt über keine gelernten Verhaltensmuster, auf die er zurückgreifen könnte (vgl. Benoy 2020: S. 23). Im Unterschied zu anderen Krankheiten, hat das Coronavirus nicht nur Einfluss auf die erkrankten Personen, sondern auf die ganze

Gesellschaft. Die Unterbrechung des normalen Lebens, als eine Folge der durch die Regierung beschlossenen Eindämmungsmaßnahmen, insbesondere der Lockdowns, hat gravierende Folgen für die mentale Gesundheit von Menschen überall auf der Welt. Die Eindämmungsmaßnahmen dienen vor allem einem Ziel: Den direkten zwischenmenschlichen Kontakt so weit wie möglich einzuschränken, um die Verbreitung des Virus zu verhindern. Dies hingegen wirkt sich auch die Psyche der Menschen aus. Der Mensch ist ein soziales Wesen. Der Kontakt zu anderen löst im menschlichen Gehirn positive Gefühle wie Verbundenheit, Glück und Sicherheit aus. Schränkt man den Kontakt zu anderen ein, kann das negative Konsequenzen für die Psyche haben und unter anderem zu Stress führen. Stressreaktionen lösen im Menschen dann unterschiedliche Reaktionen, Symptome und Leiden aus (vgl. Benoy 2020: S. 24). Die Definition für psychische Gesundheit ist nach Angaben der WHO ein „Zustand des Wohlbefindens, in dem eine Person ihre Fähigkeiten ausschöpfen, die normalen Lebensbelastungen bewältigen, produktiv arbeiten und einen Beitrag zu ihrer Gemeinschaft leisten kann“ (WHO 2019: S. 1). Eine psychische Störung ist gekennzeichnet durch eine Kombination aus belastenden Gedanken, Emotionen, Verhaltensweisen und Beziehungen zu anderen (vgl. WHO 2019: S. 1). Dass die psychische Gesundheit durch die derzeitige Lage beeinträchtigt ist, liegt vermutlich an der Vielzahl der Stressoren, die im Zuge der Pandemie auftreten. Die Tabelle zeigt die Risikofaktoren und mögliche Auswirkungen auf die psychische Gesundheit während der Corona-Pandemie.

<b>Risikofaktoren und Auswirkungen auf die psychische Gesundheit</b>	
<b>Soziale Faktoren</b>	<b>Stressreaktionen</b>
Verlust sozialer Kontakte, Verlust von Kinderbetreuung, Kurzarbeit/Verlust des Arbeitsplatzes, finanzielle Nöte, psychische Vorerkrankungen, objektive Isolation und wahrgenommene Einsamkeit, Erkrankung und Tod von Angehörigen, geringes Kontrollerleben, Interpersonelle Konflikte, Dauer und	Angst- und Panikzustände (vor Infektion, Krankheit, Gesundheit, Verlust, Existenz, finanzieller Not, Freiheitseinschränkung, Unterdrückung, u. a.), Langeweile, innere Unruhe, Anspannung, Frustrationen, Ärger erleben, Wut oder Aggressionen, Beklemmungsempfinden, Erschöpfung, Antriebsverminderung, Schlafstörungen,

Intensität der Schutzmaßnahmen	soziales Abgrenzungsverhalten, Konzentrationsprobleme, Trauer, Nervosität, Entscheidungsschwierigkeiten, Einsamkeit, Gefühle von Isolation und Verletzlichkeit, schädigender Substanzgebrauch, Abnahme der (beruflichen) Leistungsfähigkeit oder berufliches Abneigungs-/Resignationsempfinden
--------------------------------	--

**Tabelle 1: Risikofaktoren und Auswirkungen auf die psychische Gesundheit** (Anmerkung: Die benannten Risikofaktoren und Auswirkungen wurden in folgenden Studien identifiziert: Bai et al. 2004; Brooks et al. 2020; Caleo et al. 2018; Bzdok & Dunbar, 2020; Cava et al. 2005; Jung und Jun 2020; Reynolds et al. 2008; Bohlken et al. 2020; Xiong et al., 2020).

So zeigt eine Studie aus den USA, bei der Daten vor der Pandemie (2019) mit Daten während der Pandemie (2020) verglichen wurden, dass es einen Anstieg von depressiven Symptomen und Angst gibt. Aus der Studie geht außerdem hervor, dass psychosomatische Symptome wie Schlafstörungen, Appetitlosigkeit etc. durch die Pandemie zugenommen haben (vgl. Panchal et al. 2021: S. 1). Eine weitere Studie zeigt, dass Stressoren, wie Quarantänemaßnahmen, Angst vor Ansteckung, Frustration, Langeweile und finanzielle Probleme sogar langfristige posttraumatische Stresssymptome, Verwirrung und Verärgerung in der Bevölkerung hinterlassen können (vgl. Brooks et al. 2020: S. 2-6). Besonders Kinder und Jugendliche scheinen unter den Maßnahmen, wie Schließung der Betreuungs- und Bildungseinrichtungen und damit dem Verlust der gewohnten Tagesstruktur, Kontaktabbrüche, eigenständiges Lernen zu Hause, zu leiden. So zeigt eine Studie aus dem Jahr 2020, dass sich die Mehrheit der Kinder und Jugendlichen in Deutschland sehr belastet fühlen, mehr mentale Gesundheitsprobleme angeben, die Angst gestiegen ist und sie unter psychosomatischen Symptomen leiden (vgl. Ravens-Sieberer 2020: S. 4-6). Auch wenn die langfristigen Folgen der Corona-Pandemie noch nicht abzusehen sind, lässt sich durch vorherige Studien annehmen, dass

besonders positiv getestete Personen durch eine Ungewissheit, was den Verlauf ihrer Krankheit und die gesundheitlichen Folgen betrifft, unter mentalen Gesundheitsproblemen wie Angst, Sorgen und einem Mangel an Hoffnung leiden (vgl. Hossain et al. 2020: S. 1). Welche langfristigen Folgen die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Eindämmungsmaßnahmen verursachen, werden Folgestudien noch herausstellen. Die bisherigen Studien lassen allerdings darauf schließen, dass die Corona-Pandemie gravierende Auswirkungen auf die mentale Gesundheit hat.

## **2.2 Auswirkungen auf Motivation, Stress und Langeweile**

Studien zur Auswirkung der Corona-Pandemie auf die Motivation gibt es bisher nur wenige. Die folgenden Studien deuten allerdings darauf hin, dass die Corona-Pandemie Auswirkungen auf Motivation und Ehrgeiz hat. So zeigt eine Studie aus Russland, dass durch die Corona-Pandemie 49,4% der Mitarbeiter negative Auswirkungen auf die Motivation erleben (vgl. Statista 2020: S. 1). Aus einer Studie zur Untersuchung der Motivation von Studierenden gehen ähnliche Ergebnisse hervor. Hier wurde herausgefunden, dass die Motivation von Studierenden durch die Umstellung auf Online-Lehre gesunken ist. Auch zeigt sich, dass die Studierenden weniger Zeit mit Lernen verbringen und sich allgemein weniger anstrengen (vgl. Meeter et al. 2020: S. 1). Obwohl Social Distancing als eine der effektivsten Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus angesehen wird, gibt es einige, die sich gegen die Maßnahmen wehren und dagegen protestieren (vgl. Deutsche Welle 2020: S. 1). Die Isolation Zuhause hat seine Folgen, wie weniger soziale Kontakte, der Verlust der Freiheit, Verlust von Routine und mögliche psychische Folgen. Durch die Isolation wurden einige Stressoren herausgestellt, wie die Unwissenheit der Dauer der Isolation, Angst vor Infektion, unzureichende Versorgung, zu wenig Informationen und Langeweile (vgl. Brooks et al. 2020: S. 1). Langeweile ist eine der häufigsten Stressoren während der Isolation in der Corona-Pandemie. Langeweile ist ein seelischer Zustand der Unzufriedenheit. Sie wird oft mit Entspannung verwechselt. Diese zwei Zustände sind allerdings sehr verschieden. In einem Zustand der Entspannung hat ein Mensch wenig Erregung. Langeweile ist daher ein unangenehmer Zustand, da der Mensch hohe Erregung bzw. viel Energie hat, diese aber nicht abbauen kann (vgl. Hauke & Schmitz 1991: S. 212-227). Zunächst scheint es reizvoll Zeit für sich zu haben, doch daraus kann Langeweile entstehen. Wie eine Studie zeigt, gaben sich Teilnehmer der

Studie lieber selbst einen milden Elektroschock, als mit ihren Gedanken allein zu sein. In dieser Studie sollten Teilnehmer 6-15 Minuten allein in einem Raum verbringen. Die einzigen Bedingungen waren, dass die Teilnehmer auf einem Stuhl sitzen bleiben, wach bleiben und sich nur mit ihren Gedanken beschäftigen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Teilnehmer lieber banalen Aktivitäten nachgingen oder sich sogar einen Elektroschock gaben, anstatt mit ihren Gedanken allein zu sein (vgl. Wilson et al. 2014: S. 1). Die Tendenz sich zu langweilen ist eine der bedeutendsten Variablen, emotionalen Distress zu empfinden. Ein weiterer entscheidender Faktor ist die Wahl der Bewältigungsstrategien. Eine Studie zeigt, wer positive Bewältigungsstrategien hat, zeigt weniger depressive Symptome, Angst und Distress (vgl. Yan et al. 2021: S. 4). Eine Möglichkeit psychische Probleme zu vermeiden, ist die Ausübung von Hobbys. So zeigt eine Studie aus Irland, dass einem Hobby nachzugehen positive Auswirkungen auf die mentale Gesundheit haben kann (vgl. Lades et al. 2020: S. 7).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass durch die zahlreichen Veränderungen, die durch die Corona-Pandemie auftreten, einige negative Folgen für die psychische Gesundheit des Menschen resultieren können. Depressive Symptome, Angst, Frustration, Verwirrung, Verärgerung und auch psychosomatische Symptome nehmen immer mehr zu. Und auch auf die Motivation im Beruf könnten sich die Folgen der Corona-Pandemie auswirken. Es ist weiterhin festzuhalten, dass Langeweile eine der häufigsten Stressoren in der Pandemie ist. Um psychische Probleme zu vermeiden, kann die Ausübung eines Hobbys hilfreich sein, da dies positive Auswirkungen auf die mentale Gesundheit haben kann.

### 3 Kreativität

Was bedeutet es kreativ zu sein? Und was macht einen kreativen Menschen aus? Kann jeder kreativ sein und ist es etwas, das man anstreben sollte? Welche positiven oder negativen Auswirkungen kann Kreativität für den Menschen haben und warum ist Kreativität so wichtig? Es gibt einige Artikel, die die negativen Auswirkungen von Kreativität untersuchen und diese mit mentalen Gesundheitsproblemen in Zusammenhang bringen (vgl. Runco 2014: S. 109-142) daher wird Kreativität oft fälschlicherweise mit psychischen Krankheiten in Verbindung gebracht. In diesem Kapitel werden die obigen Fragen beantwortet und untersucht, inwieweit Kreativität mit der mentalen Gesundheit zusammenhängt. Des Weiteren werden Möglichkeiten aufgezeigt, wie man Kreativität steigern kann. Generell wird Kreativität als erstrebenswert angesehen. Um zu erklären, warum Kreativität eine erstrebenswerte Eigenschaft ist und wie man sie in der Corona-Pandemie zum Wohle der psychischen Gesundheit einsetzen kann, werden in diesem Kapitel Theorien aus humanistischer Psychologie, positiver Psychologie und der aktuellen Forschung näher erläutert und analysiert. Kreativität könnte eine Möglichkeit sein, mit den Veränderungen, die die Corona-Pandemie mit sich bringt, besser klarzukommen. So sagte bereits Charles Darwin: *„Es ist nicht die stärkste Spezies, die überlebt, auch nicht die intelligenteste, sondern diejenige, die am besten auf Veränderungen reagiert“* (Wirsching 2017: S. 1). Warum damit Kreativität gemeint sein kann, wird im folgenden Kapitel dargestellt. Da es in der Forschung Uneinigkeiten über die genaue Definition von Kreativität gibt, wird zunächst eine Arbeitsdefinition vorgestellt.

#### 3.1 Was ist Kreativität?

Kreativität ist ein wichtiges und interessantes Themengebiet, das allerdings schwer zu definieren ist. Es gibt zahlreiche Definitionen der Kreativität von unterschiedlichen Autoren. Warum gibt es eine Unstimmigkeit in einem so großen und für sämtliche Arbeitsbereiche wichtigen Thema? Schaut man sich die verschiedenen Definitionen an, kommt man zu zwei Kernproblemen: 1) Zum einen ist man sich darüber uneinig, welche Bereiche zu Kreativität zählen: kreatives Problemlösen, neue Einfälle haben, etwas Neues produzieren? Und 2) Wird der Prozess, in dem Kreativität stattfindet, trotz zahlreicher Forschungen noch immer nicht richtig verstanden. Insgesamt gibt es drei verschiedene

Definitionsbereiche von Kreativität: 1) Man sieht Kreativität als einen Teil der charakterlichen Merkmale eines Menschen an (wer wir sind): „*We will use the term creativity to refer to the constellation of personality and intellectual traits shown by individuals who, when given a measure of free rein, spend significant amounts of time engaged in the creative process.*“ (Findlay & Lumsden 1988: O.S.). 2) Andere Definitionen beziehen sich auf den kreativen Prozess selbst (was wir tun). 3) Oder man sieht Kreativität als Produkt (was wir erschaffen). Die meisten Definitionen bezeichnen Kreativität als das Erschaffen von etwas Neuem, Nützlichem (vgl. Plucker, Beghetto & Dow 2004: S. 83-96) und fokussieren sich in ihrer Definition auf das Produkt selbst „*novelty that is useful*“ (Stein 1974: O.S.). Eine der häufigsten wiederkehrenden Gedanken ist, Kreativität als Produkt zu sehen. So beschreibt Ken Robinson (2001) Kreativität als „*imaginative processes with outcomes that are original and of value*“ (Robinson 2001: S. O.S.). Eine ähnliche Definition führt Amabile (1988) auf: „*creativity is the production of novel and useful ideas by an individual or small group of individuals working together*“ (Amabile 1988: S. 126). Die Idee sollte also etwas Neues sein, das nicht einfach eine Erweiterung von etwas bereits Bestehendem ist (Originalität). Und die Idee muss tatsächlich funktionieren oder einen gewissen Grad an Nützlichkeit besitzen (Funktionalität) (vgl. Novotney 2009: S. 1).

### **3.2 Die Bedeutung der Kreativität**

Kreativ zu sein ist ein erstrebenswertes Ziel. Wie Csikszentmihalyi bereits 1996 anmerkte: „*Creativity leads to a fuller, more satisfying life. Without creativity, mankind would not progress*“ (Csikszentmihalyi 1996: S. 1). Bisher konzentrieren sich die meisten Studien doch mehr auf die Steigerung von Kreativität, anstatt die möglichen positiven Auswirkungen zu untersuchen. Kaufman spricht in seiner Studie „*Finding Meaning With Creativity in the Past, Present, and Future*“ genau dieses Defizit an. Er sieht Kreativität als eine Möglichkeit, sinnhaft zu leben. In der humanistischen Forschung und der positiven Psychologie steht Kreativität im engen Zusammenhang mit einem sinnhaften Leben. Beispielsweise steht an der Spitze Abraham Maslow's (1943) Bedürfnispyramide die Selbstaktualisierung, diese zielt darauf ab, dass der Mensch sein volles Potential entfalten kann. Kreativ zu sein, kann ein Weg sein, dieses Ziel zu erreichen (vgl. Maslow 1943: S. 370-396). Carl Rogers inkludiert Kreativität in seinen sieben Merkmalen einer



funktionierenden Person (vgl. Rogers 1961: O.S.). Ein Thema, das sowohl in Maslow, Jungs und Rogers theoretischen und philosophischen Ansätzen wiederzufinden ist, ist die Überlegung, ob die Entstehung der Identität und die Erforschung des Selbst nicht auch als kreativer Prozess betrachtet werden kann. Auch in der positiven Psychologie spielt Kreativität eine wichtige Rolle. Die positive Psychologie sieht Kreativität als eine Kerncharaktereigenschaft und Stärke (vgl. Peterson & Seligman 2004: O.S.). Sowohl in der positiven Psychologie als auch in der humanistischen Psychologie wird Kreativität als wünschenswerte Attribution angesehen. Angesichts dessen kann Kreativität sowohl als Mittel zur Selbstaktualisierung als auch als ein Weg zu einem gesunden Dasein gesehen werden. In Viktor Frankls Logotherapie geht es um die Theorie, dass ein erfülltes Leben zu leben bedeutet, Sinnhaftigkeit zu erreichen. Dabei beschreibt Frankl drei Wege dieses Ziel zu erreichen: Schaffenswerte, Erlebenswerte und Einstellungswerte. Einem kreativen Hobby nachzugehen kann zu Schaffenswerten zählen. Hierbei geht es darum, dass der Mensch von sich aus etwas Neues schafft, z.B. eine Idee in ein Produkt umwandelt. Ein Mensch kann also durch die Ausübung seines (kreativen) Hobbys Sinnhaftigkeit in seinem Leben erreichen. Was einem Menschen Sinnhaftigkeit gibt, muss allerdings selbst gefunden werden und kann nicht von jemand anderem gegeben werden (vgl. Frankl 1997: S. 28). Überträgt man diesen Gedanken auf Kreativität, ist festzuhalten, dass es nicht das eine kreative Hobby gibt, das dem Menschen ein sinnhaftes Leben gibt, es muss von jedem Menschen individuell gefunden werden.

### **3.3 Kreativität und der Austausch mit anderen**

Wie wichtig ist der kreative Austausch mit anderen Individuen, wenn es um die Ideenfindung geht? Kreative Ideen zu entwickeln kann ein langer Prozess sein. Steht man vor einem Problem, kann die Lösung in viele verschiedene Richtungen gehen (vgl. Paulus & Dzindolet 1993: S. 575). Diese Ideen zu entwickeln, reicht aber möglicherweise nicht aus, es ist nötig sie mit anderen zu teilen. Durch die Kommunikation und den Austausch mit anderen können mehr Informationen ausgetauscht und in die Ideenfindung eingeflossen werden. Dadurch kann eine bessere kreative Lösung gefunden werden (vgl. Woodman et al. 1993: S. 293-321). Kreativ zu arbeiten, in Anwesenheit von anderen, kann ein Gemeinschaftsgefühl und Verbundenheit auslösen, sowie zu weniger sozialem Ausschluss führen (vgl. Smith 2014: S. 1). So haben Forschungen herausgefunden, dass

diverse Netzwerke zu haben Kreativität fördern und das Wissensvielfalt mit der individuellen Kreativität korreliert (vgl. Fleming, Mingo & Chen 2007: S. 1). In den 1970er und 1980er Jahren wurde die Wissensschaffung als ein Prozess angesehen, der auf unserer Fähigkeit beruht Daten und Informationen zu verarbeiten. Heute versteht die Wissenschaft, dass dies ein sozialer Prozess ist, der durch die Interaktion mit anderen Menschen entsteht. Kreativität bedeutet Wissen anzuwenden, um neue Ideen zu entwickeln (vgl. Drucker 1994: O.S.) und soziale Beziehung spielen in dem Prozess eine zentrale Rolle (vgl. Nonaka 2000: S. 96-104).

### **3.4 Kreativität und die psychische Gesundheit**

Einige Studien über Kreativität belegen, dass eine der besten Möglichkeiten seine Gesundheit zu bewahren ist, sich selbst auszudrücken z.B. durch kreative Hobbys. Nicol and Long (1996) fanden heraus, dass höhere Level an Kreativität mit einem niedrigeren Stresslevel zusammenhängen. Ein wenig Stress, ist nichts schlimmes, doch höhere Stresslevel können zu sozialen Problemen, Beeinträchtigungen der Denkleistung, emotionaler Instabilität oder zu gesundheitlichen Problemen führen. Wer sich nur 45 Minuten am Tag kreativ betätigt, kann damit seinen Cortisolspiegel senken und somit Stress reduzieren. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um einen erfahrenen Künstler oder einen Anfänger handelt (vgl. Kaimal et al. 2016: S. 1). Eine weitere Studie zeigt, dass Menschen sich aktiver und positiver fühlen, wenn sie sich kreativ beschäftigen (Vgl. Conner et al. 2017: S. 1). Ebenfalls wesentlich ist, dass kreativ zu sein, dem Menschen Freude bringt und spannend sein kann, auch ohne ein spezielles Ziel zu erreichen. Auch in Csikszentmihaly's (1996) Konzept des Flows wird beschrieben, dass ein Mensch sich in einer vergnüglichen Aktivität vertiefen kann. Zwar beinhaltet das Konzept auch sportliche Aktivitäten oder andere Hobbys, doch kreative Beschäftigungen sind besonders verbreitet, um in den Zustand des Flows zu kommen. In eine kreative Aktivität versunken zu sein und Zeit und Raum zu vergessen kann sehr viel Freude bereiten.

