

Postfaktisch – was geht das die Theologie an?²²

PD Dr. Henning Theißen lehrt Systematische Theologie an der Ernst Moritz Arndt-Universität Greifswald.

Vor zwei Jahren das „Wort des Jahres“ in Deutschland und Großbritannien und nun Gegenstand wissenschaftlicher Erforschung – die Rede ist vom Postfaktischen. Doch was ist damit gemeint, und was hat die Theologie damit zu tun? Auf diese Fragen wollen die folgenden Überlegungen antworten. Ich schicke einige begriffliche und theoretische Klärungen voraus (1.), betrachte danach etwas ausführlicher zwei Beispiele (2.) und reflektiere schließlich das hinter dem Phänomen des Postfaktischen stehende Menschenbild (3.).

1. Bilder und Emotionen

Als postfaktisch wird ein Kommunikationsverhalten bezeichnet, das Wahrheit weitgehend durch Befindlichkeit (sog. ‚gefühlte Wahrheit‘) ersetzt und damit die klassische Verbindung von Fakten und Wahrheit entkoppelt. Dabei ist gleich zu Beginn zu sagen: Fakten sind als solche nicht schon die Wahrheit! Das verdeutlicht die bis heute wohl wichtigste theoretische Definition von Wahrheit, die sog. *Korrespondenztheorie*. Ihr zufolge besteht Wahrheit in der Übereinstimmung (Korrespondenz) der Erkenntnis mit der Wirklichkeit der Dinge. In diesem Modell gehören die Fakten offensichtlich auf die Seite der Wirklichkeit. Ihr steht auf der anderen Seite der Mensch gegenüber, der sich um Erkenntnis der Wahrheit bemüht. Die Wahrheit gehört

in diesem Modell weder auf die eine noch die andere Seite, sondern ist eine Eigenschaft des Urteils oder der Aussage, das der nach ihrer Erkenntnis strebende Mensch über die Wirklichkeit trifft. Nicht die Fakten, sondern die Urteile und Aussagen über sie sind entweder wahr oder falsch. Die Fakten sind demgegenüber wirklich, d.h. sie sind unbezweifelbar gegeben.

Es ist wichtig, sich dies zu Beginn klar zu machen, weil hier der Ansatzpunkt und die Einbruchsstelle für das Problem des Postfaktischen liegen. Wenn nicht die Fakten selbst entweder wahr oder falsch sind, kann leicht der Eindruck entstehen, dass Wahrheit auch nicht notwendig auf Fakten bezogen sein muss. Urteilen kann man schließlich auch über Gedankenexperimente oder Gefühle. Häufig wird deshalb das Phänomen des Postfaktischen mit den Problemen „fake news“ (Falschnachrichten) und „bullshit“ (Quatsch) in Zusammenhang gebracht. Doch von diesen ist es zu unterscheiden, denn das Postfaktische tritt (anders als die gezielt desinformierenden Falschnachrichten) *ohne Täuschungsabsicht* und (anders als der stets beliebige Quatsch) *mit Wahrheitsanspruch* auf. Das Postfaktische, soviel kann von vornherein gesagt werden, bewegt sich durchaus im Rahmen des korrespondenztheoretischen Wahrheitsbegriffs, jedoch mit folgender Besonderheit, auf die – lange vor dem Aufkommen des Postfaktischen – der Philosoph Hans Jonas hingewiesen hat (vgl. H. Jonas, *Philosophische Untersuchungen und metaphysische Vermutungen*, Frankfurt 1994, 177).

Die Unwidersprechlichkeit wirklicher Fakten, auf die sich wahre Erkenntnis nach der Korrespondenztheorie stets beziehen muss, ist an ein Prüfverfahren geknüpft, das man mit Jonas als ein „Nebeneinanderhalten“ von Erkenntnis und Sache beschreiben kann. Will ich z.B. wissen, ob der Anzug, den ich heute Abend tragen möchte, Flecken hat, so muss ich zum Schrank gehen und den Anzug gleichsam neben meine Aussage halten. Diese Art der Unwidersprechlichkeit lässt sich allerdings, so Jonas, nur für gegenwärtige Wirklichkeiten geltend machen, die ich eben wie einen Anzug aus dem Schrank holen kann. Für vergangene Wirklichkeiten greift

