



Warum sich Menschen immer mehr wie Bots verhalten. Und was man dagegen tun kann

Lesedauer 15 Minuten

Es wird immer schwieriger, Menschen von Bots zu unterscheiden, auch, weil die Menschen immer botähnlicher werden. Ein Artikel von [Gurwinder](#), der in seinem Blog erklärt, wie Technologie und Psychologie uns zusammen hinters Licht führen, faszinierte mich. Ich fasse die wichtigsten Punkte zusammen, und ich habe Beispiele aus Deutschland addiert.

In dem Maße, wie sich das Wissen über die menschliche Psychologie weiterentwickelt, werden Algorithmen immer besser darin, menschliches Verhalten zu beeinflussen. In den sozialen Medien sehen wir jeden Tag dieselben Gruppen von Menschen, die sich über dieselben Dinge empören.

Die Zunahme von Bot-ähnlichem Verhalten in den letzten zehn Jahren hat zur Schaffung eines Mems geführt: der **NPC** oder **Non-Player-Charakter**. Ursprünglich ein Begriff zur Beschreibung von Videospielecharakteren, deren Verhalten vollständig computergesteuert ist, bezieht er sich jetzt auch auf Menschen in der realen Welt, die sich genauso vorhersehbar verhalten, wie NPCs in Videospiele.

Der Grund dafür ist BrainCandy Lesern vertraut: Das Gehirn wird als Denkmachine betrachtet, aber es ist eher das Gegenteil: eine Maschine, die versucht, das Denken zu umgehen. Das liegt daran, dass Denken extrem zeit- und kalorienaufwendig ist, was in unserer Evolutionsgeschichte eine knappe Ressource war.

So entwickelte sich das Gehirn zu einem "kognitiven Geizhals", der nach dem [Prinzip des geringsten Aufwands](#) arbeitet und beim Denken und Wahrnehmen Abkürzungen nimmt, die ein praktikables, aber stark vereinfachtes Modell der Welt bilden.

Diese Abkürzungen mögen kognitiv sein (Heuristiken), aber zunehmend sind sie technologisch (Algorithmen).

Gurwinder hat fünf gängige NPC-Typen identifiziert, zu denen die Mehrheit der Internetnutzer gehört. Man muss nicht mit allen seiner Argumente übereinstimmen, aber das Grundprinzip ist genial, um das schematische Suchen nach der ‚Wahrheit‘ in Zeiten der Informationsflut zu verstehen.

Ich stelle die verschiedenen Typen von NPC vor. Am Schluss gibt es kluge Ratschläge, dem NPC Verhalten zu entkommen.

NPC 1. Der Konformist



Quelle: [istockphoto.com/ Prostock Studio](#)

Konformisten sind die stereotypischen NPCs. Sie vertrauen auf die Mainstream-Ansicht zu den Dingen. Dem Konsens zu vertrauen, scheint eine gute Abkürzung zur Wahrheit zu sein. Leider funktioniert das in der Praxis nicht so gut.



Es herrscht das "Paradoxon der Einstimmigkeit": Da jeder Mensch anders ist, ist die Wahrscheinlichkeit, dass jeder Einzelne einer Überzeugung zustimmt, winzig, es sei denn, eine irrationale Kraft, wie Faulheit oder sozialer Druck, zwingt sie dazu. Mit anderen Worten: Je mehr Menschen einer Meinung sind, desto unwahrscheinlicher ist es, dass sie selbständig denken.

Dies würde beispielsweise erklären, wie [das Papier von Christian Drosten](#) im März 2020 zu einem verfrühten Konsens über den Ursprung von Covid führte. Und warum die WHO im selben Monat katastrophalerweise verkündete, dass Covid nicht durch Aerosole übertragen wird. Die vielen sinnfreien Plexiglasbarrieren in Geschäften und Praxen erinnern an dieses Versagen.

Wenn die Wahrheit leicht überprüfbar ist, wie z.B. in der Mathematik, wird der Konsens gebildet, wenn alle Experten zu demselben Schluss kommen.