### **3.5 Kreativität und Langeweile**

Langeweile wird häufig als belanglos erklärt und hat daher wenig Aufmerksamkeit in der Forschung erlangt. Dabei zeigt sich, dass Langeweile wichtige Auswirkungen für menschliches Funktionieren hervorbringt und möglicherweise zu Kreativität führen kann. Doch zunächst einmal zur Definition. Auch hier ist die Definition schwierig, da noch immer

nicht genau verstanden wird, warum Menschen Langeweile empfinden. Die wahrscheinlich am häufigsten verwendete Definition ist: „*Langeweile ist das unangenehme Gefühl, eine zufriedenstellende Aktivität ausführen zu wollen, aber nicht zu können.*“ (Eastwood et al. 2012: S. 482-495). Der Prozess, in dem Langeweile stattfindet, kann zu Kreativität führen, da Langeweile dazu bewegen kann sich neue Ziele zu setzen, wenn die alten nicht mehr nützlich sind. Befindet man sich in einem gelangweilten Zustand, reduziert sich die Aufmerksamkeit auf die derzeitige Aufgabe (vgl. Bench & Lench 2013: S. 459). Das Gefühl der Langeweile ist aversiv und unangenehm, die Motivation aus diesem Zustand herauszukommen, regt zum Umdenken an (vgl. Thorp 2020: S. 1). Auch kann Langeweile dazu führen seine Gedanken schweifen zu lassen, dieser Prozess kann zu neuen unerwarteten Ideen führen. In einer Studie über den Zusammenhang von Langeweile und Kreativität fanden Sandi Mann und Rebekah Cadman (2012) heraus, dass Langeweile zu mehr Kreativität führen kann. Dazu wurde den Versuchspersonen eine langweilige Schreib- oder Leseaufgabe gegeben. Im Anschluss wurden sie gebeten eine kreative Aufgabe zu lösen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Versuchspersonen mit einer langweiligen Aufgabe mehr Kreativität zeigen, als die der Kontrollgruppe (vgl. Mann & Cadman 2012: S. 2). Langeweile muss also nicht zwangsläufig etwas Negatives sein. Sie kann als Katalysator für ein nötiges Handeln angesehen werden. Sie beschreibt einen unangenehmen Zustand, der dazu führt, dass das Individuum etwas gegen diesen Zustand tun möchte (vgl. Gaylin 1979: S. 129). Langeweile hat also die Aufgabe zu signalisieren, sich ein neues Ziel zu setzen, wenn das alte nicht mehr dienlich ist (vgl. Bench & Lench 2012: S. 468).

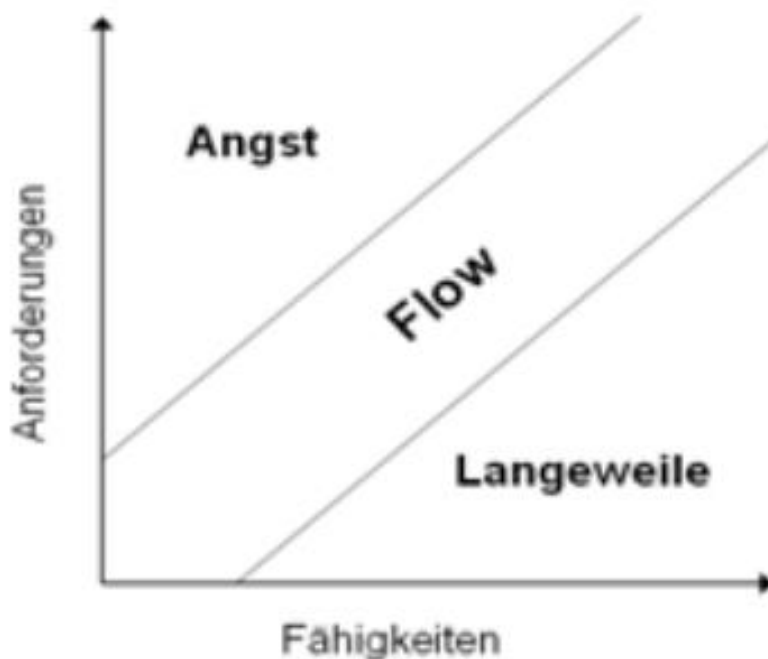
### **3.6 Zwischen Reiz und Reaktion: Wann ein Mensch handelt**

Wie bereits festgestellt wurde, ist Langeweile ein aversiver, unangenehmer Zustand, der dazu bewegt einen Ausweg aus diesem (Zustand) zu suchen. So kann Langeweile dazu führen, sich mit neuen kreativen Hobbys zu beschäftigen, doch was macht die Entscheidung aus, sich in Zeiten von Corona mit neuen kreativen Hobbys zu beschäftigen, oder sich stattdessen auf dem Sofa auszuruhen? Viktor Frankl sagte: „*Zwischen Reiz und Reaktion liegt ein Raum. In diesem Raum liegt unsere Macht zur Wahl unserer Reaktion. In unserer Reaktion liegen unsere Entwicklung und unsere Freiheit.*“ (Frankl 1905-1997 S. 1). Ausschlaggebend ist hier die intrinsische Motivation – ein Schlüsselfaktor, wenn es um die

Ausübung von Kreativität geht, denn diese ist der Impuls zu handeln. Das Phänomen der intrinsischen Motivation lässt sich bis zu Aristoteles zurückführen, darauf machte Schneider (1966) aufmerksam. Aristoteles unterschied in der Nikomachischen Ethik bereits zwischen Lust, die einer Tätigkeit wesensmäßig zugehört und einer Lust, die von außen hinzutritt. Letztere könne die Tätigkeit sogar hemmen (vgl. Schneider 1966: S. 119-153). Heutzutage definiert man intrinsische Motivation als innere, aus sich selbst entstehende Motivation, deren innerer Anreiz in der Tätigkeit selbst entsteht (vgl. Heckhausen & Heckhausen 2010: S. 5). Extrinsische Motivation bedeutet demnach, dass der Anreiz der Tätigkeit selbst nicht im Vordergrund steht, sondern die Anreize von außen gegeben werden. Intrinsische Motivation ist eine Voraussetzung für kreatives Handeln. So kann intrinsische Motivation zu einem Flow-Erlebnis führen. Dieses wird im nächsten Kapitel genau beschrieben (vgl. Lexikon der Psychologie 2000: S. 1).

### 3.7 Das Flow-Erlebnis

Nach Csikszentmihalyi (1975) ist das Flow-Erlebnis ein mentaler, beglückender Zustand völliger Vertiefung und restlosen Aufgehens in einer Tätigkeit. Damit der Zustand eines Flow-Erlebens geschehen kann, darf weder eine Unterforderung (Langeweile) noch eine Überforderung (Angst) entstehen (Vgl. Csikszentmihalyi 1975: O.S.).



### **Abbildung 1: Flow-Erleben (Uni-Ulm 2017: S. 1)**

Das Zeitgefühl geht dabei vollkommen verloren. Ein Flow-Erleben setzt eine hohe Konzentration, hohe Kontrolle und hohes Engagement voraus. In diesem Zustand kommt es typischerweise zu einem veränderten Zeiterleben: Die Zeit scheint still zu stehen. Flow-Erleben kann nur bei aktiven Tätigkeiten zustande kommen d.h. beim bloßen Betrachten eines Gemäldes kann kein Flow-Zustand entstehen, sehr wohl aber beim Malen eines Gemäldes (vgl. Uni-Ulm O.J.: S. 1). Laut Csikszentmihalyi kann dieser Zustand eine Reihe positiver Effekte bewirken. Nach ihm kann damit das Gefühl von Stärke entstehen, die Menschen sind optimistisch und motiviert. Des Weiteren fördert der Flow-Zustand die Motivation und Lernbereitschaft. Vor allem soll der Flow-Zustand jedoch Fröhlichkeit bereiten (vgl. Moneta & Csikszentmihalyi 1996: S. 277 ff.).

### **3.8 Wann und wie entsteht Kreativität?**

Es gibt einige Modelle, die versuchen den Prozess der Kreativität zu erklären. Das Modell, welches am meisten Zustimmung erhält, ist das Vier-Phasen-Modell. Dieses geht zurück auf den deutschen Physiologen und Physiker Hermann von Helmholtz (1884) und den französischen Mathematiker Henri Poincaré (1908). Graham Wallis fasste die Beobachtungen der beiden in einem Modell zusammen. Der kreative Prozess besteht demnach aus vier Phasen: Die erste Phase ist die der Präparation (Vorbereitung). In dieser Phase werden Informationen über das Problem gesammelt und die Aufgaben – und Problemstellung definiert. Es geht auch um die Erhebung möglichst vieler Informationen. Die zweite Phase ist die Phase der Inkubation. In dieser Phase entfernt sich das kreative Individuum bewusst von dem Problem und beschäftigt sich mit etwas, das nichts mit diesem zu tun hat. Diese Abkehr kann neue Denkmuster auslösen. In dieser Phase werden die Informationen aus der ersten Phase unbewusst verarbeitet. Die dritte Phase ist die der Illumination. Diese wird als plötzliche und sinnhafte Einsicht, die zur Problemlösung führt, definiert. Sie ergibt sich unmittelbar nach der Inkubation und kann als „Geistesblitz“ oder „Erleuchtung“ beschrieben werden. Die letzte Phase ist die Phase der Verifikation. In dieser Phase werden die möglichen Lösungsansätze aus der Illumination analysiert und auf ihre Machbarkeit überprüft (vgl. Wallis 1926: O.S.). Dieses Modell beschreibt, wie kreative Ideen entstehen.

### 3.9 Der kreative Mensch

Nach Csikszentmihalyi besitzen kreative Personen eine Reihe von Eigenschaften, die zu ihrem innovativen Denken beitragen. Kreative Menschen haben in der Regel viel körperliche und geistige Energie. Sie arbeiten lange mit einem hohen Grad an Konzentration und strahlen dennoch Enthusiasmus aus. Dieses hohe Energielevel ist dennoch nicht auf die Gene zurückzuführen, sondern resultiert aus ihrer Fokussiertheit. Diese bedeutet nicht, dass kreative Menschen zu Hyperaktivität neigen, vielmehr neigen sie aber auch dazu viel nachzudenken, zu reflektieren und bauen oft Pausen ein. Des Weiteren glaubt Csikszentmihalyi, dass kreative Menschen intelligent, aber auch in der Lage sein müssen, die Dinge auf neue, sogar naive Weise zu betrachten. Neugierde sei demnach der Anfang von kreativem Denken. Sie sind verspielt, aber auch diszipliniert in der Verfolgung ihrer Arbeit und ihrer Leidenschaften. Was kreative Menschen vor allem von anderen unterscheidet, ist die Komplexität ihrer Persönlichkeit. Kreative Menschen besitzen sich scheinbar widersprechende Eigenschaften. Auch in Victor Frankls Theorien ist dies zu finden. Er sagte: *„Ein kreativer Mensch ist primitiver und kultivierter, destruktiver und konstruktiver, sehr viel verrückter und sehr viel vernünftiger als der Durchschnittsmensch“* (Frankl 1905-1997: S. 1). Nach Csikszentmihalyi beherrschen sie sowohl divergentes als auch konvergentes Denken. Konvergentes Denken beinhaltet die Lösung klar definierter, rationaler Probleme zu finden. Während divergentes Denken bedeutet neue Ideen zu entwickeln, von einer Perspektive zur nächsten zu wechseln und an die Lösung von Problemen spielerisch und offen heranzugehen. Des Weiteren haben sie ein großes Ausmaß an Fantasy, aber auch einen Sinn für Realität. Sie zeigen Seiten der Extraversion und der Introversion. Normalerweise neigen Menschen dazu entweder introvertiert oder extrovertiert zu sein. Kreative Menschen vereinen diese sich vermeintlich widersprechenden Eigenschaften. Sie sind in der Regel so fokussiert auf zukünftige Projekte, dass vergangene Errungenschaften für sie nicht mehr von Bedeutung sind. Kreative Menschen besitzen in der Regel nicht nur die Stärken ihres eigenen Geschlechts z.B. können kreative Frauen oft dominanter und taffer sein als andere Frauen und kreative Männer können sensibler und weniger aggressiv sein als andere Männer. Die Offenheit und Sensibilität kreativer Personen kann dazu führen, dass diese leiden und Schmerz empfinden, aber auch viel mehr Vergnügen haben können. Die verstärkte Sensibilität kann zu mehr Kränkungen und Angst führen, die normale Menschen, in

diesem Maße nicht empfinden würden. Dennoch, eine der wichtigsten Unterschiede ist, dass kreative Menschen die Möglichkeit besitzen, den Prozess des kreativen Schaffens um seiner selbst Willen zu lieben (vgl. Csikszentmihalyi 1996: S. 1-18). Es lassen sich im Gehirn bestimmte Bereiche finden, die auf eine kreative Person schließen lassen. Eine Gruppe von Forschern hat vor Kurzem MRTs und künstliche Intelligenz verwendet, um mit überraschender Genauigkeit vorherzusagen, welche Personen kreativer sind als andere. Das Gehirn zu studieren kann dabei helfen zu verstehen woher Kreativität kommt und wie neue Verbindungen zwischen dem kreativen Ausdruck und dem Geiste geschaffen werden können. Wie bereits erwähnt, gibt es bisher noch wenig Forschungen im Bereich der Kreativität, allerdings wuchs das Interesse an der Forschung der Kreativität in den letzten Jahren. Allein in den letzten zehn Jahren haben mehrere Studien der Hirnforschung das Verständnis des kreativen Prozesses verändert. Jede neue Studie entdeckt einen neuen Faktor, die die Kreativität im Gehirn unterstützt oder verhindert. Diese wissenschaftlichen Neuentdeckungen sind für Forscher eine große Entdeckung, doch wie lassen sich diese in dem kreativen Prozess konkret anwenden? Das menschliche Gehirn besteht aus verschiedenen Bereichen. Dr. Grant Hilary Brenner beschreibt drei verschiedene Bereiche: Ein Standardnetzwerk, dieses ist der inaktive Modus des Gehirns; das Executive Network, welches das Entscheidungs- und Emotionszentrum darstellt und das Salienz-Netzwerk, diese bestimmt, was man bemerkt und was nicht. Vorherige Studien deuten an, dass diese drei Bereiche zusammenarbeiten, wenn man kreativ ist. Das Standardnetzwerk generiert die Ideen, das Executive Network wertet diese aus und das Salienz-Netzwerk hilft zu identifizieren, welche Ideen an das Executive Control Network weitergegeben werden. Dieser Ablauf stellt das Grundschema dar. Es können innerhalb eines solchen Prozesses allerdings auch andere Rückkopplungsschleifen entstehen. Diese Netzwerke bilden ein flexibles und reaktionsfähiges System. Beaty et al. verglichen in ihrer Studie die Gehirnaktivitäten von Probanden mit Hilfe von fMRT Scans. In der Studie wurde die Gehirnaktivität von Probanden, die eine Aufgabe bekamen, die divergentes Denken erfordert mit einer Gruppe von Probanden, die eine Aufgabe bekamen, die kein divergentes Denken erfordert, verglichen. Die Ergebnisse der Studie waren komplex und es wurden Korrelationen zwischen der Kreativitätsaufgabe und bestimmten Bereichen im Gehirn gefunden. So wurde auch ein Zusammenhang zwischen den drei beschriebenen Netzwerken im Gehirn und der Kreativität gefunden. Die

Netzwerke lassen sich auf spezifische Bereiche im Gehirn unterteilen: Das linke posteriore Cingulat für den Standardmodus, die linke anteriore Insel für die Salienz und den rechten dorsolateralen präfrontalen Kortex für exekutive Netzwerke. Die Korrelationen innerhalb von Kreativitätsnetzwerken waren stark und zeigten interne Konsistenz; die Korrelationen in den nicht-kreativen Netzwerken waren ebenfalls stark, sie waren nicht miteinander korreliert und jedes Aktivitätsmuster war für die interessierende Aufgabe einzigartig. Die Studie zeigt, dass allein anhand von Gehirnschans festgestellt werden kann, wer kreativ ist und wer nicht. Es lässt sich auch festhalten, dass es keinen „Kreativitätsteil“ im Gehirn gibt. Kreativität entsteht aus einem komplexen Zusammenspiel mehrerer Gehirnbereiche, an denen mehrere Grundsysteme beteiligt sind (vgl. Brenner 2018: S. 1). Dennoch lassen einige Studien darauf schließen, dass Kreativität in den Genen liegt. Eine Studie von Wissenschaftlern der Cornell University fand in einer Studie mit Künstlern, Musikern und Autoren heraus, dass diese eine Besonderheit in ihrer Gehirnstruktur aufweisen. Sie haben eine kleinere Masse an corpus callosum, diese gehört zu den weißen Massen des Endgehirns und Ansammlung von Nervenfasern, die die beiden Hemisphären des Gehirns verbinden. Eine Erklärung dafür kann sein, dass ein kleiner corpus callosum die Verbindung zwischen der rechten und linken Gehirnhälfte leichter ermöglicht. Die Hemisphären sind damit freier und Ideen können sich besser entfalten. Dieser Prozess fördert divergentes Denken. Wissenschaftler nennen dies „*Inkubation von Ideen*“ (Moore et al. 2009: S. 1). Durch weitere Forschung wurde außerdem herausgefunden, dass kreative Menschen in der Regel eine erhöhte Anzahl an grauer Substanz aufweisen. Aus dieser Studie geht außerdem hervor, dass kreative Menschen einen höheren Serotoninanteil im Gehirn aufweisen. Serotonin ist ein Neurotransmitter, der die Verbundenheit zwischen Zellen erhöht. Dies kann dazu führen, dass die Menschen eher im Stande sind neue Assoziationen zu bilden und Muster zu erkennen. Divergentes Denken ist nicht die einzige Fähigkeit, die ein Mensch braucht, um kreativ zu sein. Man muss auch neue Assoziationen bilden, Ideen entwickeln und Erkenntnisse verbinden (vgl. Kraus et al. 2014: S. 1). Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass kreative Menschen schon durch ihre Genetik ein gewisses Maß an Voraussetzungen für kreatives Arbeiten aufweisen können. Dennoch reicht die biologische Voraussetzung nicht aus. Zu großen kreativen Leistungen gehört auch die Förderung der kreativen Leistungen. Wie man seine



eigene Kreativität fördern bzw. steigern kann, wird im nächsten Abschnitt genau erläutert.

### **3.10 Förderung der Kreativität**

Die eigene Kreativität zu steigern ist ein Ziel, das viele Wissenschaftler und Künstler haben. Doch ist es möglich die eigene Kreativität zu steigern, wenn doch ein Großteil auf die Gene rückzuschließen ist? Wissenschaftler haben in einer Studie herausgefunden, dass, wenn Kinder sich mit kreativen Materialien beschäftigen oder jemand anderem dabei zusehen, wie diejenigen sich kreativ verhalten, sie selbst kreativer werden. Tatsächlich gibt es einen ähnlichen Effekt bei kreativen Eltern. Beschäftigen sich Eltern häufig mit kreativen Dingen, sind auch die Kinder in der Regel kreativer. Durch Zwillingsstudien lässt sich auch die Vermutung ausschließen, dass dieser Zusammenhang durch die Gene entsteht (vgl. Hoicka 2016: S. 1). Um seine eigene Kreativität zu fördern kann es also hilfreich sein, sich mit kreativen Menschen zu umgeben. Oppezzo und Schwartz (2014) fanden in ihrer Studie zu den positiven Auswirkungen von Spaziergängen auf kreatives Denken heraus, dass draußen spazieren gehen die Kreativität der Teilnehmer signifikant steigert. Gehen steigert den freien Ideenfluss und ist eine einfache Lösung für die Kreativitätssteigerung (vgl. Oppezzo & Schwartz 2014: S. 6). Wie bereits erwähnt kann es hilfreich sein, sich im kreativen Prozess mit anderen auszutauschen. In ihrer Forschung zu Kollaboration und Kreativität fanden Uzzi und Spiro (2005) heraus, dass die Zusammenarbeit mit anderen die eigene Kreativität steigern kann: *“creativity is not only, as myth tells, the brash work of loners, but also the consequence of a social system of actors that amplify or stifle one another’s creativity”* (Uzzi & Spiro 2005: S. 2). Des Weiteren gibt es eine Verbindung zwischen genügend Schlaf und Kreativität. Schlaf kann bei der Lösung von Problemen Kreativität hervorbringen (vgl. Marguilho et al. 2015: S. 139). Eine Möglichkeit seine Kreativität zu fördern besteht weiterhin daraus, etwas Abstand von seiner derzeitigen Tätigkeit zu gewinnen. Eine Studie zeigt, dass dieser Abstand dazu beitragen kann, seine kreativen Blockaden zu lösen. Teilnehmer der Studie die sich vorstellten an einem anderen Ort zu sein und Abstand von dem derzeitigen Problem gewinnen zu können, haben mehr kreative Lösungswege hervorgebracht (vgl. Wronska 2018: S. 1). Die vorliegenden Studien zeigen Möglichkeiten die eigene Kreativität

zu fördern. Zwar kann es genetische Aspekte geben die Kreativität beeinflussen können, wie man mit dieser umgeht ist allerdings entscheidend.