²² Ausgearbeitete Fassung eines öffentlichen Vortrags im Bürgersaalsaal des Greifswalder Rathauses im Rahmen der Reihe „Universität im Rathaus“ am 13.11.2017. Die Vortragsform wurde weitgehend beibehalten. Zu Ziff. 3 vgl. meinen Text: *Die digitale Revolution und der analoge Mensch. Eine interdisziplinäre Betrachtung aus theologischer Perspektive*, in: *Zeitschrift für Evangelische Ethik* 62 (2018) 31–45.

die klassische Korrespondenztheorie der Wahrheit nicht, weil man sie nicht in derselben Weise neben die Aussage halten kann.

Bei den Phänomenen des Postfaktischen handelt es sich durchweg um weit komplexere Sachverhalte als das Vorhandensein oder Nichtvorhandensein von Flecken auf einem Anzug. Meist geht es um politische Konstellationen, bei denen ein auf Anhieb unwidersprechliches Urteil schwer fällt. Vertreter einer postfaktischen Denkart können sich dies zunutze machen: Verlangt die in einer Talkshow flugs aufgestellte Tatsachenbehauptung einen nachträglichen „Faktencheck“ (F. Plasberg), so kann sie nur noch eine vergangene Wirklichkeit betreffen und unterliegt damit nicht mehr dem klassischen Korrespondenzkriterium. An seine Stelle treten dann die im digitalen Zeitalter dank Smartphone und Instagram omnipräsenten *Bilder*, in denen die vergangene Wirklichkeit festgehalten und behauptungstauglich gemacht werden soll. Man weiß aber nicht erst seit Kate Winslets Ehrlichkeitsprotest gegen ein Bild von ihrer eigenen, mit Photoshop nachgeschönten Figur, dass Bilder den Betrachter weniger auf der (kognitiven) Ebene der Erkenntnis ansprechen, auf der im korrespondenztheoretischen Modell Wahrheit erkannt wird. Sie adressieren vielmehr (affektiv) die Ebene der *Emotionen*, und diese sind der Kanal, über den postfaktische Wahrheit kommuniziert wird. Solch postfaktische Kommunikation ist also nicht einfach Verrat an der Wahrheit. Vielmehr wandert unter dem Eindruck des Postfaktischen der klassische korrespondenztheoretische Wahrheitsbegriff aus der hohen Erkenntnistheorie in die Niederungen menschlicher Emotionen aus, und Bilder sind im digitalen Zeitalter sein Leitmedium.

2. Wutbürger und politische Tabubrecher

Ich möchte im zweiten Schritt meiner Überlegungen ein erstes Beispiel für postfaktische Kommunikation vorstellen. Es entstammt dem politischen Bereich, enthält aber keine plumpe

Stimmungsmache und keine phantasievollen ‚alternativen Fakten‘, wie man sie im Standardbeispiel postfaktischer politischer Kommunikation, der Klimapolitik von US-Präsident D. Trump, antreffen könnte. Ich habe mich für ein weniger drastisches Beispiel entschieden, weil ich zeigen möchte, dass postfaktische Kommunikation nicht auf den Rechtspopulismus beschränkt ist, sondern bis weit in die Mitte der Gesellschaft (übrigens auch der Kirche) reichen dürfte.

Mein Beispiel betrifft die sogenannten „Wutbürger“ – noch ein Ausdruck aus den Siegerlisten für das „Wort des Jahres“, diesmal aus dem Jahre 2010. Er wurde populär im Zuge der Massenproteste gegen Stuttgart 21, das Großbauprojekt der Deutschen Bahn AG zur unterirdischen Verlagerung des Stuttgarter Hauptbahnhofes. Obwohl das Projekt in den zuständigen Gremien alle Hürden des Planungs- und Genehmigungsverfahrens genommen hatte, also demokratisch vollauf legitimiert war, formierte sich bei Baubeginn ein beispielloser breiter Protest, der sich im Spätsommer 2010 regelrecht in der Stuttgarter Innenstadt festsetzte. Es war die bürgerliche Mitte, darunter Rentner und Familien mit kleinen Kindern, die die Demonstrationen trug und darum nicht mit Unrecht reklamieren konnte, mit ihrem Protest ‚Volkes Willen‘ auf die Straße zu tragen. Die Empörung dieser „Wutbürger“ gegen unternehmerische Gigantomanie und Ressourcenverschwendung, die in ihren Augen Stuttgart 21 in ökonomischer und ökologischer Hinsicht kennzeichneten, konnte in breiteren Bevölkerungsschichten mit Zustimmung rechnen.