Wenn die Wahrheit jedoch nicht leicht nachprüfbar ist, wie in der Medizin oder den Sozialwissenschaften, entsteht ein Konsens wenn einige wenige Experten zu demselben Ergebnis kommen und dann alle anderen Experten einfach ihr Wort dafür nehmen. In der Regel, weil ihnen die Zeit oder die Mittel fehlen, um die vorherrschende Hypothese in Frage zu stellen. Und die Experten, die einen Konsens herbeiführen, werden nicht selten von unethischen Beweggründen angetrieben. Für Wissenschaftler besteht ein Anreiz, schlagzeilenfähige Ergebnisse zu veröffentlichen, was sie dazu verleiten kann, Daten zu fälschen. In den letzten Wochen hat es mehrere solcher Skandale gegeben.

So wurde der Präsident von Stanford [zum Rücktritt gezwungen](#), nachdem Beweise für seine manipulierten Forschungsarbeiten auftauchten. In einem anderen Fall wurde festgestellt, dass eine Harvard Wissenschaftlerin, die sich mit Unehrlichkeit beschäftigt, in ihrer Forschung [unehrlich](#) war.

Die akademische Welt ist stark linksliberal geprägt, und viele Akademiker sind "woke", d. h. sie erkennen Unterdrückung selbst in trivialen Ereignissen, was dazu führt, dass sie sich eher wie Aktivisten denn wie Wissenschaftler verhalten. Aus Angst vor Ächtung sind akademische Kreise in der Regel [Schweigespinalen](#), in denen sich nur wenige in der Lage fühlen, abweichende Ansichten zu äußern.

Da die Wissenschaft die Quelle des meisten neuen Wissens ist, werden ihre Vorurteile von jeder Informationsquelle übernommen, die ihr nachgelagert ist, einschließlich der Mainstream-Medien, Wikipedia, Google, ChatGPT, Social-Media-Algorithmen und der gesellschaftliche Konsens selbst.

Mein kleiner Beweis mit ChatGPT 4.0: ich bitte um ein Argument, warum gender affirming care für Kinder schlecht wäre. Ich bekomme eine Standard Begründung, warum eine Antwort nicht möglich wäre. Auf die Bitte ein Argument zu finden, warum gender affirming care gut für Kinder wäre, erfahre ich: „Gender-affirmierende Versorgung fördert das psychische Wohlbefinden und die Selbstakzeptanz in Kindern.“ Der Zeitgeist lebt in der KI.



Der Konsens führt zur Wahrheit, wenn die Konsensbildner motiviert sind, die Wahrheit zu erreichen. Aber öffentliche Einstimmigkeit ist ebenso oft ein Produkt von Faulheit, Gruppenzwang, Geld und Ideologie wie von rationaler Übereinstimmung, so dass der Konformist oft eine Abkürzung nimmt, die nicht zur Wahrheit führt.

NPC 2. Der Querdenker



Quelle: istockphoto.com / Catalin205

Querdenker sind das Gegenteil von Konformisten: Weil sie davon ausgehen, dass das System der Gesellschaft, das den Konsens herstellt, die Massen manipuliert.

Ein Konformist, der neugierig wird, erkennt irgendwann, dass der Konsens nicht ganz der Wahrheit entspricht. Die Erkenntnis beginnt in der Regel mit einem einzelnen Thema, zum Beispiel dem Geschlecht. Die Konformistin mag zunächst feststellen, dass weder sie noch irgendjemand, den sie kennt, diese "Geschlechtsidentität" hat, von der man gerade so viel hört. Dann stellt sie fest, dass die neue Definition von Frau als "jemand, die sich als Frau identifiziert" zirkulär ist. Dann wird sie überrascht sein, dass Transfrauen im Sport biologischen Frauen [enteilen](#), obwohl das doch angeblich nicht sein könne. Und wenn sie sich zu all dem äußert, wird sie schnell des Hasses auf Trans-Menschen oder als ‚rechts‘ verdächtigt.