### **3.11 Vier-C-Modell**

Das Vier-C-Modell der Kreativität zielt darauf ab, eine Typologie der Kreativität zu schaffen. Wissenschaftler haben auf diesem Gebiet kreative Produkte in zwei Typen unterteilt: Big-C und Little-c (eine Erklärung folgt weiter unten). Kaufman und Beghetto (2009) schlugen vor, dieses Modell um zwei Typen zu erweitern: Mini-C und Pro-C. In ihrem Modell ist die erste und höchste Form der Kreativität das Big-C. Ein Erreichen dieses hohen Niveaus an Kreativität bedeutet häufig eine hohe Anerkennung oder möglicherweise sogar einer Auszeichnung, wie dem Nobel Preis. Daher wird dieser Grad auch als sehr selten angesehen. Als direkter Nachfolger in der Hierarchie steht das Little-c. Dieses bezieht sich auf alltägliche Innovationen oder kreative Aktionen, die sich an Nicht-Experten richten. Die neue Innovation muss allerdings neuartig und in irgendeiner Form nützlich für die jeweilige Person sein. Tatsächlich argumentieren Kaufman und Beghetto, dass die Standarddefinition von Kreativität (die Produktion von neuartigen und nützlichen Ideen) eher für Little-c als für Big-C geeignet ist, da man bei der Definition von Big-C fälschlicherweise davon ausgeht, dass Kreativität außergewöhnliche geistige Leistungen erfordert, die nur von hochbegabten Menschen ausgeführt werden können. Die dritte Kategorie ist das Mini-C. Diese bedeutet neue und persönlich bedeutsame Interpretation von Erfahrungen, Handlungen und Ereignissen. Diese Kategorie bezieht sich auf die kreativen Einsichten und Interpretationen, die mit dem Lernen verbunden sind. Die letzte Kategorie ist die Pro-C Kategorie. Diese beinhaltet professionelles Fachwissen. Jeder, der in einem kreativen Bereich professionelles Fachwissen erlangt, hat wahrscheinlich den Pro-c-Status erreicht.

### **3.12 Fazit**

Kreativität ist die Fähigkeit etwas Neues, originelles oder nützliches zu schaffen. Es gibt drei Definitionsbereiche von Kreativität: Kreativität als charakterliches Merkmal eines Menschen, als kreativen Prozess oder Kreativität als Produkt. Kreativität wird allgemein als erstrebenswert angesehen. Wie Csikszentmihalyi (1996) betonte, kann sie zu einem erfüllteren Leben beitragen. Studien belegen die positive Wirkung auf die psychische Gesundheit. Menschen können sich dadurch aktiver und positiver fühlen. Da Kreativität

ein effektives Mittel gegen Stress sein kann, können dadurch soziale Probleme, Beeinträchtigungen der Denkleistung, emotionale Instabilität und gesundheitliche Probleme vorgebeugt werden. Studien belegen den Zusammenhang zwischen Langeweile und Kreativität. Personen, die zunächst eine langweilige Aufgabe lösen mussten, zeigen im Anschluss einen erhöhten Grad an Kreativität. Ob ein Mensch sich kreativ beschäftigt oder anderen Ablenkungen nachgeht, wie beispielsweise die Beschäftigung mit dem Smartphone hängt von der intrinsischen Motivation ab. Dies bedeutet, der Anreiz der Ausführung einer Tätigkeit besteht in der Tätigkeit selbst. Intrinsische Motivation gilt daher als Voraussetzung für kreative Handlungen. Verliert man das Zeitgefühl in einer Tätigkeit und geht man in dieser vollkommen auf, spricht man von einem Flow-Erlebnis. Dieses kann nur bei aktiven Tätigkeiten vorkommen. Die Voraussetzung dafür ist, dass die ausführende Tätigkeit weder eine Unterforderung (Langeweile) noch eine Überforderung (Angst) darstellt. Menschen können dadurch an Optimismus gewinnen. Kreative Menschen grenzen sich mit sich scheinbar widersprechenden Eigenschaftspaaren von anderen ab. So können sie beispielsweise fantasievoll, aber auch realistisch sein. Ob ein Mensch kreativ ist oder nicht, kann durch Gehirnscans mit Hilfe bildgebender Verfahren herausgefunden werden, da neue Studien belegen, dass kreative Menschen eine andere Gehirnstruktur aufweisen als un kreativere Menschen. Obwohl es genetische Veranlagungen gibt, die darauf hinweisen können, ob ein Mensch kreativ ist oder nicht, hat prinzipiell jeder Mensch das Potential dazu kreativ zu sein. Es gibt einige Methoden, um die eigene Kreativität zu steigern und auch durch den Austausch mit anderen können mehr Informationen ausgetauscht werden und dadurch ein größerer Ideenfluss entstehen. Es gibt einige Modell, die den Versuch unternehmen, den kreativen Prozess zu beschreiben.

## **4 Kreativität in der Corona-Pandemie**

Die Pandemie hat massive Auswirkungen auf fast alle Bereiche der Kunst und Kultur. Zahlreiche Konzerte und Veranstaltungen mussten abgesagt werden und durch die von der Regierung vorgeschriebenen Lockdowns mussten viele Museen, Ausstellungen etc. vorübergehend geschlossen werden und Kurse in (Kunst-/Volkshoch-) Schulen können vorübergehend nicht stattfinden. Besonders schwer betroffen sind die Freiberufler der Kunst und Kulturbranche. Viele Künstler wie Sänger, Bühnentechniker, Fotografen, Schauspieler und Schreiber haben aufgrund der Absagen von Veranstaltungen finanzielle Nöte. Die Veranstaltungsbranche ist dazu angehalten, neue kreative Möglichkeiten der Kulturvermittlung zu finden. Auf der anderen Seite zeigt eine Analyse der sozialen Medien, dass es einen Anstieg an kreativen Beiträgen gibt. Es stellen sich die Fragen, welche Möglichkeiten gibt es noch, sich mit Kunst und Kultur auseinander zu setzen? Bedeuten mehr Beiträge in den sozialen Medien, dass sich die Menschen mit ihrer eigenen Kreativität nun mehr auseinandersetzen? Und welche Auswirkungen kann dies für die psychische Gesundheit der Menschen haben? In diesem Kapitel werden die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Möglichkeit, sich mit Kunst und Kultur zu beschäftigen und die Bedeutung für die eigene Kreativität untersucht.

### **4.1 Eine Möglichkeit zur Resilienz Entwicklung in der Pandemie**

Kunst gilt als Ausdruck des menschlichen Geistes, aus diesem Grund ist die Kunst- und Kreativwissenschaft nicht nur ein wesentlicher Bestandteil der Wirtschaft, sondern auch der menschlichen Erfahrung (vgl. UNESCO 2021: S. 1). Die positiven Effekte dieses menschlichen Ausdrucks helfen Klienten durch die Kunsttherapie schon seit Mitte des 20ten Jahrhunderts. Diese positiven Auswirkungen auf die mentale Gesundheit konnte durch eine Studie (vgl. Spandler et al. 2017: S. 8-9) belegt werden. Berridge und Kringelbach (2015) entdeckten in einer Studie über das Belohnungssystem im Gehirn, dass sich Kunst anzuschauen einen angenehmen Reiz auslöst, ähnlich wie essen oder süchtig machende Drogen. Eine ähnliche Entdeckung machte Prof. Dr. Semir Zeki. Dieser entdeckte, dass bei der Betrachtung eines Kunstwerkes, das als schön empfunden wird, das Belohnungssystem im Gehirn aktiviert wird und damit einen ähnlichen Effekt auslöst, wie wenn man verliebt ist (vgl. Zeki 2004: S. 1). Der Besuch einer Kunstgalerie sorgt für nachweislich weniger Speichel Cortisol und einem niedrigeren Stresslevel (vgl. Clow &

Fredhoi 2006: S. 29-32). Ob es einen ähnlichen Effekt bei Online-Angeboten gibt, wurde bisher noch nicht untersucht. In einer Studie über Bewältigungsmechanismen wurde herausgefunden, dass College-Studenten, die kreativen Hobbys nachgingen, bessere Bewältigungsmechanismen besitzen (vgl. Logan 2016: S. 12-13). Kann Kreativität nun eine Methode sein, in Zeiten einer Pandemie Resilienz zu entwickeln? Die aufgeführten Studien deuten an, dass die Beschäftigung mit Kunst einen positiven Effekt auf die mentale Gesundheit haben kann.

## **4.2 Welche Möglichkeiten bleiben kreativ zu sein?**

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten sich in der Corona-Pandemie kreativ zu beschäftigen. Natürlich kann man seinen üblichen Hobbys wie zeichnen, malen, basteln, töpfeln etc. während der Corona-Pandemie weiterhin nachgehen. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Möglichkeiten, sich im Internet mit anderen kreativen Personen auszutauschen. Wer die Verbindung zu anderen Kreativen sucht und seine Fähigkeiten verbessern möchte, kann sich beispielsweise bei Online-Plattformen wie Skillshare, Domistika oder Udemy anmelden. Diese Internetseiten bieten einzelne Kurse, bei denen man neue kreative Fähigkeiten erlernen oder erweitern kann. Hier gibt es weiterhin die Möglichkeit, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen. Nach Angaben des CEOs von Skillshare Matt Cooper stiegen die Anmeldungen von Skillshare durch die Corona-Pandemie an: „*The number of new users joining Skillshare has tripled over our normal levels.*“ (Stommel 2020: S. 1). Zudem gibt er an, dass sich die Zahl der angeschauten Kurse in Deutschland und den USA verdoppelt und in Italien und Spanien verdreifacht haben. Als Grund für den enormen Zuwachs sieht Cooper die neugewonnene Zeit Zuhause und die fehlenden sozialen Kontakte (vgl. Stommel 2020: S. 1).

### **4.2.1 Kreative Online-Plattformen**

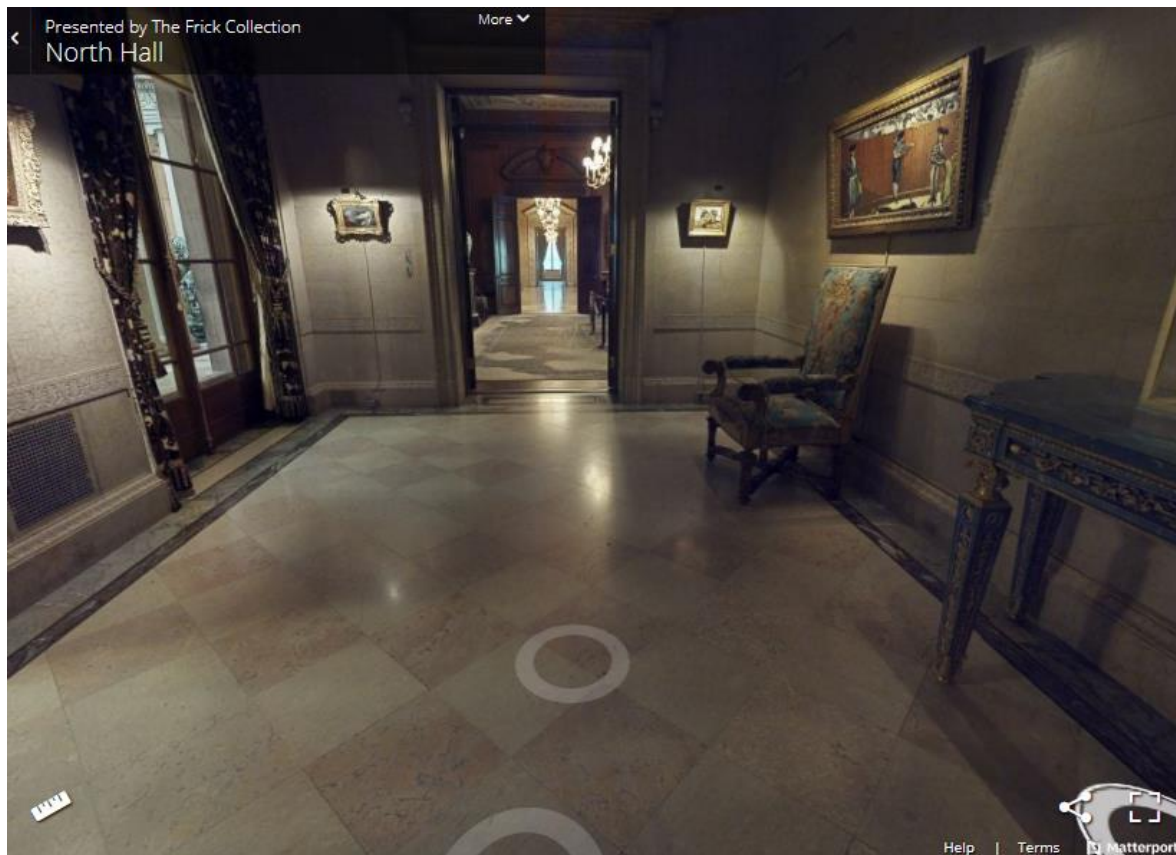
In Zeiten der Digitalisierung gibt es zahlreiche Möglichkeiten, sich mit der eigenen Kreativität (auch online) auseinander zu setzen. Durch Online-Lerngemeinschaften lassen sich neue kreative Fertigkeiten online erlernen. Online-Plattformen bieten so die Möglichkeit von zu Hause aus an Kreativkursen teilzunehmen. Dies kann positive Effekte auf die Nutzer haben. Durch Online-Lerngemeinschaften können sich Teilnehmer mit Menschen überall auf der Welt vernetzen und austauschen. Dies kann Nutzern ein Gefühl der Unterstützung und Verbindung geben. Vor allem für sozial unsichere Menschen ist

dies eine Möglichkeit ihren Hobbys nachzugehen und etwas dazuzulernen, ohne in eine für sie unangenehme Situation gebracht zu werden. Dies ermöglicht auch Introvertierten eine Chance zum eigenen kreativen Ausdruck. Des Weiteren stehen die Plattformen jedem Nutzer überall auf der Welt zur Verfügung. Es ist möglich, sich mit Nutzern aus anderen Ländern auszutauschen. Dies bietet eine Einsicht in unterschiedliche Perspektiven und kann die eigene Kreativität anregen. Die Plattformen bieten den Nutzern die Gelegenheit zudem ehrliches Feedback einzuholen und geben damit eine Chance besser zu werden. Zum Schluss ermöglichen kreative Online-Plattformen allgemein ein weites Spektrum an Kursen. Menschen überall auf der Welt können an einer Vielzahl von Kursen teilnehmen, an denen sie unter normalen Umständen z.B. auf Grund des mangelnden Angebots an Live-Kursen, nicht hätten teilnehmen können (vgl. Lenzion & Bake 2020: S. 1).

#### **4.2.2 Virtuelle Veranstaltungen**

Durch die Corona-Pandemie bedingt, entstanden zahlreiche neue Ideen und kreative Innovationen. So ist auch die Kunst- und Kulturbranche kreativ geworden und erfand zahlreiche neue Möglichkeiten, den Menschen Zuhause Kultur näher zu bringen, in dem sie ihr digitales Angebot erweiterten. Digitale Kunsthalle: In einer digitalen Kunsthalle werden reale Räume digital nachgebaut. Diese können Online-Besucher digital durchwandern. Die Website bietet die Chance Ausstellungsstücke größer darzustellen und zeigt Videos von den Künstlern, die zusätzliche Informationen über ihre Kunstwerke geben. Im Fokus dieser virtuellen Seiten stehen die Kunstwerke, die digitale Gestaltung der Räume ist schlich (vgl. Digitale Kunsthalle 2021: S. 1). Eine andere Methode einen virtuellen Raum darzustellen ist die, echte Räume durch 3D-Fotografien darzustellen. Dies hat den Vorteil, dass die Räume zu den Exponaten passen und kein Bruch entsteht. Der Nachteil dieser Methode ist, dass es nur begrenzt möglich ist, ein Ausstellungsstück zu vergrößern oder sich im Online-Raum frei zu bewegen. Auch fehlen hier zusätzliche Informationen zu den Exponaten (vgl. The Frick Collection 2021: S.1). Abbildung 2 zeigt

einen Ausschnitt der Frick Collection. Diese wurde mit 3D-Fotografien erstellt.



**Abbildung 2: Ausschnitt der Online-Ausstellung der Frick Collection (Frick Collection 2021: S. 1)**

Einige Ausstellungen benutzen bei der Visualisierung ihrer Online-Ausstellungen einen One-Pager. Dies bedeutet, dass es sich um eine Internetseite handelt, die nur aus einer Seite besteht. Diese wird meistens so gestaltet, dass sie nach unten hin beliebig erweiterbar ist. Ein Vorteil dieser Gestaltungsmethode ist, dass es die Bedienung auf einem Smartphone erleichtert (vgl. Deutsche digitale Bibliothek 2021: S. 1). Ein Vorteil, den Online-Angebote bieten, ist die Möglichkeit zur musikalischen Untermalung. So kann die Option dazu geboten werden Besucher, die aber keine musikalische Untermalung wünschen, können diese beliebig ausschalten (vgl. Brooklyn Museum 2021: S. 1). Für musikalisches Interesse bieten Konzerthallen, Philharmonien und Opernhäuser Live-Konzertübertragungen im Internet an. Und auch Theateraufführungen können online angeschaut werden. Immer mehr Theater und Opernhäuser stellen wegen der Corona-Krise ihr Programm online zur Verfügung. Dies kann man entweder per Livestream oder per Videomittschnitt anschauen (vgl. deutschland.de 2021: S. 1).

Dank moderner Technologie werden einige Möglichkeiten geboten, Museen und Kunstgalerien sowie Ausstellungen, Konzerte, Theater, Opern, Ballett und andere kulturelle Veranstaltungen online zu besuchen. Voraussetzung dafür ist lediglich eine stabile Internetverbindung. Es gibt verschiedene Vorgehensweisen, die Umsetzung von realen Exponaten in das Onlineformat zu ermöglichen. Von der Erstellung ganzer 3D-Räume, über die Darstellung anhand eines Zeitstrahls, bis hin zu einer schlichten One-Pager-Seite. Die künstlerische Online-Darstellung kann dazu beitragen, den Besuchern die Materie besser näher zu bringen. Dabei weisen einige dieser Möglichkeiten einige Schwächen auf, die es dem Besucher erschweren ganz in die Materie einzutauchen. Auch unterscheidet sich ein virtueller Rundgang insofern, dass die Aufnahmen der realen Museen und Ausstellungen in leeren Räumen gemacht wurden. Damit wirken die Online-Darstellungen lebloser als im realen Leben. Dies ist auch ein Problem bei Live-Übertragungen von Theatern, Opern etc. Die Vermittlung über einen Online-Raum ermöglicht zwar die Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur, beinhaltet aber nicht die Schließung möglicher neuer sozialer Kontakte. Da diese Methoden neu sind, lassen sich Schwächen sicher leicht ausbessern. So ist es wichtig bei solchen Formaten in Kontakt mit den Besuchern zu stehen und auf Verbesserungsvorschläge zu reagieren. Dennoch bieten diese Formate die Möglichkeit berühmte Museen, Ausstellungen etc. kostenlos von zuhause aus zu besuchen und an Veranstaltungen wie Theater, Oper, Konzerte etc. von Zuhause aus teilzunehmen.