Aus der Breite des Volkes stammt auch das Bild, das schicksalhaft für die Kommunikation über Stuttgart 21 wurde: Als bei der – später gerichtlich als rechtswidrig festgestellten – polizeilichen Räumung des Protestgeländes am 30.09.2010 Wasserwerfer zum Einsatz kamen, wurde ein Rentner, der sich seit kurzem an den Protesten beteiligte, im Gesicht so schwer getroffen, dass er fast erblindete. Das sofort um die digitale Welt gehende dpa-Foto hatte für die politische Stimmung in Baden-Württemberg seismische Qualität, denn es trug nicht nur der Protestbewegung erhebliche Sympathie ein – in

ganz wörtlichem Sinne als Mitleid mit den Leidtragenden der staatlichen Gewaltanwendung. Daneben war es zumindest nach Meinung späterer Kommentatoren (Jakob Augstein) mitverantwortlich für die Niederlage der regierenden CDU bei der Landtagswahl 2011 und den ersten grünen Ministerpräsidenten in Deutschland.

Was ist an diesem Beispiel postfaktisch? Deutlich ist die emotionale Wirkung des digital verbreiteten und tausendfach angeklickten, geteilten, weitergeleiteten Pressefotos, und deutlich ist auch die emotionale Qualität, mit der das physische Bild des blutüberströmten Rentners das mentale Bild einer ungerechten Gewaltbehandlung von Bürgern durch Staatsorgane wachrief. Dies wurde durch einzelne, weitgehend haltlose Behauptungen staatlicher Stellen über die Gewaltbereitschaft der Wutbürger noch verstärkt. Weniger deutlich ist die ihrerseits auf emotionalen Mustern, nämlich der Zuordnung zu politischen Lagern aufbauende Kommentierung der Wirkung dieses Bildes durch J. Augstein. Auf den ersten Blick rätselhaft ist, wo in den hinter dem Bild stehenden Vorgängen um die gewaltsame Beendigung der Proteste gegen Stuttgart 21 eine Verabschiedung der faktenbasierten Sachdiskussion gelegen sein soll. Die Argumente der protestierenden Wutbürger, dass das Projekt ökonomisch riskant sei (wegen der Beteiligung öffentlicher Kassen) und ökologisch unverantwortlich, waren ja keineswegs ohne Anhalt an belegbaren Wirtschafts- oder Umweltdaten.

Die Brisanz des Beispiels liegt an anderer Stelle. Denn den Wutbürgern, die mit ihren Gegenargumenten gegen Stuttgart 21 Volkes Willen artikulierten, war ja bewusst, dass desselben Volkes Wille vor Beginn des Projekts in den zuständigen demokratisch legitimierten Gremien gehört worden war, dort aber kein durchschlagender Widerstand zusammengekommen war. Man muss also für die protestierenden Wutbürger, gerade weil sie die bürgerliche Mitte repräsentierten, konstatieren, dass sie einen mindestens uneinheitlichen Begriff des Volkes voraussetzten, wenn sie sich durch gesunden common sense zum Protest gegen ein Projekt legitimiert sahen, das mit ebenso breiter Zustimmung gebilligt worden war. Natür-

lich kann man einwenden, dass die wenigsten der zahllosen Demonstranten zuvor direkt an den Genehmigungsverfahren Anteil genommen haben werden. Es macht einen Unterschied – exakt den Unterschied von indirekter und direkter Demokratie –, ob ich am Wahltag mit meiner Stimme einen Abgeordneten in Landtag oder Gemeinderat entsende oder ob ich mich die Legislaturperiode hindurch im Wege der Bürgerbeteiligung oder direkt plebiszitär in konkrete Planungsvorhaben des Landes oder der Stadt einschalte. Dass die Masse der Wutbürger die Gremien in einer Zusammensetzung gewählt hatte, die anschließend die Zustimmung zu Stuttgart 21 beschloss, lässt keine Rückschlüsse auf die Meinung der Wutbürger zu diesem Projekt zu; man kann ihnen so gesehen also auch nicht vorwerfen, dass sie im konkreten Fall anders darüber urteilten als die von ihnen selbst zuvor gewählten Repräsentanten.