(Ich selbst habe keine fundierte Meinung zu diesem Gebiet. Ich staune aber, wieviel Aufmerksamkeit 0,02% der Mitmenschen bekommen.)

Konformisten, die sich vom Konsens verraten fühlen, überkorrigieren sich oft und glauben nichts, was der Konsens sagt. So entsteht eine neue Art von NPC: der Querdenker.

Da der Mainstream-Konsens links-liberal ist, neigen die Abweichler dazu, sich nach rechts zu orientieren. Sie sind eine seltenere Spezies von NPC als die Konformisten, aber sie dominieren die breiten Ränder des Internets. Gemäßigte Oppositionelle, die instinktiv nur bei den umstrittensten Themen nicht mit dem Mainstream übereinstimmen, können ihre Informationen aus leicht konträren Medien wie [Reitschuster](#) und [Joe Rogan Experience](#) beziehen. Engagiertere Querdenker verlassen sich auf aggressivere Anti-Establishment-Quellen wie [Tucker Carlson](#) und [Paul Brandenburg](#).

Die Mainstream-Medien führen die Öffentlichkeit mit selektiver Berichterstattung in die Irre, aber sie achten darauf, dass die eigentliche Berichterstattung richtig ist, und wenn das nicht der Fall ist, geben sie in der Regel Korrekturen heraus. Im Gegensatz dazu räumen alternative Medien Irrtümer selten ein.

Der Reiz des Querdenkens liegt nicht in seiner Genauigkeit, sondern in seinem berausenden Rausch: dem Gefühl, bewusster zu sein als die hirnlosen "Schäfchen".

Abweichler haben Recht, dass der Mainstream-Konsens oft falsch ist. Aber sie begehen einen Fehler, wenn sie davon ausgehen, dass die Randgruppen deshalb Recht haben müssen. Die Wahrheit ist kein Nullsummenspiel; es ist möglich, mit einem Idioten nicht übereinzustimmen und trotzdem ein Idiot zu sein. Querdenken ist letztlich eine gefährlichere Abkürzung als Konformismus.



NPC 3. Der Jünger



Quelle: istockphoto.com / nicoletaionescu

Der Jünger ist nicht so sehr eine eigene Spezies, als eine Art Zwilling zum Querdenker. Aber er nimmt eine andere Abkürzung zur "Wahrheit" und sollte daher als etwas anderes betrachtet werden.

Es gibt ein menschliches Bedürfnis, an etwas zu glauben. Andersdenkende sind oft versucht, ihr ganzes Vertrauen in einen einzigen charismatischen, gegen das Establishment gerichteten Demagogen zu setzen. Auf diese Weise werden sie zur ältesten NPC-Spezies: dem Jünger.

Ein Jünger zu sein ist eine attraktive Abkürzung zur "Wahrheit", weil sie keine Entscheidungen erfordert, sondern nur Nachahmung.

Die am häufigsten gefolgtten Idole sind heute Männer wie Donald Trump und Elon Musk. Diese Messias-Unternehmer, neigen dazu, sich nach rechts zu orientieren, weil das Establishment linksliberal ist.

Das Idol übt so viel Macht über seine Jünger aus, dass es schließlich ihre Integrität außer Kraft setzt. Trump-Anhänger prangern das Establishment für seine Unehrlichkeit an, während sie unermüdlich Entschuldigungen für die **pathologische** Unehrlichkeit ihres Idols finden.

So ist das Idol eines Jüngers oft selbst ein NPC, dies gilt insbesondere für Meinungsführer, wie Trump und Elon, die unmöglich die Zeit haben können, alle Themen, zu denen sie sich selbstbewusst äußern, angemessen zu recherchieren und zu berücksichtigen.

Der Jünger ist letztlich nur ein NPC, der einem NPC folgt, und so führt die Abkürzung, die er nimmt, nicht zur Wahrheit, sondern dorthin, wohin ihn sein Idol blindlings führt.