### **4.3 Neue Innovationen**

In Zeiten einer Krise ist das normale Leben der Menschen unterbrochen. Für einige bedeutet dies in der Corona-Pandemie von der Krankheit selbst betroffen zu sein, bei der Arbeit Einschränkungen zu haben oder auf sozialer Ebene betroffen zu sein (z.B. eingeschränkter Sozialkontakt). Diese Einschnitte im Leben bereiten Unruhe und Angst, sie können aber auch zum Umdenken anregen und als Katalysator für neue Ideen eingesetzt werden. Dies entsteht dadurch, dass die übliche Art zu denken in Zeiten einer Krise nicht mehr funktioniert. In diesen Zeiten ist es unabdinglich neue Ideen, Umsetzungen und eine neue Form der Führung einzusetzen. Wissenschaftler haben seit langem das kreative Potenzial tiefer Unsicherheit erkannt. Die frühen Pragmatiker haben beispielsweise argumentiert, dass wir nur durch Zweifelszustände gezwungen sind, neu zu



denken und zu handeln (vgl. Dewey 1910: O.S.; Peirce 1958: O.S). Kreativitätsforscher haben in ähnlicher Weise festgestellt, dass wir von schlecht definierten Problemen zu kreativer und fantasievoller Arbeit bewegt werden (vgl. Craft 2015: S. 1).

#### **4.4 Bisherige Forschung zu dem Zusammenhang zwischen Kreativität und der Corona-Pandemie**

Die Corona-Pandemie schaffte eine neue Realität für fast jeden Menschen auf der ganzen Welt. Angefangen den Einfluss der Pandemie auf die Kreativität zu untersuchen, wurde allerdings erst vor kurzer Zeit. In einer Studie, durchgeführt von Karwowski et al. wurde die kreative Aktivität von 78 Studenten vor Corona (März 2019) mit der kreativen Aktivität von 235 Studenten während der Pandemie (März 2020) verglichen. In dieser Studie mussten die Teilnehmer im ersten Versuchszeitraum (2019) über zwei Wochen ihre kreativen Aktivitäten und Emotionen dokumentieren. Zum zweiten Messzeitpunkt (2020) mussten sie ihre kreativen Aktivitäten, Emotionen und die Häufigkeit und Intensität von Corona-Gedanken festhalten. Es wurde herausgefunden, dass sich die Studenten während der Pandemie ein wenig, aber dennoch signifikant, öfter mit kreativen Aktivitäten beschäftigten. Des Weiteren zeigen Tage, an denen sich die Studenten mit dem Informationsaustausch über Corona beschäftigten, mehr kreative Aktivität an (vgl. Karwowski et al. 2021: S. 1-8).

#### **4.5 Fazit**

Die Corona-Pandemie hat einen gravierenden Einschnitt in das Leben aller verursacht. Viele Menschen leiden unter den Folgen der Pandemie, wie limitierter sozialer Kontakt, Jobverlust und finanzielle Nöte, einen geliebten Menschen verloren zu haben oder auch selbst von der Krankheit und möglichen Spätfolgen betroffen zu sein. Außerdem belegen einige Studien, dass die Pandemie Auswirkungen auf die mentale Gesundheit haben kann. Und dennoch gibt es einige Menschen, die von der Pandemie weniger betroffen zu sein scheinen als andere. Ausschlaggebend können verschiedenen Bewältigungsmechanismen sein. Wie bereits aufgeführt, können kreative Betätigungen positive Auswirkungen auf die mentale Gesundheit haben und möglicherweise als eine Bewältigungsstrategie auch in dieser Pandemie benutzt werden. Andere Studien haben herausgefunden, dass die Pandemie Langeweile auslösen kann. Langeweile kann zu Kreativität führen. Es ist möglich, dass die Pandemie einigen Menschen die Gelegenheit bietet, neue kreative

Hobbys für sich zu entdecken. Auch in Zeiten der Pandemie gab es einige Möglichkeiten zum kulturellen und kreativen Austausch. Inwieweit diese genutzt wurden, ob sie eine gute Alternative zu den normalen Angeboten waren und ob sie zu der Erhaltung der mentalen Gesundheit beitragen können, sollte überprüft werden. Abbildung 3 fasst die Hypothesen der Arbeit noch einmal bildlich zusammen. In den folgenden Kapiteln soll untersucht werden, welchen Einfluss die Corona-Pandemie auf den Umgang mit Kunst und Kultur und auf die eigene Kreativität hat. Es soll überprüft werden, ob durch die Eindämmungsmaßnahmen (vor allem soziale Distanzierung und Lockdowns) einige Menschen mehr Zeit mit der Auslebung ihrer Kreativität verbringen und ob die Ausübung neuer kreativer Hobbys und die Beschäftigung mit Kunst und Kultur (online) positive Auswirkungen auf die mentale Gesundheit haben kann. Abbildung 3 ist eine grobe Darstellung der zu überprüfenden Thesen. Welche Auswirkungen andere Hobbys auf die mentale Gesundheit haben können, wird in dieser Arbeit nicht untersucht, daher wird dies nicht bildlich dargestellt. Diese Hypothesen sollten mit Hilfe eines Online-Fragebogens überprüft werden.

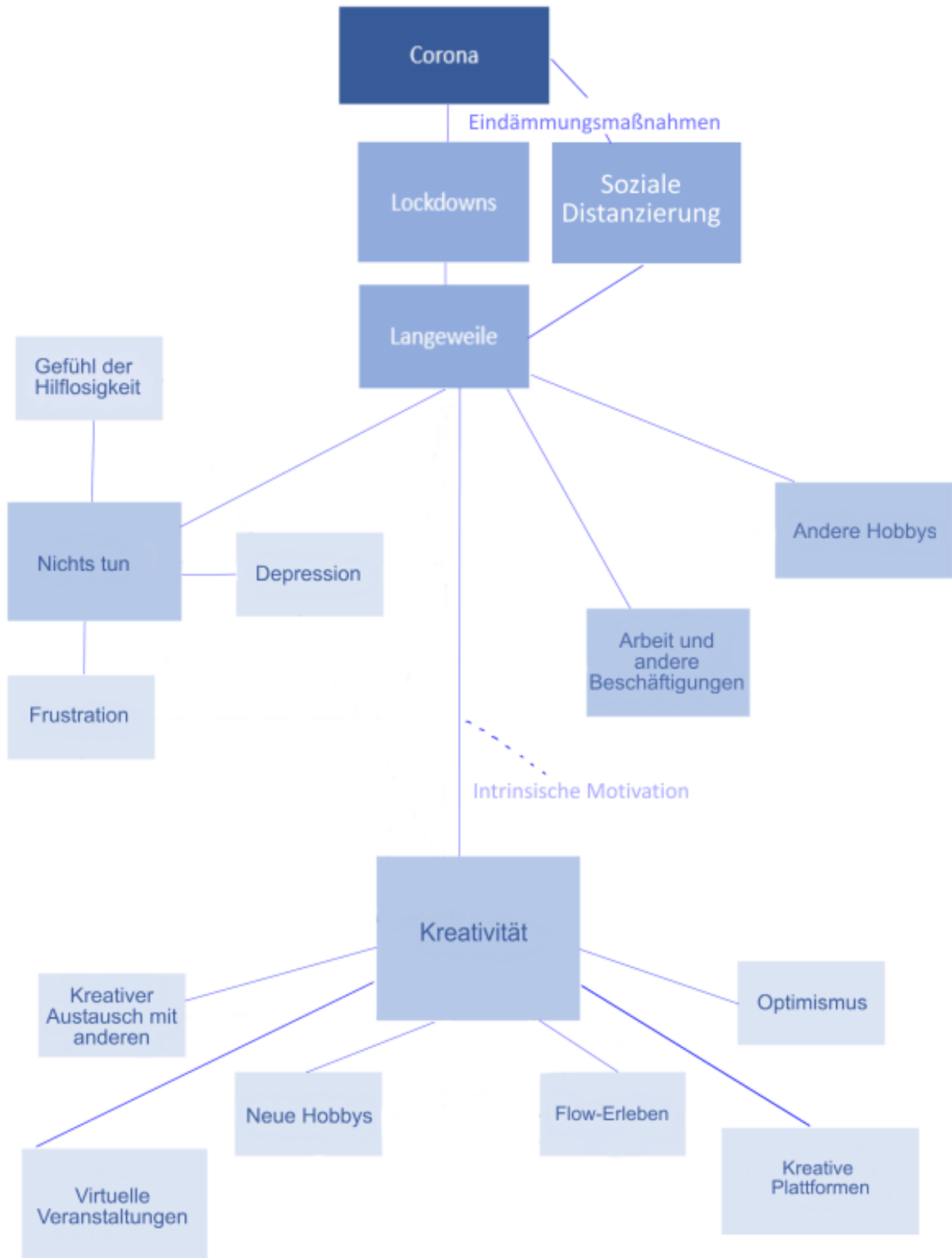


Abbildung 3: Hypothese als grafische Darstellung (eigene Darstellung)

## **5 Methode**

Zur Untersuchung der Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Kreativität, Kunst und Kultur wurde ein Fragebogen erstellt. Die quantitative Forschungsmethode ermöglicht exakte Ergebnisse, einen hohen Grad an Objektivität und damit eine bessere Vergleichbarkeit. Der Fragebogen unterteilt sich in drei Teilbereiche, die im folgenden Abschnitt genau erläutert werden. Da es keine Kriterien für die Gruppe der Versuchspersonen gab, konnten alle Interessierten am Fragebogen teilnehmen.

### **5.1 Der Fragebogen**

Der Fragebogen konnte von allen Freiwilligen ausgefüllt werden, da sich der Fragebogen sowohl an weniger kreative als auch an sehr kreative Menschen richtet. Er wurde online für den Zeitraum vom 18.04.2021 bis zum 30.05.2021 auf SoSci Survey erstellt und durch Online-Plattformen verbreitet. Die Verbreitung des Fragebogens erfolgte international, der Großteil der Teilnehmer stammt allerdings aus Deutschland. Um eine hohe Anzahl an Teilnehmern zu gewährleisten, wurde der Fragebogen so konzipiert, dass er nicht länger als fünf Minuten Zeit in Anspruch nimmt. Als eine entscheidende Komponente wurde nach der Kreativität der Teilnehmer gefragt. Wie bereits angemerkt worden ist, ist die Definition von Kreativität schwierig. Aus diesem Grund stellt sich die Frage, wie Kreativität im Fragebogen abgefragt werden kann. Es besteht die Möglichkeit auf standardisierte Kreativitätstests zurückzugreifen. Diese beschränken sich in ihrer Abfrage allerdings auf divergentes Denken, also die Fähigkeit unsystematisch und spielerisch an Probleme heranzugehen (vgl. Onlinelexikon für Psychologie und Pädagogik 2021: S. 1). Auch gibt es bei einigen Kreativitätstest ein Zeitlimit, dies ist zu kritisieren, da sich eine kreative Person unter Zeitdruck nicht entfalten kann. Des Weiteren ist Kreativität nicht als einfaches singuläres Konstrukt zu erfassen, es ist ein komplexes Konstrukt, dessen Komponenten nicht alle messbar sind. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Kreativitätstests nicht zuverlässig messen können, ob ein Mensch tatsächlich kreativ ist (vgl. Hany 2014: S. 1). Auf Grund dieser Faktoren und der zeitlichen Limitierung, die eine höhere Teilnehmerzahl garantieren sollte, wurde Kreativität im Fragebogen auf Grundlage der Selbsteinschätzung abgefragt. Der Fragebogen gliedert sich in vier Teilbereiche: Allgemeine Fragen, Kunst und Kultur, Kreativität und psychische Gesundheit. Nach der allgemeinen Begrüßung, in der der Zweck der Forschung beschrieben wird, gibt es einen allgemeinen Frageteil. Dieser

fragt demografischen Daten wie Alter, Geschlecht und Beruf ab. Durch die derzeitige Corona-Lage gibt es zusätzlich noch die Frage, inwieweit die Versuchsperson von der Corona-Lage im Beruf betroffen ist. Im zweiten Teil des Fragebogens werden Fragen zum kulturellen und künstlerischen Interesse der Versuchsperson gestellt. Hierzu gehören sowohl Fragen, die sich auf die Lage vor Corona beziehen z.B.: *„Sind Sie vor Corona gern in Museen, Kunstgalerien u.ä. gegangen?“* als auch Fragen zur derzeitigen Corona-Situation: *„Haben Sie schon einmal an einem Online-Angebot von Museen, Galerien o.ä. teilgenommen?“* und welche Gründe es für eine Ablehnung an einer Online-Teilnahme gibt. Des Weiteren wird nach der Erfahrung während einer Online-Veranstaltung gefragt. Die Abfrage der individuellen Kreativität beruht auf Selbstauskunft, diese wird im dritten Teil des Fragebogens abgefragt. Auch hier findet sich eine Frage zum Vergleich zwischen der Situation vor Corona und während der Corona-Pandemie. Zu der individuellen Kreativität gehört auch die Frage nach der Nutzung von kreativen Online-Plattformen, da es dabei um die Erweiterung der kreativen Fähigkeiten und Auslebung der eigenen Kreativität geht. Abgefragt werden hier die bekanntesten Kreativplattformen. Es wird bewusst darauf verzichtet allgemeine soziale Plattformen zu nennen, da diese zwar auch Ausdruck der eigenen Kreativität sein können, nicht aber primär für eine kreative Nutzung gedacht sind. Auch hier wird wieder das Nutzungsverhalten vor der Pandemie mit dem während der Pandemie verglichen. Im vierten und letzten Teil des Fragebogens werden einige Fragen zur mentalen Gesundheit abgefragt. Dieser Teil wird mit wenigen Fragen abgefragt, da die mentale Gesundheit in der Corona-Pandemie nicht das zentrale Thema der Arbeit ist. Aus diesem Grund wird auch auf standardisierte Fragebögen verzichtet. Des Weiteren sollte der Fragebogen kurzgehalten werden, um eine hohe Teilnehmerzahl zu garantieren.

## **5.2 Auswertung**

Die Auswertung der Daten erfolgt über das Statistik Programm SPSS.

## 6 Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse des Fragebogens dargestellt. Der Fragebogen wurde von 102 Teilnehmern vollständig abgeschlossen.

### 6.1 Demografische Daten

	Gesamtanteil in Prozent
<b>Geschlecht</b>	
Männlich	41,8
Weiblich	56,1
Anderes Geschlecht	2
<b>Alter</b>	
Bis 20 Jahre	10,2
21-35 Jahre	58,2
36-50 Jahre	8,2
51-75 Jahre	20,3
Über 76 Jahre	3,1
<b>Tätigkeit</b>	
SchülerIn/StudentIn/Auszubildende(r)	43,9
Berufstätig in Vollzeit	31,6
Berufstätig in Teilzeit	10,2
Derzeit nicht erwerbstätig	14,3
<b>In der Erwerbstätigkeit von Corona betroffen</b>	
Home-Office/Home-Schooling/Online-Lehre	60,2
Zeitweise arbeitslos	4,1
Derzeit arbeitslos	3,1
Nicht betroffen	32,6
<b>Herkunft</b>	
Aus Deutschland	87,8
Nicht aus Deutschland	12,2

## Tabelle 2: Ergebnisse des Fragebogens Teil 1 - Allgemeines (eigene Darstellung)

Tabelle 2 stellt die Ergebnisse des ersten Teils des Fragebogens dar. Im ersten Teil des Online-Fragebogens geht es um allgemeine demografische Daten. Wie die Tabelle zeigt, verteilt sich die Teilnehmeranzahl fast gleich auf männliche und weibliche Teilnehmer, mit einem etwas größeren männlichen Anteil (56,1%). In dieser Umfrage dominiert die Altersklasse der 21-35-Jährigen, der Mittelwert des Alters liegt bei 34,52 (SD=17,2). Mit 43,9% sind fast die Hälfte der Teilnehmer Schüler, Studenten oder Auszubildende. Zudem ist der Großteil der Teilnehmer (60,2%) durch Home-Office, Home-Schooling oder Online-Lehre von den Corona-Maßnahmen betroffen. Immerhin 32,6% der Teilnehmer geben an, gar nicht von Corona (in der Erwerbstätigkeit) betroffen zu sein. 87,8% der Teilnehmer geben an, aus Deutschland zu kommen.

## 6.2 Kunst und Kultur

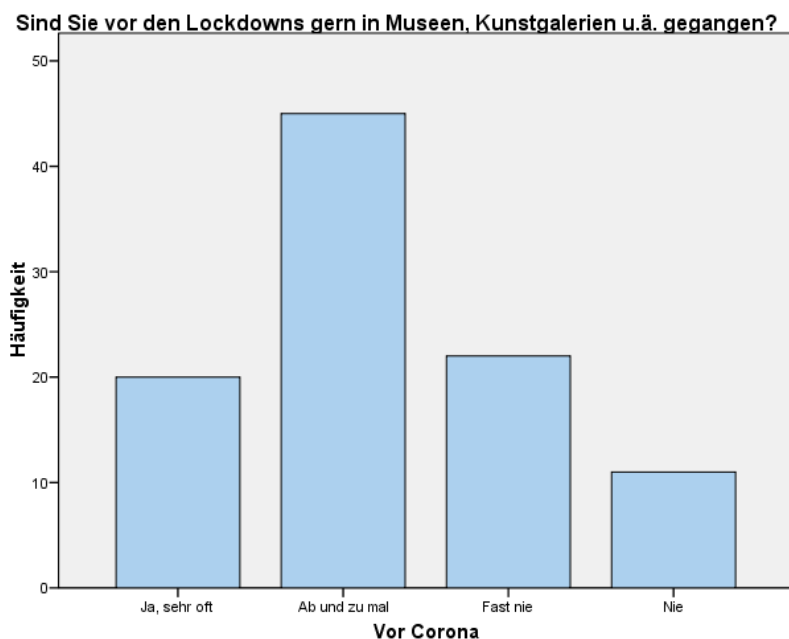
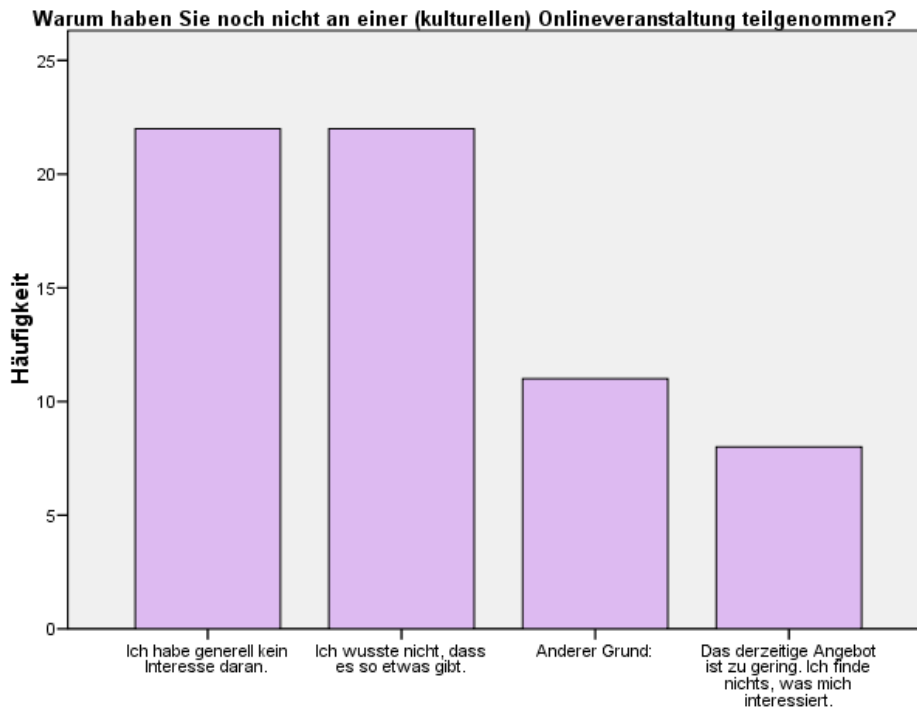


Abbildung 4: Ergebnisse des Fragebogens Teil 2 - Museen, Kunstgalerien u.ä. (eigene Darstellung)

Der Großteil der Befragten (45,9%) gibt an, vor Corona „ab und zu mal“ in Museen, Kunstgalerien u.ä. gegangen zu sein. Immerhin 20,4% der Befragten geben an „sehr oft“ Museen, Kunstgalerien etc. besucht zu haben. 11,2% der Befragten sind vor Corona „nie“

in Museen, Kunstgalerien etc. gewesen. Der Großteil der Befragten (77,6%) gibt an, noch nie an einer Onlineveranstaltung im kulturellen Bereich teilgenommen zu haben. Das nachfolgende Balkendiagramm zeigt, warum die Teilnehmer (noch) nicht an einer Onlineveranstaltung teilgenommen haben.