Dennoch liegt genau hier ein gravierendes Problem für die demokratische Kommunikation. Mit dem Begriff aus Ziff. 1 unserer Überlegungen können wir sagen, dass das Problem in der *Unwidersprechlichkeit* besteht, die der Wutbürger (eher unausdrücklich) für seine Protestgründe in Anspruch nimmt. Obwohl die ökonomischen und ökologischen Einwände gegen Stuttgart 21 als solche keine postfaktische Qualität hatten, zeigte die implizite wutbürgerliche Annahme, als Träger der Volkssouveränität zugleich gegen deren gewählte Repräsentanten und *darum* (nicht aus evidenten Sachgründen) unwidersprechlich sprechen zu können, doch deutliche Züge postfaktischer Kommunikation, weil sie aus der gemeinsamen Wut gegen das verhasste Bauprojekt überzogene Erwartungen an die Homogenität der Öffentlichkeit und die Bereitschaft der Bevölkerung zur Unterstützung des Protests ableitete. Wir werden beim zweiten Beispiel wieder auf dieses Problem stoßen.

Dass die Erwartungen überzogen waren, sieht man auch an den Folgen, die der Protest gegen Stuttgart 21 gehabt hat. Die Bilder von diesem Protest und gebündelt das Foto des vom Wasserwerfer getroffenen Rentners entfalteten eine hohe emotionale Wirkung; sie richtete sich, wie es für Emotionen typisch ist, auf die Person:

nicht nur die Person des betroffenen Rentners oder derer, die mit ihm Mitleid hatten, sondern auch politisch auf den Personaldiskurs. Man kann, wie erwähnt, diskutieren, dass die Ablösung von Ministerpräsident S. Mappus durch W. Kretschmann mit den Bildern vom 30.09.2010 zusammenhängt. Der politische Sachdiskurs jedoch wurde dadurch – fraglos entgegen den Hoffnungen oder Erwartungen der Demonstranten – nicht tangiert. Trotz der großen Sympathiewelle, die die Wutbürger trug, kam es auch nach dem Regierungswechsel nicht zu einem Baustopp am Stuttgarter Hauptbahnhof.

Diese Beobachtung, die sich ähnlich im Herbst 2017 auch am Beispiel des katalonischen Unabhängigkeitsreferendums und seiner gewaltsamen Bekämpfung machen ließe, scheint mir für das postfaktische Leitmedium in der politischen Kommunikation typisch zu sein: *Bilder* erreichen über die emotionale Schiene zwar die Person und den entsprechenden *Personaldiskurs* in der Politik; sie vermögen aber *nicht* die Schranke zum *Sachdiskurs* zu überspringen, da Sachen, anders als Personen, keine Träger von Emotionen und auch nicht für sie empfänglich sind. Das ändert sich erst, wenn Sachen in der politischen Kommunikation *symbolisch* für Personen und personale Handlungsweisen stehen. Ein drastisches Beispiel ist die Ächtung nationalsozialistischer Symbole in Deutschland, die für die Untaten des NS-Regimes stehen. Im Falle von Symbolen ist die Schranke zwischen Personen und Sachen tatsächlich durchbrochen, und es wird möglich, über einen emotional aufgeladenen Symbolgebrauch tatsächlich auf den politischen Sachdiskurs einzuwirken. Freilich genügen einzelne symbolische Handlungen hierzu keineswegs, sondern es bedarf einer hinreichend großen Personengruppe, die sich soweit emotional instrumentalisieren lässt, dass die erforderliche „kritische Masse“ für ein „Überschwappen“ in den politischen Sachdiskurs zustande kommt. Seit der digitalen Revolution bieten die sozialen Netzwerke hierfür den idealen Nährboden, der noch dadurch ‚gedüngt‘ ist, dass Kommunikation in den sozialen Netzwerken mittels Posts und Tweets bis in die sprachliche Zeichengestalt (Emojis, Interjektionen) hinein

deutlich emotionaler gefärbt ist als in den alten Telekommunikationsmedien Telefon oder Brief.