NPC 4. Der Stammesangehörige



Quelle: istockphoto.com / Zeferli

Wir haben über 90 % der Menschheitsgeschichte in Stämmen gelebt. Daher ist Stammesdenken einer der am tiefsten verwurzelten menschlichen Instinkte. Die Herangehensweise der Stammesangehörigen an die Glaubensbildung ist einfach: Sie suchen sich den Stamm aus, dem sie sich am meisten verbunden fühlen. Und verharren in der irrigen Annahme, dass diejenigen, die ihre politischen Überzeugungen teilen, am besten in der Lage sind, die Wahrheit im Allgemeinen zu erkennen.

Der Klebstoff, der die Stämme zusammenhält, ist in der Regel eine polare Sicht der Realität: "Wir kämpfen einen Kampf zwischen Gut und Böse, und natürlich sind wir die Guten".



Wir sehen das ständig im Kulturkampf: Die Linken bevorzugen Überzeugungen, die die Bedrohung durch rechte Fanatiker übertreiben, und die Rechten bevorzugen Überzeugungen, die die Bedrohung durch Groomer übertreiben. Anstatt zu versuchen, die wahren Ursachen komplexer sozialer Probleme zu verstehen, geben Linke einfach den Rechten die Schuld und umgekehrt.

Da Stammesangehörige glauben, dass die Außengruppe korrupt ist, vertrauen sie nur selten Informationen außerhalb ihrer Filterblase.

Stammesdenken ist kein Weg, um die Wahrheit zu finden. Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit verdrängt den Wunsch nach Realität. Letztendlich ist der Tribalismus eine Abkürzung, die nicht zur Wahrheit führt, sondern zu einer immer stärker polarisierten Verzerrung der Wahrheit.

NPC 5. Der Mittelwertler



Quelle: <https://buhitter.com/search?q=fascism&offset=480>

Mittelwertler verstehen, dass sowohl Linke als auch Rechte Parteigänger sind, die den Stamm über die Wahrheit stellen. Sie wissen, dass die Wahrheit oft zwischen den Extremen zu finden ist, also nehmen sie in allen Fragen die gemäßigtste Sichtweise ein.

Zentristen denken, dass sie das Verhalten von NPCs vermeiden, indem sie die Exzesse der Linken oder Rechten, der Konformisten oder Querdenker meiden.

In Wirklichkeit denken die Mittelwertler nicht mehr als die Extremisten und sind daher genauso NPCs.

Die Durchschnittsdenker entscheiden sich nicht für eine Seite, sondern bewegen sich immer in der sicheren Mitte zwischen den beiden. "Einige medizinisch notwendige Behandlungen sollten kostenlos sein, aber nicht alle." Indem sie angesichts der Komplexität ständig an Nuancen und Kompromisse appellieren, können die Mittelwertler Intelligenz signalisieren, ohne selbst welche zu benötigen.

Mittelwertler haben Recht, dass die Probleme in der Regel komplexer sind, als sie dargestellt werden, aber da sie die Argumente der Stämme instinktiv abtun, ohne zu versuchen, sie zu verstehen, haben sie selten ein Gespür für die Nuancen, die sie fordern. Wenn man sie fragt, warum sie mit beiden Seiten nicht einverstanden sind, greifen sie auf ihre Standardantwort zurück, dass beide Seiten voreingenommen seien. Im Ukraine Krieg scheint es besonders viele Mittelwertler zu geben.

Der Vorteil, wenn man in jeder Frage den Mittelwert vertritt, ist, dass man selten völlig falsch liegt. Der Weg des Mittelwertfans ist daher eine Abkürzung, die nicht zur Wahrheit führt, sondern zum trüben Mittelweg zwischen Wahrheit und Lüge, und deshalb sollte er vermieden werden.



Gurwinders Schlussfolgerungen

Jeder ist zumindest bei einigen Themen, zu denen man sich äußert, ein NPC, weil der Tag einfach nicht genug Stunden hat, um eine fundierte Meinung zu den meisten Themen zu haben, über die wir sprechen.