**Abbildung 5: Ergebnisse des Fragebogens Teil 2 - Warum noch nicht an Onlineveranstaltungen teilgenommen wurde (eigene Darstellung)**

22,4% der Befragten geben an, generell kein Interesse an den Onlineveranstaltungen zu haben. Die gleiche Anzahl der Befragten (22,4%) gibt an, nicht gewusst zu haben, dass es diese Onlineveranstaltungen gibt. Einige der Befragten gaben zusätzlich eigene Gründe an, (noch) nicht an Onlineveranstaltungen teilgenommen zu haben, diese werden in der folgenden Grafik dargestellt, sie lassen sich in Kategorien unterteilen: technische Gründe, persönliche Gründe und online ist kein Ersatz.

Technische Gründe	Persönliche Gründe	Online ist kein Ersatz
Technisch keine Möglichkeiten.	Keine Zeit.	Visuell oder anderweitig online ist kein Ersatz.
Kein Internet.	Interesse besteht durchaus, jedoch reicht mir mein Kontakt mit bildenden Medien aufgrund der	Die persönliche Anwesenheit im Setting der Galerie oder des Museums ist mir wichtig.



	digitalen Distanzvorlesung aus.	
	Ich bin durch die Pandemie zeitlich sehr in der Arbeit eingespannt.	Das ist nicht mit dem realen Erlebnis vergleichbar.
	Hat sich zeitlich noch nicht ergeben.	Ich bin kein Online-Freund
	Geräusche per Fernsehen, Radio, Tablet kann ich nicht ab.	

**Tabelle 3: Ergebnisse des Fragebogens Teil 2: Gründe gegen die Teilnahme an Online-Veranstaltungen (eigene Darstellung) Anmerkung: Die Aussagen der Tabelle sind direkte Zitate aus dem Online- Fragebogen**

Bei der letzten Frage des zweiten Teils des Fragebogens handelt es sich um die Fragen nach den Erfahrungen einer Online-Veranstaltung. Einige der Teilnehmer mussten hier aus der Auswertung herausgenommen werden, da diese noch an keiner Online-Veranstaltung teilgenommen haben (77,6%) oder die Fragen nicht beantworten wollten.

Frage	Stimme gar nicht zu	Stimme eher nicht zu	Ich weiß es nicht/Habe noch nicht teilgenommen	Stimme eher zu	Stimme voll und ganz zu
Die Möglichkeit an einer Online-Veranstaltung teilnehmen zu können gefällt mir sehr.	1%	6,1%	62,2%	18,4%	12,2%
Es gab keine technischen Schwierigkeiten.	3,1%	7,1%	66,4%	12,2%	11,2%
Die Vermittlung der Inhalte über den Online-Raum funktioniert gut.	0%	10,2%	66,3%	14,3%	9,2%
Ich bin mit den derzeitigen Online-Angeboten sehr zufrieden.	1%	16,3%	65,4%	12,2%	5,1%
Ich hätte gerne mehr	2%	14,3%	66,4%	6,1%	11,2%

<b>Möglichkeiten mich mit Kunst und Kultur (online) auseinanderzusetzen.</b>					
<b>Die Online-Angebote sind eine gute Alternative.</b>	6,1%	4,1%	65,3%	14,3%	10,2%

**Tabelle 4: Ergebnisse des Fragebogens Teil 2 - Erfahrungen der Online-Veranstaltungen (eigene Darstellung)**

### 6.3 Kreativität

Im dritten Teil des Fragebogens geht es um die individuelle Kreativität der Teilnehmer. Hier soll herausgefunden werden, inwieweit sich die Auseinandersetzung mit der eigenen Kreativität während der Corona-Pandemie verändert hat. Tabelle 4 zeigt die Ergebnisse der ersten Frage, die nach der Relevanz von Kreativität bei den Teilnehmern fragt.

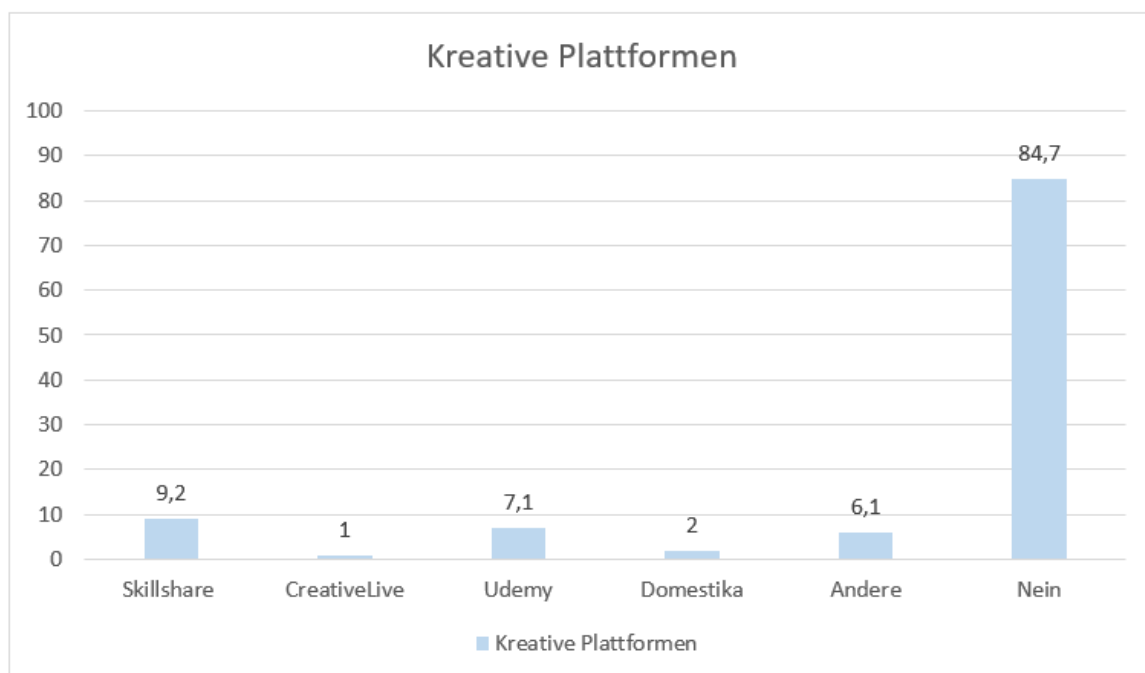
<b>Frage</b>	<b>Stimme gar nicht zu</b>	<b>Stimme eher nicht zu</b>	<b>Neutral</b>	<b>Stimme eher zu</b>	<b>Stimme voll und ganz zu</b>
<b>Allgemein bin ich ein sehr kreativer Mensch.</b>	5,1%	10,2%	25,5%	34,7%	24,5%
<b>Durch die Pandemie habe ich neue, kreative Hobbies für mich entdeckt.</b>	14,3%	29,6%	19,4%	25,5%	11,2%
<b>Mich kreativ zu beschäftigen hilft mir, mit der Corona-Situation besser klar zu kommen.</b>	10,2%	20,4%	28,6%	20,4%	20,4%
<b>Ich habe nun mehr Zeit, mich mit kreativen Dingen zu beschäftigen.</b>	16,3%	27,6%	24,5%	17,3%	14,3%
<b>Kreativität ist mir sehr wichtig.</b>	5,1%	14,3%	26,5%	20,4%	33,7%

**Tabelle 5: Ergebnisse des Fragebogens Teil 3 – Kreativität (eigene Darstellung)**

Auffällig ist, dass der Großteil der Befragten angibt, kreativ zu sein (59,2%) und ein sehr geringer Teil der Befragten angibt, wenig (10,2%) oder gar nicht (5,1%) kreativ zu sein. Immerhin 36% der Befragten geben an, neue kreative Hobbies für sich entdeckt zu haben. Insgesamt gibt die Mehrheit der Befragten (40,8%) an, dass sich kreativ zu beschäftigen

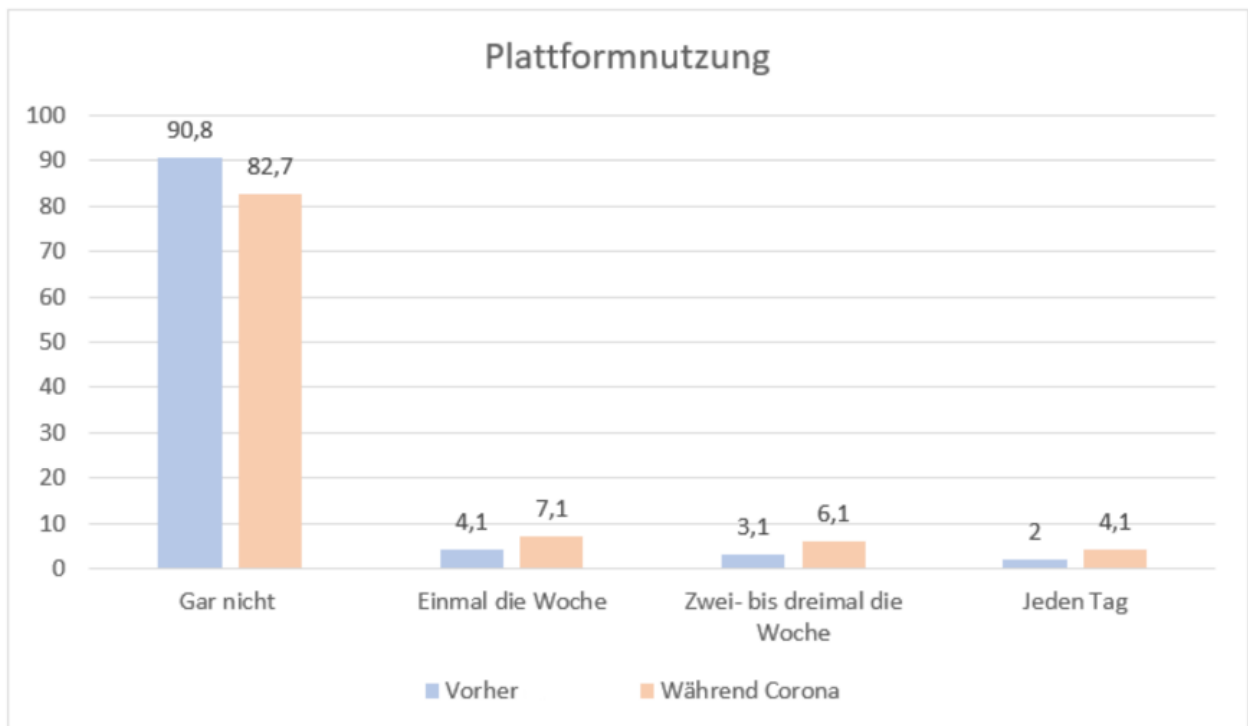
dabei hilft, mit der Corona-Situation besser klarzukommen, obwohl die Mehrheit der Befragten durch die derzeitige Lage nicht mehr Zeit hat sich kreativ zu beschäftigen (43,9%). Insgesamt geben (45,1%) an, dass Kreativität ihnen sehr wichtig ist.

In der nächsten Frage geht es um die Häufigkeit der kreativen Auseinandersetzung vor Corona, die Befragten konnten hier auf einer Skala von 1 bis 10 angeben, wie häufig sie sich vor Corona kreativ beschäftigt haben, dies ergab einen Mittelwert von 3,98 vor Corona und 4,56 während Corona. Obwohl die Mehrheit der Befragten angibt, durch die Corona-Pandemie nicht mehr Zeit für kreative Dinge zu haben, zeigt die Einschätzung auf der Skala, dass es einen höheren Mittelwert ( $M = 4.56$ ,  $SD = 2.9$ ) für Kreativität in der Corona-Pandemie gibt.



**Abbildung 6: Ergebnisse des Fragebogens Teil 3 - Kreative Plattformen (eigene Darstellung)**

Das obige Balkendiagramm zeigt die Benutzung kreativer Plattformen (in Prozent) an. Der Großteil der Befragten (84,7%) benutzt keine der aufgeführten Plattformen. Bei der Eingabe der eigenen Vorschläge kreativer Plattformen wurden (von jeweils einer Person) noch 21Draw, Youtube und Webnovel angegeben.



**Abbildung 7: Ergebnisse des Fragebogens Teil 3 - Plattformnutzung (eigene Darstellung)**

Die obige Abbildung zeigt den Unterschied zwischen der Nutzung der kreativen Plattformen vor Corona ( $M = 1.16$ ,  $SD = .57$ ) zu der Nutzung während Corona ( $M = 1.32$ ,  $SD = .77$ ) an. Wie das Diagramm zeigt, gibt es allgemein wenig Benutzer kreativer Online-Plattformen. Die Nutzung der Plattformen ist jedoch während Corona geringfügig höher als vor Corona.

#### 6.4 Mentale Gesundheit

Frage	Stimme gar nicht zu	Stimme eher nicht zu	Neutral	Stimme eher zu	Stimme voll zu
Ich habe keine Probleme mit der aktuellen Lage.	34,7%	33,7%	11,2%	17,3%	3,1%
Allgemein bin ich optimistisch.	11,2%	17,3%	21,4%	39,8%	10,3%
Mich frustriert die Corona-Lage.	7,1%	8,2%	21,4%	37,8%	25,5%
Ich fühle mich hilflos.	33,7%	24,5%	21,4%	14,3%	6,1%

<b>Ich fühle mich depressiv.</b>	40,8%	16,3%	20,4%	19,4%	3,1%
----------------------------------	-------	-------	-------	-------	------

**Tabelle 6: Ergebnisse des Fragebogens Teil 4 - Mentale Gesundheit (eigene Darstellung)**

Wie die Daten der obenstehenden Tabelle zeigen, haben die meisten Befragten ein Problem mit der aktuellen Lage (68,4%), dennoch sind sie optimistisch (50,1%). Alarmierend ist, dass sich einige der Befragten depressiv fühlen (22,5%).

### 6.5 Unterschiede zwischen den Geschlechtern in Bezug auf Kreativität

Als nächstes sollte analysiert werden, inwieweit sich die Ergebnisse zwischen Frauen und Männern unterscheiden. Um zu überprüfen, ob sich die Mittelwerte der Frauen ( $M = 3.97$ ,  $SD = 1.04$ ) von den Mittelwerten der Männer ( $M = 3.21$ ,  $SD = 1.1$ ) in Bezug auf die Kreativität unterscheiden, wurde ein t-Test für unabhängige Stichproben durchgeführt. Der gefundene höhere Mittelwert für Frauen war statistisch bedeutsam,  $t = 3.38$ ,  $p = .001$ . Nun sollte überprüft werden, ob es einen Unterschied zwischen Männern und Frauen gibt, was die Entdeckung neuer, kreativer Hobbys in der Corona-Pandemie betrifft. Daher wurden wieder die Mittelwerte der Frauen ( $M = 3.1$ ,  $SD = 1.21$ ) mit den Mittelwerten der Männer ( $M = 2.63$ ,  $SD = 1.3$ ) verglichen. Dies geschah noch einmal mit Hilfe eines t-Tests für unabhängige Stichproben. Der gefundene höhere Mittelwert für Frauen war statistisch nicht bedeutsam,  $t = 1,84$ ,  $p = .069$ ). Ist Kreativität eher Frauen oder eher Männern wichtig? Um dies zu untersuchen wurden die Mittelwerte der Frauen ( $M = 3.98$ ,  $SD = 1.16$ ) mit den Mittelwerten der Männer ( $M = 3.2$ ,  $SD = 1.2$ ) noch einmal mit einem t-Test für unabhängige Stichproben miteinander verglichen. Der gefundene höhere Mittelwert für Frauen war statistisch bedeutsam,  $t = 3.2$ ,  $p = .002$ ). Dies bedeutet, dass Frauen Kreativität allgemein wichtiger ist als Männern. Um nun zu überprüfen, ob es einen Unterschied zwischen den Mittelwerten der Frauen ( $M = 2.99$ ,  $SD = 1.38$ ) und den Mittelwerten der Männer ( $M = 2.68$ ,  $SD = 1.19$ ) in der Angabe nun mehr Zeit für kreative Hobbys zu haben gibt, wurde ebenfalls ein t-test für unabhängige Stichproben durchgeführt. Der gefundene höhere Mittelwert für Frauen war statistisch nicht bedeutsam,  $t = 1.11$ ,  $p = .26$ ). Gibt es einen Unterschied zwischen Frauen und Männern, wie hilfreich Kreativität in der Corona-Pandemie ist, um besser mit der Situation fertig zu werden? Um die Mittelwerte der Frauen ( $M = 3.41$ ,  $SD = 1,21$ ) mit den Mittelwerten der Männer ( $M = 2.92$ ,  $SD = 1.33$ ) zu vergleichen wurde ein t-Test für unabhängige

Stichproben gemacht. Der gefundene höhere Mittelwert für Frauen war statistisch nicht bedeutsam,  $t = 1.88$ ,  $p = .063$ ).

## **6.6 Unterschiede zwischen den Geschlechtern im Bereich Kunst und Kultur**

Unterscheiden sich die Mittelwerte der Frauen und der Männer im Bereich Kunst und Kultur? Um dies zu untersuchen wurden die Mittelwerte der Frauen mit den Mittelwerten der Männer verglichen. Gibt es einen Unterschied zwischen Männern und Frauen, wenn es um die Häufigkeit von Museumsgängen vor Corona geht? Zur Untersuchung wurde ein t-Test für unabhängige Stichproben durchgeführt. Die Mittelwerte der Frauen ( $M = 2.95$ ,  $SD = .85$ ) unterscheiden sich signifikant ( $t = 2.42$ ,  $p = .018$ ) von den Mittelwerten der Männer ( $M = 2.51$ ,  $SD = .90$ ). Als nächstes sollte untersucht werden, ob es einen Unterschied zwischen Frauen und Männern bei der Teilnahme an kulturellen Online-Veranstaltungen gibt. Dazu wurden die Mittelwerte der Frauen ( $M = 1.25$ ,  $SD = .44$ ) mit den Mittelwerten der Männer ( $M = 1.17$ ,  $SD = .38$ ) verglichen. Der gefundene höhere Mittelwert für Frauen war statistisch nicht bedeutsam,  $t = .98$ ,  $p = .33$ .