Die Forschung hat mittlerweile mehrere Beispiele postfaktischer symbolischer Kommunikation identifiziert, die an den politischen Institutionen der repräsentativen Demokratie vorbei in den Sachdiskurs hinein zu wirken vermögen. Neben dem sog. „beabsichtigten Shitstorm“ (C. Pernsteiner), bei dem ein Netzwerknutzer durch einen in der Regel bewussten symbolischen Tabubruch eine virtuelle Öffentlichkeit erzeugt, die Rückwirkungen in der nichtvirtuellen Wirklichkeit (z.B. Presseberichterstattung) hat, und neben den noch handgreiflicheren sog. Flashmobs, bei denen emotional aufgeladene Kampagnen im Netz eine unkontrollierte Massenreaktion offline hervorrufen, ist hier für Deutschland vor allem der „AfD-Pegida-Komplex“ zu erwähnen, wie er von Politologen (W. Patzelt u.a.) genannt worden ist. Er bildet mein zweites Beispiel.

Was AfD und Pegida eint, ist die Vorstellung, dass die deutsche Gesellschaft zunehmend von als fremd charakterisierten Einflüssen bedroht sei – Pegida sieht hier eine „Islamisierung des Abendlandes“ am Horizont. In diesem eigentlich kommunikationshemmenden Gesamtklima bringe nur eine Minderheit, als die AfD und Pegida sich selbst betrachten, den „Mut zur Wahrheit“ (so ein früherer AfD-Wahlslogan) auf, der unbequeme Tatsachen über den Euro, den Flüchtlingszustrom und überhaupt die Notwendigkeit einer anderen Politik für Deutschland als die gegenwärtig mehrheitsfähige auszusprechen wage. Entscheidend bei dieser Selbstwahrnehmung ist, dass die Minderheiten, die sich seit 2014 bei den „Abendspaziergängen“ der Dresdner Pegida sammelten oder in der AfD einen „Wettstreit der Tabubrecher“ (so der politische Journalist J. Bender) ausfochten, eigentlich für die bloß schweigende Mehrheit des Volkes zu sprechen beanspruchen. Mit diesem Kunstgriff wird eine *Homogenisierung des Volksbegriffs* beschworen, denn wenn die Minderheit sagt, was die Mehrheit in Wahrheit auch denkt (was niemand überprüfen kann und unter postfaktischen Bedingungen auch nicht muss), dann ist jeder Vorstellung von Pluralismus, Meinungs-

vielfalt oder gar Opposition der Boden entzogen. Pegida schmückt sich in diesem homogenisierenden Sinn schon in ihrem Namen mit einem aussagekräftigen Makrosymbol. Es muss gar nicht erwähnt werden, dass das „Abendland“, das die Gruppe gegen eine „Islamisierung“ verteidigen möchte, das „christliche Abendland“ ist: nicht im Sinne einer religiösen Renaissance oder Theokratie, sondern so, dass jedenfalls der Islam (nicht unbedingt die einzelnen Muslime) nicht zu dem hier projizierten Deutschland gehört. Dass AfD und Pegida selbst durchaus schrill ihre Auffassungen vorbringen, steht mit diesem homogenisierenden Volksbegriff nicht in Widerspruch. Vielmehr handelt es sich – und hier kommt der beschriebene postfaktische Symbolgebrauch zum Tragen – um *symbolische* Akte, mit denen sich eine Noch-Minderheit gegen einen Noch-Mehrheitsdiskurs Gehör verschaffen will. Provokation und Tabubruch, kurz: die Emotionalisierung der politischen Kommunikation ist nur der Transmissionsriemen, um die eigene Agenda in den politischen Sachdiskurs zu lancieren. Wenn man sieht, wieviel „Heimat“ seit dem Auftreten der AfD gegenwärtig in der politischen Programmatik der übrigen Parteien präsent ist, kann man nicht sagen, dass diese postfaktische Kommunikationsstrategie erfolglos wäre ... Und mag die konkrete Idee der Volkshomogenität auch ein spezifisch rechtspopulistisches Erbe sein: die Vorstellung, dass Volkes Wille und Bürgersinn das Recht haben, die Straße als eine eigene Arena der politischen Willensbildung zu eröffnen, in der nach anderen Regeln kommuniziert und wohl auch entschieden wird als in den Institutionen der repräsentativen Demokratie und der Zivilgesellschaft, fand sich auch bei den sog. Wutbürgern.