Die Vergänglichkeit des Lebens und die Informationsflut sind der Grund, warum Menschen zu NPCs werden - das Leben verlangt nach Abkürzungen - und das ist der Grund, warum sich jeder bei fast allem irrt.

Aber es gibt eine bessere Möglichkeit, Zeit zu sparen, als ein NPC zu sein, nämlich Prioritäten zu setzen. Das eigentliche Missgeschick der NPC besteht nicht darin, dass sie sich ihre Überzeugungen erschleichen, sondern dass sie überhaupt das Bedürfnis haben, solche Überzeugungen zu haben.

Gurwinder empfiehlt, die Probleme in tertiäre, sekundäre und primäre zu unterteilen.

Tertiäre Fragen sind solche, die Sie nicht zu interessieren brauchen: also die überwältigende Mehrheit der Dinge. Überlegen Sie, was es für einen Unterschied macht, ob Sie etwas wissen oder nicht, und wenn es keinen Unterschied macht, beschließen Sie, zu dieser Sache keine Meinung zu haben. Nehmen Sie nicht einmal eine Abkürzung. Akzeptieren Sie einfach, dass Sie es nicht wissen.

Sekundäre Themen sind Dinge, die Sie interessieren, die Sie aber nicht unbedingt richtig machen müssen.

Bei diesen Themen müssen Sie Abkürzungen nehmen, also nehmen Sie die beste Abkürzung, die es gibt: kontradiktorisches Lernen. Suchen Sie die besten Vertreter der jeweiligen Seite und glauben Sie demjenigen, der am überzeugendsten ist. In Volkswirtschaftlichen Dingen folge ich, neben anderen, [Claudia Kemfert](#), mehr Klimaaktivistin als Wissenschaftlerin und begehrte Zitatieferantin für die Mainstream Medien, und [Hans-Werner Sinn](#) als konservativem, wissenschaftlich fundiertem Mahner, der die Strompreisentwicklung bereits vor 10 Jahren verhersagte.

Primäre Themen sind diejenigen, die Ihnen am wichtigsten sind und die Sie richtig machen wollen. Nutzen Sie die Zeit, die Sie dadurch sparen, dass Sie tertiäre Dinge ignorieren und Abkürzungen zu sekundären Dingen nehmen, um alles zu lernen, was es über primäre Dinge zu wissen gibt.

Wenn Sie eine Meinung äußern wollen, fragen Sie sich zunächst, ob es sich um eine primäre, sekundäre oder tertiäre Frage handelt. Zu tertiären Themen schweigen Sie. Bei sekundären Themen seien Sie bescheiden. Leben Sie ihre Leidenschaft bei primären Themen.

Ihr Gehirn wird immer versuchen, bei der Bildung von Überzeugungen Zeit zu sparen - das ist seine Aufgabe, aber der beste Weg, Zeit zu sparen, ist nicht, eine Abkürzung zur "Wahrheit" zu nehmen, sondern überhaupt keinen Weg zu nehmen.



Buchempfehlung

Von Ralph Ohnemus, Uwe H. Lebok, Florian Klaus:

Context-Marketing

Der Schlüssel zum Verbraucherverhalten zum [Bestellen](#).



Feedback, Anregungen oder Kritik zu diesem Artikel:
braincandy@ka-brandresearch.com

Der Autor

Ralph Ohnemus, CEO. Seit 2001 Vorstand und Hauptanteilseigner von K&A BrandResearch. Vorher war er 15 Jahre Kunde von K&A BrandResearch. Nationale und internationale Marketing- und Vertriebserfahrung in Senior Management Positionen, darunter FMCG, Mode, Medien und Telekommunikation – zuletzt als SVP Consumer Sales verantwortlich für Marketing, Vertrieb und Filialketten bei Viag Interkom O2.

Kontakt: r.ohnemus@ka-brandresearch.com