## **6.7 Zusammenhang zwischen mentaler Gesundheit und Kreativität und Kunst und Kultur**

Nachdem die Ergebnisse dargestellt wurden, sollen nun mögliche Zusammenhänge zwischen den einzelnen Komponenten erfasst werden. Gibt es einen Zusammenhang zwischen mehr Kreativität und mentaler Gesundheit? Zur Berechnung des Zusammenhangs zwischen dem Ausmaß an Kreativität und Depressivität wurde die Variable „Ich fühle mich depressiv“ umcodiert zu „Ich fühle mich nicht depressiv“ um dann eine Produkt-Moment-Korrelation (Pearson-Korrelation) zu berechnen. Die Berechnung ergibt, dass es einen kleinen bis mittleren Zusammenhang zwischen der Kreativität eines Menschen und Depressivität gibt, d.h. höhere Kreativitätswerte gingen einher mit weniger Depressivitätswerten. Die Stärke dieses Zusammenhangs war schwach bis mittel und die Korrelation war statistisch nicht bedeutsam ( $r = .19$ ,  $p = .061$ ). Dies bedeutet, dass eine grundsätzlich kreative Person nicht auf Grund ihrer Kreativität weniger gefährdet ist depressiv zu sein. Allerdings schließt es auch aus, dass kreative Menschen grundsätzlich eher dazu neigen an Depressionen zu erkranken. Der Zusammenhang zwischen Kreativität und Depressionen sollte weiter untersucht werden, daher wurde noch eine Produkt-Moment-Korrelation berechnet. Dieses Mal sollte der

Zusammenhang zwischen kreativen Hobbys und Depressivität untersucht werden. Die Berechnung ergab, dass es einen kleinen Zusammenhang zwischen der Ausübung eines kreativen Hobbys und weniger Depressivität gab. Die Stärke dieses Zusammenhangs war schwach und statistisch nicht bedeutsam ( $r = .14$ ,  $p = .16$ ). Nun wurde noch analysiert inwieweit die Aussage „Mich kreativ zu beschäftigen hilft mir mit der Corona Situation besser klarzukommen“ tatsächlich mit niedrigeren Depressivitätswerten korreliert. Dafür wurde ebenfalls eine Produkt-Moment-Korrelation berechnet. Der beobachtete Zusammenhang war schwach bis mittel und statistisch nicht bedeutsam ( $r = .18$ ,  $p = .082$ ). Die Untersuchungen zum Zusammenhang zwischen den Depressivitätswerten und der Kreativität, kreativen Hobbys und der Selbstauskunft, kreative Beschäftigung könne helfen mit der Corona-Situation besser umzugehen, ergeben, dass es zwar schwache bis mittlere Zusammenhänge gibt, diese aber statistisch nicht bedeutsam sind. Als nächstes sollten weitere mentale Gesundheitsfaktoren im Zusammenhang mit Kreativität analysiert werden, daher wurde untersucht inwieweit die Faktoren Kreativität und kreative Hobbys, sowie die Selbstauskunft im Zusammenhang mit dem Grad der Hilflosigkeit korrelieren. Hierfür wurde die Variable „Ich fühle mich hilflos“ umcodiert zu „Ich fühle mich nicht hilflos“. Es wurde zunächst der Zusammenhang zwischen Kreativität und Hilflosigkeit untersucht, dazu wurde eine Produkt-Moment-Korrelation berechnet. Die Ergebnisse zeigen, dass es keinen Zusammenhang zwischen der Kreativität eines Menschen und dem Gefühl der Hilflosigkeit in Zeiten von Corona gibt ( $r = .048$ ,  $p = .64$ ). Um zu berechnen, ob es einen Zusammenhang zwischen der Ausübung eines kreativen Hobbys und dem Gefühl der Hilflosigkeit gibt, wurde noch einmal eine Produkt-Moment-Korrelation berechnet. Der beobachtete Zusammenhang war positiv in seiner Richtung, d.h. höhere Werte auf der Ausübung eines kreativen Hobbys gingen einher mit höheren Werten auf der Tendenz sich nicht hilflos zu fühlen. Der beobachtete Zusammenhang war schwach bis mittel und die Korrelation war statistisch bedeutsam (d.h. signifikant),  $r = .22$ ,  $p = .03$ . Im nächsten Schritt sollte untersucht werden, inwieweit die Selbstauskunft, Kreativität könne helfen mit der Corona-Situation besser umzugehen, einhergeht mit weniger Hilflosigkeit. Dazu wurde noch einmal eine Pearson-Korrelation berechnet. Der beobachtete Zusammenhang war schwach und die Korrelation war statistisch nicht bedeutsam ( $r = .14$ ,  $p = .14$ ). Die Berechnungen der Korrelationen zeigen, dass es einen statistisch bedeutsamen Zusammenhang zwischen der Ausübung eines kreativen Hobbys

und sich weniger hilflos in Zeiten von Corona zu fühlen gibt. Es gab keinen Zusammenhang zwischen der Kreativität eines Menschen und der Hilflosigkeit. Als nächstes sollte der Zusammenhang zwischen Kreativität, der Ausübung eines kreativen Hobbys und der Selbstauskunft mit der Frustration untersucht werden. Dafür wurde auch die Variable „Mich frustriert die Corona-Lage“ in die Variable „Mich frustriert die Corona-Lage nicht“ umcodiert. Zur Berechnung des Zusammenhangs zwischen der Kreativität und der Frustration wurde eine Pearson-Korrelation berechnet. Die Berechnung ergab, dass es keinen Zusammenhang zwischen der Kreativität einer Person und ihrer Frustration in der Corona Zeit gibt ( $r = .05$ ,  $p = .57$ ). Als nächstes wurde der Zusammenhang zwischen der Ausübung eines kreativen Hobbys und der Frustration mit Hilfe einer Produkt-Moment-Korrelation untersucht. Der beobachtete Zusammenhang war positiv in seiner Richtung, d.h. höhere Werte auf der Ausübung eines kreativen Hobbys gingen einher mit höheren Werten auf weniger Frustration. Die Stärke des Zusammenhangs war schwach bis mittel und die Korrelation war statistisch bedeutsam,  $r = .20$ ,  $p = .04$ . Um zu überprüfen inwieweit die Selbstauskunft mit den statistischen Werten übereinstimmt, wurde der Zusammenhang zwischen Selbstauskunft und Frustration überprüft. Der Zusammenhang war schwach und die Korrelation statistisch nicht bedeutsam ( $r = .14$ ,  $p = 1,8$ ). Zusammenfassend ergaben die Berechnung, dass es keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der Selbstauskunftsvariablen und Kreativität und der Frustration gibt. Allerdings lässt sich ein signifikanter, schwacher Zusammenhang zwischen der Ausübung eines kreativen Hobbys und weniger Frustration feststellen. Hängen Optimismus in der Corona-Pandemie und Kreativität zusammen? Um dies zu überprüfen wurde eine Produkt-Moment-Korrelation berechnet. Der beobachtete Zusammenhang war positiv in seiner Richtung, d.h. höhere Kreativitätswerte gingen einher mit höheren Optimismuswerten. Die Stärke dieses Zusammenhangs war schwach bis mittel und die Korrelation war statistisch bedeutsam,  $r = .27$ ,  $p = .008$ . Kreative Menschen könnten also allgemein mehr Optimismus zeigen, was die derzeitige Corona-Lage betrifft. Als nächstes sollte überprüft werden, inwieweit ein kreatives Hobby mit Optimismus zusammenhängt. Die Berechnung der Pearson-Korrelation ergab, dass es einen schwachen bis mittleren Zusammenhang gibt. Die Korrelation war statistisch bedeutsam,  $r = .23$ ,  $p = .023$ . Dies bedeutet, die Befragten, die angeben kreative Hobbys zu haben, zeigen mehr Optimismus in Bezug auf die Corona-Lage. Als nächstes wurde überprüft, ob es einen Zusammenhang zwischen



der Aussage Kreativität helfe dabei mit Corona besser klar zu kommen und dem Optimismus gibt. Die Ergebnisse zeigen, dass es einen schwachen Zusammenhang gibt. Der Zusammenhang war allerdings statistisch nicht bedeutsam ( $r = .19, p = .06$ ). Als nächstes sollte der Zusammenhang zwischen mentaler Gesundheit und der Beteiligung an virtuellen Kulturangeboten untersucht werden. Dazu wurde zunächst der Zusammenhang zwischen Depressivität und den virtuellen Angeboten untersucht. Die Produkt-Moment-Korrelation zeigt einen schwachen negativen Zusammenhang, die Korrelation ist statistisch nicht bedeutsam,  $r = -.19, p = .054$ . Eine Produkt-Moment-Korrelation wurde berechnet, um den Zusammenhang zwischen Hilflosigkeit und kulturellen Online-Angeboten zu untersuchen. Der beobachtete Zusammenhang war negativ in seiner Richtung, d.h. höhere Werte auf der Teilnahme an virtuellen Kulturveranstaltungen gingen einher mit niedrigeren Werten auf der Hilflosigkeit. Die Stärke des beobachteten Zusammenhangs war schwach bis mittel und die Korrelation war statistisch bedeutsam,  $r = -.209, p = .039$ . Um den Zusammenhang mit Frustration durch die Corona-Pandemie zu messen, wurde noch eine Pearson-Korrelation berechnet. Der beobachtete Zusammenhang war negativ in seiner Richtung, d.h. höhere Werte auf der Teilnahme an virtuellen Online-Veranstaltungen gingen einher mit niedrigeren Werten auf der Frustration. Die Stärke des Zusammenhangs war schwach bis mittel und die Korrelation war statistisch bedeutsam,  $r = -.27, p = .008$ . Es wurde noch eine Pearson-Korrelation durchgeführt, um den Zusammenhang zwischen Optimismus und der Teilnahme an kulturellen Online-Veranstaltungen zu untersuchen. Die Berechnung zeigt, dass es keinen Zusammenhang zwischen der Teilnahme an Online-Veranstaltungen und Optimismus in der Corona-Pandemie gibt  $r = .094, p = .349$ . Zuletzt wurde eine Produkt-Moment-Korrelation durchgeführt, um den Zusammenhang zwischen den virtuellen Online-Angeboten und der Angabe keine Probleme mit der aktuellen Corona-Lage zu haben. Der gefundene Zusammenhang war schwach und die Korrelation statistisch nicht bedeutsam,  $r = .18, p = .052$ .

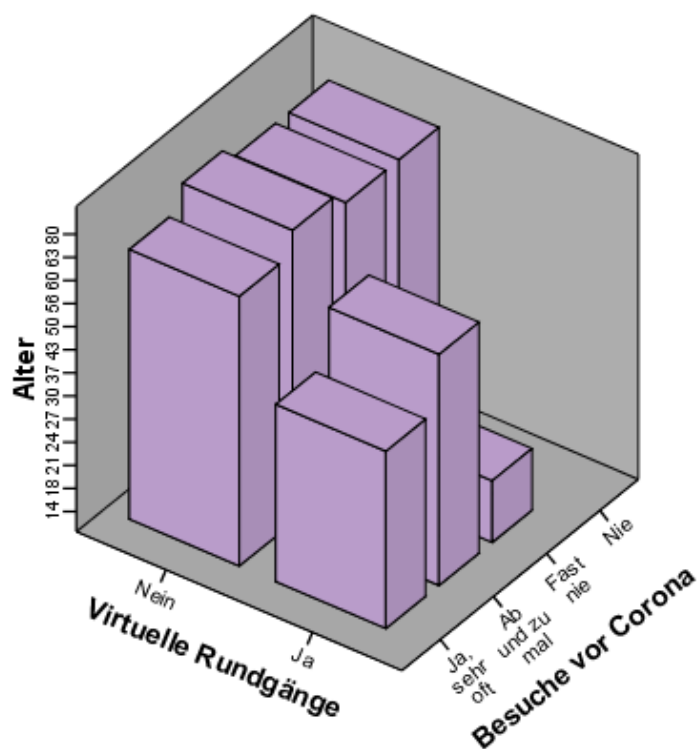
## **6.8 Tätigkeit und Kreativität**

Als nächstes sollte untersucht werden, welchen Einfluss die Tätigkeit auf die Kreativität der Teilnehmer hat. Um dies zu überprüfen, wurde ein t-Test für abhängige Stichproben gemacht. Zunächst sollte der Mittelwert der Schüler/Studenten/Auszubildenden ( $M$

=3.74,  $SD = 1.23$ ) mit dem Mittelwert der Vollzeit Berufstätigen verglichen werden. Der gefundene höhere Mittelwert der Schüler/Studenten/Auszubildenden ( $M = 3.41, SD = 1,02$ ) war statistisch nicht bedeutsam,  $t = 1,19, p = .24$ ). Nachfolgende Durchführungen des t-Test ergaben ebenfalls, dass es keinen signifikanten Unterschied zwischen den Mittelwerten der Teilzeitarbeitenden ( $M = 3.9, SD = .73$ ) und den Mittelwerten der derzeit nicht Erwerbstätigen ( $M = 3.57, SD = 1.15$ ) gibt ( $t = .78, p = .44$ ). Insgesamt gibt es keinen signifikanten Unterschied zwischen den Mittelwerten der Schüler/Auszubildenden/Studenten, Teilzeit Beschäftigten, Vollzeit Beschäftigten und denen der derzeit nicht Erwerbstätigen in Bezug auf ihre Kreativität. Um zu untersuchen, ob die Beeinträchtigung der Tätigkeit zu mehr kreativen Hobbys führt, wurde eine Pearson-Korrelation durchgeführt. Der beobachtete schwache Zusammenhang ist statistisch nicht signifikant,  $r = .15, p = .15$ . Dies bedeutet, die ggf. beeinflusste Tätigkeit hat keinen Einfluss darauf, ob die Befragten in der Corona-Pandemie neue kreative Hobbys für sich entdeckt haben.

## 6.9 Alter und Kreativität, Kunst und Kultur

In diesem Abschnitt soll der Zusammenhang zwischen Kreativität, Kunst und Kultur und dem Alter der Teilnehmer untersucht werden.



### Abbildung 8: Der Zusammenhang zwischen Alter und Kunst und Kultur (eigene Darstellung)

Zur Berechnung des Zusammenhangs zwischen den Museumsbesuchen/Kunstgaleriebesuchen/etc. und des Alters wurde eine Pearson-Korrelation durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass es keinen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Besuche und des Alters gibt ( $r = .046$ ,  $p = .65$ ). Um nun auch den Zusammenhang zwischen virtuellen Rundgängen und dem Alter zu untersuchen, wurde noch eine Produkt-Moment-Korrelation berechnet. Hier zeigt sich, dass es einen schwachen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Teilnahme an virtuellen Veranstaltungen und dem Alter gibt. Dieser Zusammenhang war allerdings schwach bis mittel und statistisch nicht bedeutsam (d.h. nicht signifikant),  $r = 1.9$ ,  $p = .069$ . Nun sollte untersucht werden, ob es einen Zusammenhang zwischen der Kreativität der Befragten und dem Alter gibt. Hierzu wurde ebenfalls eine Pearson-Korrelation berechnet. Die Ergebnisse zeigen, dass es einen schwachen Zusammenhang zwischen der Kreativität und dem Alter gibt. Der beobachtete Zusammenhang war negativ in seiner Richtung, d.h. höhere Kreativitätswerte gehen einher mit einer niedrigeren Altersangabe. Die Stärke des Zusammenhangs war schwach und die Korrelation statistisch nicht bedeutsam,  $r = -.11$ ,  $p = .31$ .

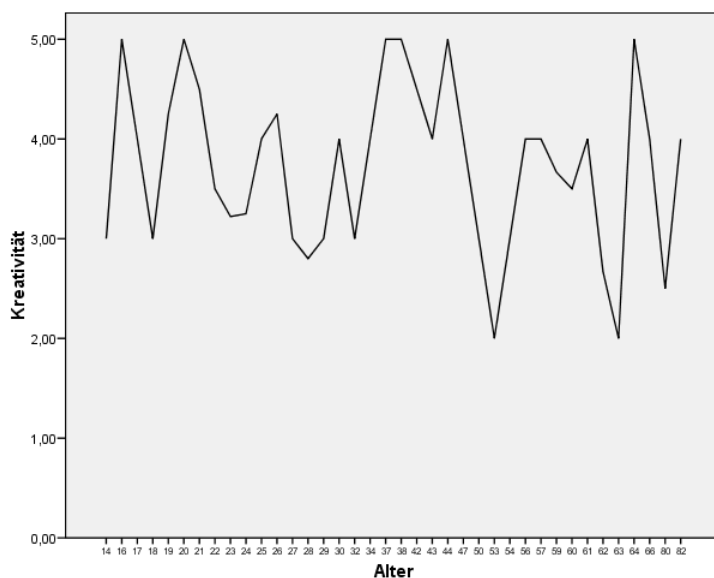
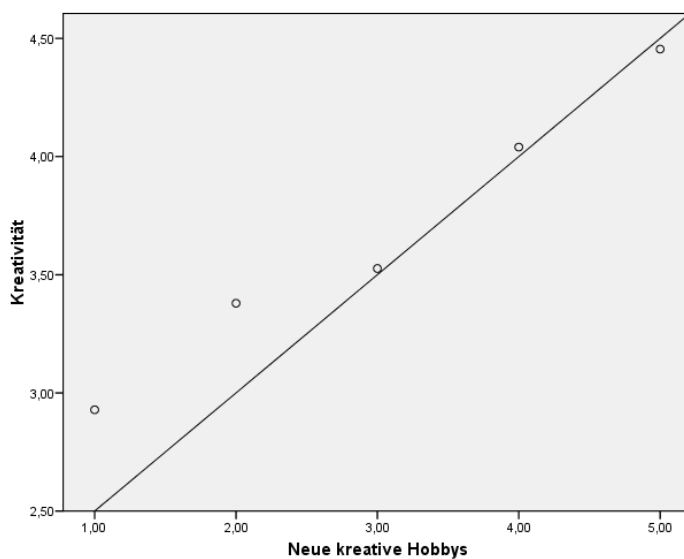


Abbildung 9: Zusammenhang Kreativität und Altersangabe (eigene Darstellung)

## 6.10 Kreative Personen und weniger kreative Personen

Gibt es einen Zusammenhang zwischen kreativen Menschen und der Entdeckung neuer kreativer Hobbys? Sind es eher die kreativen Menschen, die neue kreative Hobbies finden, oder die weniger kreativen, die sich mehr kreativ beschäftigen wollen? Zur Untersuchung dieser Frage wurde eine Pearson-Korrelation berechnet. Die Stärke des Zusammenhangs war mittel bis stark und die Korrelation statistisch bedeutsam (d.h. signifikant),  $r = .41$ ,  $p = .001$ . Es kann also davon ausgegangen werden, dass sich die bereits kreativen Menschen mit neuen Hobbys in der Corona-Zeit befassen. Um dies genauer zu untersuchen, sollte der Zusammenhang der Kreativität und mehr Zeit untersucht werden. Dafür wurde eine Pearson-Korrelation berechnet. Der beobachtete Zusammenhang war mittel bis stark und die Korrelation war statistisch bedeutsam,  $r = .41$ ,  $p = .001$ . Es geben also nur die bereits kreativen Menschen an, nun mehr Zeit für kreative Hobbys zu haben.



**Abbildung 10: Der Zusammenhang zwischen Kreativität und der Entdeckung neuer kreativer Hobbys (eigene Darstellung)**

## 7 Fazit

Die Corona-Pandemie brachte deutliche Einschnitte in das alltägliche Leben. Eindämmungsmaßnahmen, wie die Schließung von Museen, Kunstgalerien u.a. bringen nicht nur negative Auswirkungen für die betroffenen Unternehmen, sie verändern auch die Möglichkeit sich mit Kunst und Kultur auseinanderzusetzen. Aus der Pandemie resultierten zahlreiche psychische Krankheiten. Depressive Symptome, Angst, Hilflosigkeit und Langeweile nahmen zu. Die endgültigen Auswirkungen der Pandemie lassen sich noch nicht bestimmen, da zur Zeit der Anfertigung dieser Arbeit die Pandemie noch nicht bekämpft wurde. Es ist allerdings anzunehmen, dass die Zahl der psychischen Krankheiten noch ansteigt, solange keine Gegenmaßnahmen ergriffen werden. Studien zeigen, dass, um mentale Gesundheitsprobleme zu verhindern, die Menschen für sich wirkungsvolle Bewältigungsmechanismen finden müssen. Um sich weiterhin mit Kunst und Kultur zu beschäftigen, stellten einige kulturelle Einrichtungen auf Online-Angebote um. Mittlerweile bieten viele Einrichtungen virtuelle Rundgänge, Vorträge u.ä. an und bieten somit eine Möglichkeit, sich weiterhin mit Kunst und Kultur auseinander zu setzen. Das Angebot ist vielfältig und die Technologien werden stetig verbessert. Moderne Technologien ermöglichen exakte Darstellungen der realen Räume. Dennoch gibt es nicht viele Nutzer dieser virtuellen Möglichkeiten. Obwohl oft generelles Interesse an kulturellen Einrichtungen besteht, gibt es wenig Teilnehmer bei virtuellen Veranstaltungen. Dies liege vor allem daran, dass generell kein Interesse bestünde oder nicht gewusst wurde, dass diese Möglichkeit besteht. Um zukünftig mehr potenzielle Nutzer zu erreichen, sollte also öfter auf die Möglichkeiten der Onlinenutzung aufmerksam gemacht werden. Auch in der individuellen Antwortmöglichkeit fällt auf, dass für einige der Befragten online keine Alternative für das reale Erlebnis ist. Dennoch findet die Mehrheit der Befragten die Möglichkeit gut, virtuell an diesen Veranstaltungen teilnehmen zu können. Die Teilnehmer geben an, dass die Vermittlung über den Online-Raum gut funktioniert und es keine technischen Schwierigkeiten gab. Die Berechnungen des Zusammenhangs zwischen der Teilnahme an virtuellen (kulturellen) Online-Veranstaltungen und der mentalen Gesundheit ergaben, dass diejenigen, die an virtuellen Veranstaltungen teilnahmen sich allgemein weniger hilflos und weniger frustriert fühlen. Auch kreative Plattformen wie Skillshare, Domestika, Udemy etc. können ein Weg sein, sich neue kreative Dinge anzulernen und sich online mit anderen auszutauschen. Die