3. Postfaktische Kommunikation oder Kommunikation des Evangeliums?

Was hat all das mit der Theologie zu tun? Die betrachteten Beispiele postfaktischen Bild- und Symbolgebrauchs scheinen eher in die Politologie und vielleicht in die Kommunikationswissen-

schaft zu gehören, doch dieser Eindruck trügt. Wie sich von unserem ersten zum zweiten Beispiel zeigte, dürfte ein Strukturgesetz postfaktischer Kommunikation darin bestehen, die Hürde zwischen dem Personal- und dem politischen Sachdiskurs zu überwinden, die sich immer da auftürmt, wo nicht der Weg der repräsentativen Demokratie beschritten wird, in der *Personen* als Mandatsträger *Sachwalter* der Volksinteressen sein können. Abseits davon – und das postfaktische Kommunikationsverhalten entfaltet sich nicht nur, aber vielfach abseits davon in den sozialen Netzwerken der digitalen wie der analogen Wirklichkeit – ist, wie wir sahen, die Emotionalisierung der Kommunikation das Mittel der Wahl, um jene Schranke überspringen zu können.

Wenn dies das Ergebnis unserer Beobachtungen ist – postfaktische Kommunikation wirkt mittels emotional aufgeladener Symbole in den politischen Sachdiskurs hinein –, dann kommt dem Menschenbild oder der Anthropologie, die hinter diesem Kommunikationsverhalten steht, eine große Bedeutung zu, denn hier entscheidet sich, welchen Stellenwert die Emotionalität im zwischenmenschlichen Austausch beanspruchen darf. Auf diesem Gebiet kann die Theologie nach wie vor eine gewisse Expertise einbringen.

Innerhalb der reformatorischen Theologie ist zunächst Philipp Melanchthon hervorzuheben, der anfängliche Mitarbeiter Luthers und spätere „Lehrer der Deutschen“, der die anthropologischen Implikationen des Rechtfertigungsglaubens in besonderer Weise bedacht hat. Mit Luther war sich Melanchthon darin einig, dass der Glaube an Gott wesentlich Vertrauen ist und nicht Erkenntnis oder Handeln. Bei der Beantwortung der Frage, wie der Mensch an diesem Glaubensgeschehen beteiligt ist, wenn es nicht durch (denkende) Erkenntnis und (willentliches) Handeln geschieht, ging Melanchthon aber viel mehr ins Detail (*Loci communes* 1521, Kap. 1). Ihm zufolge muss man den Glauben auf der emotionalen Ebene des Menschseins ansiedeln und als eine komplette Umstrukturierung der menschlichen Affekte begreifen: Aus dem Affekt des Gotteshasses (der Sünde) wird dabei die Liebe zu Gott. Melanchthon traf diese Ein-

teilung, um klarzustellen, dass der Glaube in keiner Weise menschlichem Wirken, sondern allein Gottes Heilswillen verdankt ist und doch den Menschen ganz und gar beteiligt, denn wie könnte jemand mehr bei einer Sache dabei sein als durch so starke Affekte wie Hass oder Liebe, und wie könnte jemand gleichzeitig weniger in der Lage sein, selbst den Schritt von der Sünde zur Gottesliebe zu gehen, als unter dem Eindruck von Affekten, denen er ausgeliefert ist?