Ergebnisse dieser Studie zeigen allerdings, dass die Möglichkeit sich auf diesen Plattformen kreativ weiterzuentwickeln, von den meisten Menschen nicht in Anspruch genommen wird. Durch die soziale Distanzierung und zahlreiche Lockdowns verbringen die meisten Menschen mehr Zeit zu Hause. Bereits aufgeführte Studien deuten darauf hin, dass dadurch mehr Langeweile entsteht. Studien zeigen, dass Langeweile ein Katalysator für Kreativität sein kann. Ob sich ein Mensch kreativ beschäftigt oder mit anderen Dingen ablenkt, wie beispielsweise der Nutzung des Smartphones, hängt mit der intrinsischen Motivation zusammen. Diese kann dazu führen, dass sich Menschen in der Corona-Pandemie durch die Eindämmungsmaßnahmen (insbesondere der sozialen Distanzierung) mit mehr kreativen Hobbys beschäftigen. Die Ergebnisse der Befragung dieser Studie zeigen einen Zusammenhang zwischen der Ausübung kreativer Hobbys, allgemeiner Kreativität, virtuellen kulturellen Veranstaltungen und der mentalen Gesundheit der Teilnehmer. So gibt eine deutliche Mehrheit der Befragten an, kreativ zu sein. Tatsächlich haben ungefähr die Hälfte der Befragten neue, kreative Hobbys für sich entdeckt. Die Einschätzung auf der 10-stufigen Skala zeigt, dass sich in der Corona-Pandemie mehr mit der eigenen Kreativität auseinandergesetzt wurde als davor. Bei dem Vergleich der Mittelwerte der weiblichen und der männlichen Teilnehmer fällt auf, dass Frauen in der Regel kreativer sind als Männer. Auch ist Frauen Kreativität allgemein wichtiger. Des Weiteren wird angegeben, dass sich kreativ zu beschäftigen dabei hilft, mit der Corona-Situation besser zurechtzukommen. Dies zeigen auch die berechneten Korrelationen von Kreativität und der mentalen Gesundheit. Wer kreative Hobbys in der Corona-Pandemie für sich entdeckt hat, fühlt sich in der Regel weniger hilflos und empfindet weniger Frustration. Kreative Menschen besitzen zudem mehr Optimismus in Bezug auf die Corona-Situation. Die Hypothese Kreativität habe einen positiven Effekt auf die mentale Gesundheit in Zeiten der Pandemie kann also nicht verworfen werden. Die Ergebnisse decken sich mit vorangegangenen Studien, die die positiven Auswirkungen von Kreativität und der mentalen Gesundheit untersuchen. Auch führt ein Flow-Erlebnis zu mehr Optimismus, Motivation und dem Gefühl der Stärke. Da dieses bei kreativer Beschäftigung entstehen kann, könnte dies eine Begründung für die positiven Auswirkungen auf den Optimismus der Teilnehmer sein. Dieser Zusammenhang ist allerdings spekulativ und wurde in der Studie nicht abgefragt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Ausübung kreativer Hobbys in Zeiten der Pandemie positive Einflüsse auf die mentale Gesundheit haben kann. Vor allem die Probanden, die angaben Kreativität sei ihnen wichtig, profitieren von der Ausübung ihrer kreativen Hobbys. Die Studie deutet somit darauf hin, dass kreative Menschen allgemein besser mit der Corona-Pandemie umgehen können. Durch die Pandemie, die neue Herausforderungen für Menschen weltweit mit sich bringt und Eindämmungsmaßnahmen der Regierung, wie Schulschließung, Home-Office, das Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes, soziale Distanzierung etc. zum Tragen kommen, resultieren viele psychische Krankheiten. Die bereits aufgeführten Studien deuten an, wie belastend die Situation für den Großteil der Menschheit ist und dass die Zahlen der psychischen Erkrankungen in Zeiten der Pandemie drastisch ansteigen. Die Bevölkerung muss in Zeiten einer solchen Krise besonders auf die eigene Gesundheit achten. Eindämmungsmaßnahmen der Regierung sollen dabei helfen, nicht physisch krank zu werden, doch sollten die Menschen dabei nicht die eigene psychische Gesundheit vergessen. Es ist wichtig, selbstständig Bewältigungsmechanismen für sich zu entwickeln. Die vorliegende Studie zeigt, dass eine solche Strategie in der Ausübung kreativer Hobbys und der Beschäftigung mit Kunst und Kultur (auch online) bestehen kann. Helfen kreative Hobbys bei der Bewältigung der Folgen der Pandemie und ermöglichen virtuelle Veranstaltungen den Menschen ihren Leidenschaften weiterhin nachzugehen, ist es dringend empfohlen dies zu tun und für sich auch in Zeiten einer Pandemie Wege zu finden, seine Kreativität auszuleben und sich mit anderen online auszutauschen, solange dies unter diesen Umständen nötig ist. Kreative Menschen unterscheiden sich von weniger kreativen Menschen, dies wurde in einer Studie mit Hilfe von Gehirnscans herausgefunden. Diese Studie zeigt, dass Menschen, denen ihre eigene Kreativität wichtig ist, von der Ausübung ihrer Hobbies profitieren. Teilnehmern, die sich allgemein als weniger kreativ sehen, könnten andere Hobbys helfen, besser mit der Corona-Situation umzugehen.

## **8 Diskussion**

Die vorliegende Studie beschreibt einen kleinen Ausschnitt inwieweit sich Kreativität, Kunst und Kultur in der Corona-Pandemie verändert haben und welchen Einfluss diese auf das psychische Wohlbefinden der Versuchspersonen hat. Die Ergebnisse geben lediglich einen kleinen Einblick in die wechselseitigen Auswirkungen und sollten in zukünftigen Studien weiter untersucht werden. Im folgenden Kapitel werden die positiven und negativen Aspekte der Studie analysiert und Anregungen für mögliche Folgestudien gegeben.

### **8.1 Limitationen der Studie**

Ergeben sich die aufgeführten Ergebnisse tatsächlich daraus, dass Kreativität einen positiven Einfluss auf die mentale Gesundheit hat, oder sind positiver Menschen allgemein kreativer? Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass diejenigen, die sich mit kreativen Hobbys in der Corona-Pandemie beschäftigen, weniger mentale Gesundheitsprobleme aufzeigen. Welchen Einfluss die Ausübung kreativer Hobbys bei Probanden haben kann, die sich derzeit nicht mit kreativen Hobbys beschäftigen, kann nur vermutet werden und müsste in einer weiteren Studie untersucht werden. Des Weiteren wurde der Zustand der mentalen Gesundheit auf Basis von Selbstauskunft abgefragt, ein standardisierter Fragebogen wie der Mental Health Inventory (MHI-5) wären wünschenswert gewesen, war im Rahmen dieser Forschung aber leider nicht möglich. Wie im Kapitel „Kreativität“ bereits erwähnt wurde, ist die Definition von Kreativität selbst in der Forschung mit Uneinigigkeiten verbunden. Es ist also stark davon auszugehen, dass die Probanden der vorliegenden Studie unterschiedliche Definitionen von Kreativität haben. Würde eine einheitliche Definition zu Anfang des Fragebogens vorgeschlagen worden sein, hätte sich dies möglicherweise auf die Ergebnisse ausgewirkt. Bei einer Folgestudie wäre es also zu empfehlen, eine einheitliche Definition vorzugeben, um den Probanden ein genaueres Bild der abzufragenden Variable geben zu können. Mit einer relativ geringen Teilnehmerzahl ist fraglich, wie repräsentativ die Ergebnisse der Studie im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung sind, vor allem durch die geringe Teilnehmeranzahl an Online-Veranstaltungen und kreativen Plattformen. Vorangegangene Literatur lässt vermuten, dass Online-Lernplattformen einen feststellbaren positiven Effekt auf die mentale Gesundheit haben. In dieser Studie gab es



leider kaum Teilnehmer, die Mitglied bei solchen Plattformen sind, weshalb sich auch die Effekte nur in geringer Ausprägung zeigen könnten. Des Weiteren bestand die Zeit der Corona-Pandemie aus einem Wechsel zwischen Lockdowns und dem eingeschränkten normalen Leben. Die einzelnen Phasen könnten eine Auswirkung auf die gemessenen Effekte haben. Gibt es nur leichte Veränderungen für die Probanden durch die Corona-Pandemie ist anzunehmen, dass auch in den abgefragten Variablen nur geringe Effekte messbar werden.

## **8.2 Implikation für zukünftige Forschung**

In diesem Kapitel werden Vorschläge für zukünftige Forschungen gegeben. Die vorliegende Studie zeigt, dass Kreativität einen positiven Effekt auf die mentale Gesundheit hat. In einer weiteren Studie könnte untersucht werden, ob es eine bestimmte Tätigkeit gibt (z.B. malen, Collagen gestalten, komponieren, töpfern, stricken etc.), die hilft mit der Corona-Situation besser umzugehen. Es könnte also nach der konkreten kreativen Tätigkeit gefragt werden. Obwohl einige Teilnehmer vor der Corona-Pandemie gerne Museen, Kunstgalerien etc. besucht haben, gibt es eine auffällig geringe Teilnehmerzahl bei virtuellen Veranstaltungen. Weder die Technik noch die Vielzahl der Angebote werden als Kritikpunkte genannt. Es stellt sich also die Frage, was genau den Unterschied ausmacht an einem realen Ereignis teilzunehmen, im Gegensatz zu dem Online-Erlebnis. Eine mögliche Erklärung ist der fehlende Kontakt zu anderen Besuchern. Durch soziale Distanzierung leiden viele Menschen unter Einsamkeit, dennoch sind die meisten Online-Angebote darauf ausgerichtet auch hier alleine die Internetseiten zu erkunden. Eine Maßnahme zur Verbesserung wäre, die Möglichkeit sich mit anderen „Besuchern“ online auszutauschen. Ob dieser Umstand tatsächlich mit der geringen Anzahl an Teilnehmern zusammenhängt, könnte mit Hilfe von Online-Umfragen herausgefunden werden. Vorangegangene Studien zeigen einen Anstieg der Nutzung kreativer Online-Plattformen, dieser Effekt ist in dieser Studie nur sehr schwach zu finden. Eine Erklärung für weniger Nutzer ist, dass diese Plattformen mit zusätzlichen Kosten verbunden sind oder im deutschsprachigen Raum nicht populär sind. Auch könnte hierfür die intrinsische Motivation zu gering sein. Eine Studie der Abfrage der Gründe des geringen Interesses, könnte dazu Aufschluss geben.

### **8.3 Fazit**

Zusammenfassend bietet die Studie einige Ansatzpunkte, die in weiteren Studien näher erforscht werden könnten. Diese Studie ist eine der ersten Studien, die den Zusammenhang zwischen der Corona-Pandemie, Kunst, Kultur und Kreativität untersucht. So konnte erstmalig ein Zusammenhang zwischen der Kreativität, den kreativen Hobbys und der Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur und der mentalen Gesundheit in der Corona-Pandemie erfasst werden. Es wurde herausgestellt, wie wichtig die Ausübung der eigenen kreativen Hobbys und die Erforschung neuer Interessen in Zeiten einer weltweiten Krise sein kann.

## Literaturverzeichnis

- Amabile, T.M. (1988): A Model Of Creativity and Innovation In Organizations. URL: [http://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341\\_Readings/Group\\_Performance/Amabile\\_A\\_Model\\_of\\_CreativityOrg.Beh\\_v10\\_pp123-167.pdf](http://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings/Group_Performance/Amabile_A_Model_of_CreativityOrg.Beh_v10_pp123-167.pdf). (Abruf 02.07.2021).
- Bai, Y./ Lin, C./ Lin, C./ Chen, J./ Chue, C. & Chou, P. (2004): Survey of stress reactions among health care workers involved with the SARS outbreak. In: Psychiatr Serv. 2004 (55(9)) S. 1055-7. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15345768/>. (Abruf 06.07.2021).
- Bench, S.W./ Lench, H.C. (2013): On the Function of Boredom. URL: <https://www.mdpi.com/2076-328X/3/3/459/htm>. (Abruf 22.06.2021).
- Benoy, C. (2020): Psychologische Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und der einhergehenden Maßnahmen – ein Überblick. URL: [https://medien.ubitweb.de/pdfzentrale/978/317/039/Leseprobe\\_I\\_9783170393967.pdf](https://medien.ubitweb.de/pdfzentrale/978/317/039/Leseprobe_I_9783170393967.pdf). (Abruf 04.07.2021).
- Berridge, K.C. & Kringelbach, M.L. (2015): Pleasure Systems in the Brain. URL: [https://www.cell.com/neuron/fulltext/S0896-6273\(15\)00133-6?\\_returnURL=https%3A%2F%2Flinkinghub.elsevier.com%2Fretrieve%2Fpii%2FS0896627315001336%3Fshowall%3Dtrue](https://www.cell.com/neuron/fulltext/S0896-6273(15)00133-6?_returnURL=https%3A%2F%2Flinkinghub.elsevier.com%2Fretrieve%2Fpii%2FS0896627315001336%3Fshowall%3Dtrue). (Abruf 24.06.2021).
- Bohlken, J./ Schömig, F./ Lemke, M.R./ Pumberger, M. & Riedel-Heller, S.G. (2020): COVID-19-Pandemie: Belastungen des medizinischen Personals. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7295275/>. (Abruf 06.07.2021).
- Brooks, S.K./ Webster, R.K./ Smith, L.E./ Woodland, L./ Wessely, S./ Greenberg, N. & Rubin, G.J. (2020): The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. URL: <https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S0140-6736%2820%2930460-8>. (Abruf 20.05.2021).
- Bundesregierung (2020): Maßnahmen der Bundesregierung zur Eindämmung der COVID-19-Pandemie und zur Bewältigung ihrer Folgen. URL: <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975226/1747726/0bbb9147be9>

5465e9e845e9418634b93/2020-04-27-zwbilanz-corona-data.pdf?download=1.

(Abruf 20.05.2021).

Brenner, G.H. (2018): Your Brain on Creativity. URL:

<https://www.psychologytoday.com/us/blog/experimentations/201802/your-brain-creativity>. (Abruf 01.07.2021).

Brooklyn Museum: The Queen And The Crown. URL:

<https://www.thequeenandthecrown.com/>. (Abruf 27.06.2021).

Brooks, S.K./ Webster, R.K./ Smith, L.E./ Woodland, L./ Wessely, S./ Greenberg, N. & Rubin, G.J. (2020): The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. URL:

[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30460-8/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30460-8/fulltext). (Abruf 28.05.2021).

Bzdok & Dunbar (2020): The Neurobiology of Social Distance. URL:

[https://www.researchgate.net/publication/341869244\\_The\\_Neurobiology\\_of\\_Social\\_Distance](https://www.researchgate.net/publication/341869244_The_Neurobiology_of_Social_Distance). (Abruf 06.07.2021).

Caleo, G./ Duncombe, J./ Jephcott, F./ Lokuge, K./ Mills, C./ Looijen, E./ Theoharaki, F./ Kremer, R./ Kleijer, K./ Squire, J./ Lamin, M./ Stringer, B./ Weiss, H.A./ Culli, D./ Di Tanna, G.L. & Greig, J. (2018): The factors affecting household transmission dynamics and community compliance with Ebola control measures: a mixed-methods study in a rural village in Sierra Leone. In: BMC Public Health 2018. (13;18(1)) S. 248. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29439682/>. (Abruf 06.07.2021).

Cava, M.A./ Fay, K.E./ Beanlands, H.J./ McCay, E.A./ Wignall, R. (2005): The Experience of Quarantine for Individuals Affected by SARS in Toronto. URL:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.0737-1209.2005.220504.x>. (Abruf 06.07.2021).

Clow, A. & Fredhoi, C. (2006): Normalisation of salivary cortisol levels and self-report stress by a brief lunchtime visit to an art gallery by London City workers. In: Journal of Holistic Health (3) S. 29–32.

Conner, T.S./ DeYoung, C.D. & Silvia P.J. (2017): Running head: Everyday Creative Activity as a Path to Flourishing. URL:

- [https://www.researchgate.net/publication/310764211\\_Everyday\\_creative\\_activity\\_as\\_a\\_path\\_to\\_flourishing](https://www.researchgate.net/publication/310764211_Everyday_creative_activity_as_a_path_to_flourishing). (Abruf 26.05.2021).
- Craft, A. (2015): Possibility thinking: From what is to what might be. URL: [https://www.researchgate.net/publication/283231605\\_Possibility\\_thinking\\_From\\_what\\_is\\_to\\_what\\_might\\_be](https://www.researchgate.net/publication/283231605_Possibility_thinking_From_what_is_to_what_might_be). (Abruf 31.05.2021).
- Csikszentmihalyi, M. (1975): *Beyond Boredom and Anxiety: Experiencing Flow in Work and Play*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Csikszentmihalyi, M. (1996): *CREATIVITY - Flow and the psychology of discovery and invention*. URL: <http://mkc.ac.in/pdf/study-material/psychology/2ndSem/UNIT-4-flow-and-creativity-AG.pdf>. (Abruf 25.06.2021).
- Deutsche Digitale Bibliothek (2021): Vom Waisenkind zum Millionär. URL: <https://ausstellungen.deutsche-digitale-bibliothek.de/klemm/#s0>. (Abruf 27.06.2021).
- Deutsche Welle (2020): Coronavirus latest: Italy outlines loosening of lockdown. URL: <https://www.dw.com/en/coronavirus-latest-italy-outlines-loosening-of-lockdown/a-53460404>. (Abruf 28.05.2021).
- Deutschland.de (2021): Online ins Theater. URL: <https://www.deutschland.de/de/topic/kultur/corona-krise-theater-online-erleben>. (Abruf 27.06.2021).
- Dewey, J. (1910): *How we think*. Lexington: D.C. Heath and Company.
- Drucker, P.F. (1994): *Post-Capitalist Society*. New York: Harper-Collins.
- Eastwood, J.D./ Frischen, A./ Fenske, M.J. & Smilek, D. (2012): The unengaged mind: Defining boredom in terms of attention. In: *Perspect. Psychol. Sci.* 2012 (7) S. 482-495.
- Findlay, C.S. & Lumsden, C.J. (1988): The creative mind: Towards an evolutionary theory of discovery and innovation. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0140175088900255>. (Abruf 21.05.2021).

- Fleming, L./ Mingo, S. & Chen, D. (2007): Collaborative Brokerage, Generative Creativity, and Creative Success. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.2189/asqu.52.3.443>. (Abruf 31.05.2021).
- Frankl, V. (1997): Das Leiden am sinnlosen Leben - Psychotherapie für heute. Freiburg, Basel, Wien: Verlag Herder GmbH.
- Frankl, V. (1905 – 1997): Zitat zum Thema: Kreativität. URL: <https://www.aphorismen.de/zitat/72497>. (Abruf 06.07.2021).
- Frankl, V. (1905-1997): Zwischen Reiz und Reaktion liegt ein Raum... „Limbi“ muss nicht siegen!. URL: <https://volkermuehl.de/zwischen-reiz-und-reaktion-liegt-ein-raum-limbi-muss-nicht-siegen/>. (Abruf 07.07.2021).
- Gaylin, W. (1979): Feelings: Our Vital Signs. New York: Harper and Row.
- Hany, E. (2014): Lässt sich Kreativität messen?. URL: <https://www.dasgehirn.info/aktuell/frage-an-das-gehirn/laesst-sich-kreativitaet-messen>. (Abruf 02.06.2021).
- Hauke, G. & Schmitz, E. (1991): Muße und Langeweile. Integrative Therapie. In: Zeitschrift für vergleichende Psychotherapie und Methodenintegration 1991 (17,3) S. 212-227.
- Heckhausen, J. & Heckhausen, H. (2010): Motivation und Handeln. Berlin: Springer.
- Hoicka, E./ Mowat, R./ Kirkwood, J./ Kerr, T./ Carberry, M. & Bijvoet-van den Berg, S. (2016): One-Year-Olds Think Creatively, Just Like Their Parents. URL: <https://srcd.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cdev.12531>. (Abruf 01.07.2021).
- Hossain, M.M./ Sultana, A. & Purohit, N. (2020): Mental health outcomes of quarantine and isolation for infection prevention: a systematic umbrella review of the global evidence. URL: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3561265](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3561265). (Abruf 20.05.2021).
- Jung, S.J. & Jun, J.Y. (2020): Mental Health and Psychological Intervention Amid COVID-19 Outbreak: Perspectives from South Korea. URL: [https://www.researchgate.net/publication/340231045\\_Mental\\_Health\\_and\\_Psychological\\_Intervention\\_Amid\\_COVID-19\\_Outbreak\\_Perspectives\\_from\\_South\\_Korea](https://www.researchgate.net/publication/340231045_Mental_Health_and_Psychological_Intervention_Amid_COVID-19_Outbreak_Perspectives_from_South_Korea). (Abruf 06.07.2021).