Melanchthons anthropologische Einlassungen klingen erstaunlich modern und nehmen jedenfalls mit der Fundierung von Denken und Wollen auf dem Affekt etwas von ganzheitlichen Menschenbildern späterer Jahrhunderte vorweg. Genau das macht seine Anthropologie aber auch zum Problem, denn Melanchthon wurde damit der Kronzeuge für diejenige spätere Theologie, die, jene Verhältnisbestimmung von Denken, Wollen und Affekt aufnehmend, nur das im Glauben als wahr gelten lassen konnte, was über seine erkenntnismäßige Unwidersprechlichkeit hinaus (oder auch an ihr vorbei) ‚im Herzen‘ angeeignet sei. Dass eine solche Theologie des Herzens der Theologie der Tatsachen auch entgegengesetzt und damit dem postfaktischen Geist der Weg bereitet werden konnte, ist nicht überraschend. Vor allem aber erweist sich Melanchthons anthropologisches Kernargument in Zeiten postfaktischer Kommunikation als höchst zwiespältig. Die Annahme, dass gerade die Verortung des Glaubens beim Affekt die göttliche Alleinwirksamkeit in Heilsdingen unterstreiche, scheint nicht mehr haltbar in einer Zeit, in der ein emotional aufgeladener Symbolgebrauch in der digitalen Welt Menschen offenbar ohne Weiteres in ihren Affekten zu manipulieren und Hass in Liebe oder mehr noch Liebe in Hass zu wandeln vermag, wenn man nur an die erwähnten Phänomene des Shitstorm oder des Flashmob denkt. Trifft diese Befürchtung auch nur ungefähr zu, dann arbeitet eine ganzheitliche Anthropologie der postfaktischen Kommunikation nicht nur vor, sondern wird zu deren bevorzugter Plattform.

Die theologische Anthropologie ist aber nicht gezwungen, in der Weise Melanchthons dem

postfaktischen Denken in die Hände zu spielen. Sie hat es alternativ in der Hand, ihr Menschenbild gleichsam aus Gottes Hand zu empfangen. Dafür steht Luthers Anschauung vom ‚Menschen im Geist‘, wie sich der Lutherforscher E. Maurer ausdrückt. Dazu muss man wissen, dass Luther einen anthropologischen Geistbegriff, also die Vorstellung von einem menschlichen Geist, die so kennzeichnend ist für die ganzheitliche Vorstellung vom Menschen aus Leib, Seele und Geist, entschieden ablehnt. Geist ist für Luther ein strikt theologischer Begriff, der immer Gottes Kommunikation mit den Menschen meint. Anstelle einer ganzheitlichen hat Luther eine fragmentarische Anthropologie, und das heißt nach dem lateinischen Wortsinn, dass menschliches Leben Fragment, also Bruchstück ist, weil es nur in der Gebrochenheit durch die Selbstsucht der Sünde existiert. Damit dieses Flickwerk Mensch überhaupt ein Ganzes wird, braucht es keine holistische Anthropologie, sondern Gottes Geist, der den Bruchstücken des Menschseins Leben einhaucht, indem er den Sünder gerecht macht. Dieselbe Intention fanden wir wohl auch in Melanchthons Anthropologie, aber sie war bei ihm an ein ganzheitliches Schema von Denken, Wollen und Affekt angehängt, während die Rechtfertigung für Luther geradezu die Definition des Menschen ist (Disputatio de homine 1536, These 32), also schlicht die Wahrheit über ihn.

Wenn affektive und ganzheitliche Anthropologie heute als Kommunikationsplattform einer postfaktischen Auffassung von Wahrheit erhalten kann, so ist Luthers rechtfertigungstheologische Anthropologie gewissermaßen das Bollwerk dagegen. Wahrheit, die Menschen so gegenübertritt, dass sie sie aus Sündern in Gerechte verwandelt, kann und soll unter ihnen kommuniziert werden, bleibt aber auch in dieser „Kommunikation des Evangeliums“ (E. Lange) das souveräne Gegenüber der Menschen, die sie von der Homogenisierung ihrer Kommunikation, also von den allzu einfachen und masentauglichen Wahrheiten befreit. Theologie, die das beherzigt, wird keiner postfaktischen Verlockung Folge leisten, weil sie sich nicht im Besitz der Wahrheit wähnt, die nur Gott selbst ist.