- Karwowski, M./ Zielinska, A./ Jankowska, D.M./ Strutynska, E./ Omelanczuk, I. & Lebuda, I. (2021): Creative Lockdown? A Daily Diary Study of Creative Activity During Pandemics. URL: <https://www.readcube.com/articles/10.3389/fpsyg.2021.600076>. (Abruf 29.06.2021).
- Kaimal, G./ Ray, K. & Muniz, J. (2016): Reduction of Cortisol Levels and Participants' Responses Following Art Making. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/07421656.2016.1166832?needAccess=true>. (Abruf 21.05.2021).
- Kraus, C./ Ganger, S./ Losak, J./ Hahn, A./ Savli, M./ Kranz, G./ Baldinger, P./ Windischberger, C./ Kasper, S. & Lanzenberger, R. (2014): Gray matter and intrinsic network changes in the posterior cingulate cortex after selective serotonin reuptake inhibitor intake. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1053811913008987?via%3Dihub>. (Abruf 01.07.2021).
- Lades L.K./ Laffan, K./ Daly, M. & Delaney, L. (2020): Daily emotional well-being during the COVID-19 Pandemic. URL: <https://bpspsychub.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/bjhp.12450>. (Abruf 20.05.2021).
- Lenzion, K. & Bake, J. (2020): 22 Examples of the Positive Impact of Social Media. URL: <https://smartsocial.com/positive-impact-of-social-media/>. (Abruf 16.06.2021).
- Lexikon der Psychologie (2000): Intrinsische Motivation. URL: <https://www.spektrum.de/lexikon/psychologie/intrinsische-motivation/7421>. (Abruf 07.07.2021).
- Logan, M.L. (2016): Creativity and Coping: A Measure of Self-Motivated Creation and Coping Mechanisms. URL: <https://www.mckendree.edu/academics/scholars/logan-issue-26.pdf>. (Abruf 26.05.2021).
- Mann, S. & Cadman, R. (2012): Does being bored make us more creative?. URL: <https://clock.uclan.ac.uk/22263/1/22263%20Does%20being%20bored%20make%20us%20more%20creativeV2.pdf>. (Abruf 29.05.2021).

- Marguilho, R./ Viseo, J.N./ Neves de Jesus, S. & Domingues, R.B. (2015): Sleep and creativity: a literature review. URL: [https://www.researchgate.net/publication/301350667\\_Sleep\\_and\\_creativity\\_a\\_literature\\_review](https://www.researchgate.net/publication/301350667_Sleep_and_creativity_a_literature_review). (Abruf 01.07.2021).
- Maslow, A.H. (1943): A theory of human motivation. In: Psychological Review 1943 (50) S. 370-396.
- Meeter, M./ Bele, T./ Den Hartogh, C.F./ Bakker, T./ De Vries R.E. & Plak, S. (2020): College students' motivation and study results after COVID-19 stay-at-home orders. URL: [https://www.researchgate.net/publication/346172498\\_College\\_students%27\\_motivation\\_and\\_study\\_results\\_after\\_COVID-19\\_stay-at-home\\_orders](https://www.researchgate.net/publication/346172498_College_students%27_motivation_and_study_results_after_COVID-19_stay-at-home_orders). (Abruf 20.05.2021).
- Moneta, G. B. & Csikszentmihalyi, M. (1996): The Effect of Perceived Challenges and Skills on the Quality of Subjective Experience. Journal of Personality (64) S. 274-310.
- Moore, D.W./ Bhadelia, R.A./ Billings, R.L./ Fulwiler, C./ Heilman, K.M./ Roof, K.M.J. & Gansler, D.A. (2009): Hemispheric connectivity and the visual-spatial divergent-thinking component of creativity. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278262609000402?via%3Dihub>. (Abruf 01.07.2021).
- Nonaka, I. (2000): The Knowledge Creating Company. URL: [http://www.sietmanagement.fr/wp-content/uploads/2016/04/nonaka\\_1991.pdf](http://www.sietmanagement.fr/wp-content/uploads/2016/04/nonaka_1991.pdf). (Abruf 07.07.2021).
- Novotney, A. (2009): The science of creativity. URL: <https://www.apa.org/gradpsych/2009/01/creativity>. (Abruf 18.06.2021)
- Onlinelexikon für Psychologie und Pädagogik (2021): divergentes Denken. (URL: <https://lexikon.stangl.eu/16043/divergentes-denken>. (Abruf 01.06.2021).
- Oppizzo, M. & Schwartz, D.L. (2014): Give Your Ideas Some Legs: The Positive Effect of Walking on Creative Thinking. URL: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/xlm-a0036577.pdf>. (Abruf 01.07.2021).



- Panchal, N./ Kamal, R./ Cox, C. & Garfield, R. (2021): The Implications of COVID-19 for Mental Health and Substance Use. URL: <https://www.kff.org/coronavirus-covid-19/issue-brief/the-implications-of-covid-19-for-mental-health-and-substance-use/>. (Abruf 20.05.2021).
- Paulus, P. B. & Dzindolet, M. T. (1993): Social influence processes in group brainstorming. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 1993. (64) S. 575.
- Plucker, J. A./ Beghetto, R. A. & Dow, G. (2004): Why isn't creativity more important to educational psychologists? Potential, pitfalls, and future directions in creativity research. In: *Educational Psychologist* 2004 (39) S. 83–96.
- Ravens-Sieberer, U./ Kaman, A./ Erhart, M./ Devine, J./ Schlack, R. & Otto, C. (2020): Impact of the COVID-19 pandemic on quality of life and mental health in children and adolescents in Germany. URL: <https://edoc.rki.de/handle/176904/7728>. (Abruf 24.05.2021).
- Peirce, C.S. (1958): *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004): *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. Oxford: Oxford University Press.
- Reynolds, D.L./ Garay, J.R./ Deamond, S.L./ Moran, M.K./ Gold, W. & Styra, R. (2008): Understanding, compliance and psychological impact of the SARS quarantine experience. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17662167/>. (Abruf 06.07.2021).
- Robert Koch Institut (2021): *Epidemiologischer Steckbrief zu SARS-CoV-2 und COVID-19*. URL: [https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges\\_Coronavirus/Steckbrief.html;jsessionid=7C24CD6F3270584091E16F5D3B0EE747.internet081?nn=2386228#doc13776792bodyText1](https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Steckbrief.html;jsessionid=7C24CD6F3270584091E16F5D3B0EE747.internet081?nn=2386228#doc13776792bodyText1). (Abruf 24.06.2021).
- Robinson, K. (2001): *Out of Our Minds: Learning to be Creative*. Oxford: Capstone.
- Rogers, C.R. (1961): *Client-centered therapy; its current practice, implications, and theory*. Oxford: Houghton Mifflin.
- Runco, M.A. (2014): *Creativity Theories and Themes: Research, Development, and Practice*. 2. Aufl. Amsterdam: Elsevier.

- Schneider, K. (1996): Intrinsisch (autotelisch) motiviertes Verhalten - dargestellt an den Beispielen des Neugierverhaltens sowie verwandter Verhaltenssysteme (Spielen und leistungsmotiviertes Handeln). In: J. Kuhl & H. Heckhausen (Eds.), Motivation, Volition und Handlung. Enzyklopädie der Psychologie (C/IV/4) S. 119-153. Göttingen: Hogrefe.
- Spandler, H./ Secker, J./ Hacking, S./ Kent, L. & Shenton, J. (2007): Mental health, social inclusion and arts: developing the evidence base. URL: <http://clock.uclan.ac.uk/3846/1/Arts.MH.FinalReportforweb.pdf>. (Abruf 24.06.2021).
- Statista (2020): Opinion on the impact of events of 2020 on employee motivation in Russia in 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1200168/covid-19-impact-on-employee-motivation-russia/>. (Abruf 20.05.2021).
- Stein, M.I. (1974): Stimulating creativity. Vol. 1. New York: Academic Press.
- Stommel, D. (2020): Skillshare CEO: "Creative Classes Help Manage Stress". URL: <https://www.burda.com/en/news/skillshare-ceo-creative-classes-help-manage-stress/>. (Abruf 31.05.2021).
- The Frick Collection (2021): Virtual Tour. URL: [https://www.frick.org/exhibitions/de\\_waal/virtual](https://www.frick.org/exhibitions/de_waal/virtual). (Abruf 27.06.2021).
- Thorp, C. (2020): How boredom can spark creativity. URL: <https://www.bbc.com/culture/article/20200522-how-boredom-can-spark-creativity>. (Abruf 28.05.2021).
- UNESCO (2021): Building resilience in the cultural and creative industries amid COVID-19. URL: <https://en.unesco.org/news/building-resilience-cultural-and-creative-industries-amid-covid-19>. (Abruf 24.06.2021).
- Uzzi, B. & Spiro, J. (2015): Collaboration and Creativity: The Small World Problem. URL: [https://www.kellogg.northwestern.edu/faculty/uzzi/ftp/uzzi%27s\\_research\\_papers/uzzi-spiroajs\\_smallworlds.pdf](https://www.kellogg.northwestern.edu/faculty/uzzi/ftp/uzzi%27s_research_papers/uzzi-spiroajs_smallworlds.pdf). (Abruf 01.07.2021).
- Wallas, G. (1926): The Art of Thought. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Weltgesundheitsorganisation (2020): Pandemie der Coronavirus-Krankheit (COVID-19). URL: <https://www.euro.who.int/de/health-topics/health->

- emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov. (Abruf 20.05.2021).
- WHO (2019): Psychische Gesundheit – Faktenblatt. URL: [https://www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0006/404853/MNH\\_FactSheet\\_DE.pdf](https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0006/404853/MNH_FactSheet_DE.pdf). (Abruf 04.07.2021).
- Wilson, T.D./ Reinhard, D.A./ Westgate, E.C./ Gilbert, D.C./ Ellerbeck, N./ Hahn, C./ Brown, L.C./ Shaked, A. (2014): Just think: The challenges of the disengaged mind. URL: <https://science.sciencemag.org/content/345/6192/75>. (Abruf 28.05.2021).
- Wirsching, K.T. (2017): Motivation und Zielsetzung. Wiesbaden: Springer Verlag
- Woodman, R. W./ Sawyer, J. E. & Griffin, R. W. (1993): Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review* 1993 (18(2)) S. 293-321.
- Wronska, M./ Kolańczyk, A. & Nijstad, B. (2018): Engaging in Creativity Broadens Attentional Scope. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.01772/full>. (Abruf 01.07.2021).
- Yan, L./ Gan, Y./ Ding, X./ Wu, J. & Duan, H. (2021): The relationship between perceived stress and emotional distress during the COVID-19 outbreak: Effects of boredom proneness and coping style. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0887618520301420>. (Abruf 20.05.2021).
- Xiong, J./ Lipsitz, O./ Nasri, F./ Lui, L.M.W./ Gill, H./ Phan, L./ Chen-Li, D./ Iacobucci, M./ Ho, R./ Majeed, A. & McIntyre, R.S. (2020): Impact of COVID-19 pandemic on mental health in the general population: A systematic review. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32799105/>. (Abruf 06.07.2021).
- Zeki, S. & Kawabata, H. (2004): Neural Correlates of Beauty. [https://journals.physiology.org/doi/full/10.1152/jn.00696.2003?rfr\\_dat=cr\\_pub++0pubmed&url\\_ver=Z39.88-2003&rfr\\_id=ori%3Arid%3Acrossref.org](https://journals.physiology.org/doi/full/10.1152/jn.00696.2003?rfr_dat=cr_pub++0pubmed&url_ver=Z39.88-2003&rfr_id=ori%3Arid%3Acrossref.org). (Abruf 24.06.2021).

## Abbildungen

Abbildung 1: Universität Ulm (2017): Flow-Erleben. URL: <https://www.uni-ulm.de/in/psy-soz/forschung/forschung/flow-erleben/>. (Abruf 22.06.2021).

Abbildung 2: The Frick Collection (2021): North Hall. URL: [https://www.frick.org/interact/virtual\\_tours/tfc/north\\_hall](https://www.frick.org/interact/virtual_tours/tfc/north_hall). (Abruf 09.07.2021).

# Anlagen

## Der Online-Fragebogen



0% ausgefüllt

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer,

ich danke Ihnen ganz herzlich, dass Sie sich für mein Forschungsprojekt als Teilnehmer/in zur Verfügung stellen möchten. Es handelt sich hierbei um eine Studie, die die Auswirkungen der Corona-Pandemie erforscht. Mit der Teilnahme an der Studie unterstützen Sie mich nicht nur bei meiner Bachelorarbeit, sondern leisten ebenfalls einen wichtigen Beitrag zur Forschung.

Hinweise zum Datenschutz

Die hier erhobenen Daten werden ausschließlich für meine Bachelorarbeit genutzt und nach Beendigung der Studie wieder gelöscht. Die Antworten können den Teilnehmern einzeln nicht zugeordnet werden. Insgesamt nimmt der Fragebogen etwa 10 Minuten in Anspruch.

Ich danke Ihnen nochmals für die Teilnahme!

Weiter

[B.Sc. N. Janz](#), FHM Bielefeld – 2021

**1. Wie alt sind Sie?**

Bitte tragen Sie Ihr Alter ganzzahlig in Jahren in das Textfeld ein.

Alter

**2. Welchem Geschlecht gehören Sie an?**

Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

- weiblich
- männlich
- anderes Geschlecht

**3. Wenn Sie nicht aus Deutschland kommen, aus welchem Land kommen Sie?**

Alle Teilnehmer, die aus Deutschland kommen, können diese Frage überspringen.

[Bitte auswählen] ▾

**4. Welche der folgenden Tätigkeiten beschreibt Sie am besten?**

Bitte kreuzen Sie die Tätigkeit an, die am ehesten zutrifft.

- SchülerIn/StudentIn/Auszubildende(r)
- Berufstätig in Vollzeit
- Berufstätig in Teilzeit
- Derzeit nicht erwerbstätig (z.B. arbeitssuchend, in Rente, in Elternzeit)

**5. Sind Sie in Ihrer Erwerbstätigkeit von der Corona-Pandemie betroffen?**

Hat die Corona-Pandemie Auswirkungen auf Ihre Erwerbstätigkeit? Wenn ja, kreuzen Sie bitte an inwieweit Sie betroffen sind.

- Ja, durch Home-Office/Home-Schooling/Online-Lehre.
- Ja, zeitweise konnte ich nicht arbeiten.
- Ja, ich bin derzeit arbeitslos.
- Nein.

Weiter

Kommen wir nun zum zweiten Teil der Befragung.

Durch die Corona-Pandemie und die damit folgenden Lockdowns wurden Museen, Kunstgalerien u.a. gezwungen vorübergehend zu schließen. Um den Menschen dennoch einen Zugang zu kulturellen Angeboten zu ermöglichen, bieten viele Einrichtungen Online-Veranstaltungen an. Die folgenden Fragen beziehen sich auf diese Angebote.

Kreuzen Sie bitte für jede Aussage an, wie gut sie Sie beschreibt. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten, wählen Sie einfach die Antwortmöglichkeit aus, die Sie spontan für zutreffend halten.

Weiter

**6. Sind Sie vor den Lockdowns gern in Museen, Kunstgalerien u.ä. gegangen?**

Wie sah es vor Corona aus? Bitte kreuzen Sie die Antwort an, die am ehesten zutrifft.

- Ja, sehr oft
- Ab und zu mal
- Fast nie
- Nie

**7. Haben Sie schon einmal an einem Online-Angebot von Museen, Galerien o.ä. teilgenommen?**

- Ja
- Nein

**8. Wenn Sie schon einmal an einer (kulturellen) Onlineveranstaltung teilgenommen haben, um welche Art handelte es sich?**

Wenn Sie an keiner der unten aufgeführten Onlineveranstaltungen teilgenommen haben, können Sie die Frage überspringen.

- Online Konzerte, Oper, Theater
- Museen und virtuelle Rundgänge
- Workshops
- Andere

**9. Wenn nicht, warum nicht?**

Wenn Sie schon einmal ein Angebot genutzt haben, kann diese Frage übersprungen werden.

- Ich habe generell kein Interesse daran.
- Das derzeitige Angebot ist zu gering. Ich finde nichts, was mich interessiert.
- Ich wusste nicht, dass es so etwas gibt.
- Anderer Grund:

**10. Wenn Sie schon einmal an einem Angebot teilgenommen haben, wie empfanden Sie dieses?**

Kreuzen Sie bitte an, welche Erfahrungen Sie gemacht haben. Wenn Sie nicht teilgenommen haben, kreuzen Sie bitte „Ich weiß es nicht/ Habe noch nicht teilgenommen“ an.

	Stimme gar nicht zu	Stimme eher nicht zu	Ich weiß es nicht/ Habe noch nicht teilgenommen	Stimme eher zu	Stimme voll und ganz zu
Die Möglichkeit an einer Online-Veranstaltung teilnehmen zu können gefällt mir sehr.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es gab keine technischen Schwierigkeiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Vermittlung der Inhalte über den Online-Raum funktioniert gut.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin mit den derzeitigen Online-Angeboten sehr zufrieden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich hätte gerne mehr Möglichkeiten mich mit Kunst und Kultur (online) auseinanderzusetzen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Online-Angebote sind eine gute Alternative.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Weiter

Kommen wir zum dritten und damit letzten Teil der Befragung. Auch hier gilt wieder: Kreuzen Sie bitte für jede Aussage an, wie gut sie Sie beschreibt. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten, wählen Sie einfach die Antwortmöglichkeit aus, die Sie spontan für zutreffend halten.

Weiter

B.Sc. N. Janz, FHM Bielefeld – 2021

### 11. Wie wichtig ist Ihnen Kreativität?

Bitte kreuzen Sie die Antwort an, die am besten zu Ihnen passt.

	Stimme gar nicht zu	Stimme eher nicht zu	Neutral	Stimme eher zu	Stimme voll und ganz zu
Allgemein bin ich ein sehr kreativer Mensch.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durch die Pandemie habe ich neue, kreative Hobbies für mich entdeckt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mich kreativ zu beschäftigen hilft mir, mit der Corona Situation besser klar zu kommen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe nun mehr Zeit, mich mit kreativen Dingen zu beschäftigen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kreativität ist mir sehr wichtig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 12. Auf einer Skala von 1 bis 10: Wie oft haben Sie sich vor Corona mit kreativen Dingen (z.B. Malen, Zeichnen, Töpfern etc.) beschäftigt?

Wie oft haben Sie sich vor Corona kreativ betätigt? (Wenn 1 für „Nie“ und 10 für „Sehr häufig“ steht.)

1 Nie   
  2   
  3   
  4   
  5   
  6   
  7   
  8   
  9   
  10 Sehr häufig

### 13. Auf einer Skala von 1 bis 10: Wie oft beschäftigen Sie sich jetzt mit kreativen Dingen (z.B. Malen, Zeichnen, Töpfern etc.)?

Wie oft beschäftigen Sie sich nun mit kreativen Dingen? (Wenn 1 für „Nie“ und 10 für „Sehr häufig“ steht.)

1 Nie   
  2   
  3   
  4   
  5   
  6   
  7   
  8   
  9   
  10 Sehr häufig



**14. Benutzen Sie eine (oder mehrere) der folgenden Plattformen?**

Bitte kreuzen Sie die an, die sie (regelmäßig) nutzen.

Skillshare

CreativeLive

Udemy

Domestika

Andere

Nein, ich benutze keine der oben angegebenen Plattformen.

**15. Wie häufig haben Sie die Plattformen vor Corona genutzt?**

Gar nicht

Einmal die Woche

Zwei- bis dreimal die Woche

Jeden Tag

**16. Wie häufig nutzen Sie die Plattformen momentan?**

Gar nicht

Einmal die Woche

Zwei- bis dreimal die Woche

Jeden Tag

Weiter

[B.Sc. N. Janz](#), FHM Bielefeld – 2021



86% ausgefüllt

**17. Wie geht es Ihnen allgemein mit der Corona-Lage?**

Zum Abschluss würde ich jetzt noch gerne erfahren, wie es Ihnen allgemein mit der Corona-Pandemie und den Lockdowns geht.

	Stimme gar nicht zu	Stimme eher nicht zu	Neutral	Stimme eher zu	Stimme voll zu
Ich habe keine Probleme mit der aktuellen Lage.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Allgemein bin ich optimistisch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mich frustriert die Corona-Lage.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich hilflos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich depressiv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

[B.Sc. N. Janz](#), FHM Bielefeld – 2021

## **Vielen Dank für Ihre Teilnahme!**

Ich möchte mich ganz herzlich für Ihre Mithilfe bedanken. Sie haben mir durch Ihre Bereitschaft zur Mitarbeit an meiner Studie sehr geholfen.

Damit leisten Sie einen wichtigen Beitrag zur Forschung im Bereich „Auswirkungen der Corona-Pandemie“. Primär geht es um die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Kunst, Kultur und Kreativität. Ich möchte erforschen, welche Möglichkeiten es gibt, sich weiterhin mit Kunst und Kultur auseinanderzusetzen und ob diese genutzt werden. Es geht außerdem darum, inwieweit sich die Bevölkerung mit der eigenen Kreativität auseinandersetzt, man z.B. neue Hobbies für sich entdeckt hat und ob diese helfen, die Zeit besser zu überstehen.

Vielen Dank für ihre Mitarbeit!

Bleiben Sie gesund!

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.

---