



**HOLT EUCH EURE SPRACHE ZURÜCK!**

# Geistiger Bürgerkrieg: Anleitung für „Sprachkrieger“

Von TORSTEN GROß | Wer die Sprache beherrscht, der beherrscht die Realität. Und wer die Realität beherrscht, der hat die Macht. Diese an George Orwell angelehnte Erkenntnis ist ein leitendes Motiv im kürzlich erschienenen Druckwerk *Das Wörterbuch der Lügenpresse* von Bestsellerautor Thor Kunkel, das bereits vom linksdominierten Buchhandel boykottiert wird (PI-NEWS berichtete). Kunkel sieht Deutschland in einem neuen geistigen Bürgerkrieg, den die Apologeten der Political Correctness zu gewinnen trachten, indem sie die Sprache als Mittel des politisch-sachlichen Diskurses zu demontieren versuchen.

Dabei geht es nicht mehr nur darum, einzelne missliebige Begriffe umzudeuten oder als »Unworte« zu stigmatisieren, um sie aus der Diskussion zu entfernen, sondern um die systematische Verbannung ganzer Themenkomplexe und Meinungen. Sprache wird so zum Instrument der Repression und der Gedankenkontrolle. Das Ziel ist es, die Menschen umzuerziehen und Kritiker an den bestehenden, vom grünlinken Establishment bestimmten gesellschaftlichen Zuständen mundtot zu machen. Deshalb gelte es die »Sprechcodes« zu brechen und die zunehmende Beschneidung der Meinungsfreiheit nicht länger

hinzunehmen. Der Aufruf Kunkels an eine zunehmend kritische Öffentlichkeit lautet daher:

*»Holt euch eure Sprache zurück!«*

Kunkel belässt es aber nicht bei diesem Appell, sondern zeigt in seinem Buch auf, was der Einzelne konkret tun kann, um sich im Alltag gegen Sprech- und Denkverbote zur Wehr zu setzen. So könnte man zusammen mit Gleichgesinnten »Lesezirkel« gründen, in denen die Medienberichterstattung diskutiert und Sprachmanipulationen sowie Falschinformationen identifiziert werden, schlägt Kunkel vor. Um Lesezirkel zu realisieren, ist es im Zeitalter der elektronischen Medien nicht mehr erforderlich, physische Treffen abzuhalten. Vielmehr ist der Gedankenaustausch z.B. über Chatgruppen oder geschlossene Foren im Internet möglich, was die Mobilisierung von Mitstreitern über geographische Grenzen hinweg erheblich erleichtert.

Die bei den internen Diskussionen gewonnenen Erkenntnisse können sowohl in sozialen Netzwerken verbreitet als auch für Leserbriefketten unter Beteiligung möglichst vieler Absender in ganz Deutschland genutzt werden, um unzutreffende Aussagen in den Mainstream-Medien am Wort zu widerlegen. Wer das Innenleben von Redaktionen kennt der weiß, dass solche Zuschriften üblicherweise nicht einfach im Papierkorb landen, sondern durchaus Beachtung finden und zum Nachdenken bewegen, wenn sie denn inhaltlich fundiert und höflich im Umgangston sind. Auch an die Chefredakteure gerichtete Beschwerden über einzelne Journalisten, die in ihren Beiträgen notorisch manipulieren, können zielführend sein, so Kunkel.

Ein konventionell mit der Post verschickter Brief, in den man sein Anliegen sozusagen schwarz auf weiß mitteilt, erregt dabei erfahrungsgemäß mehr Aufmerksamkeit als eine E-Mail, die schnell gelöscht werden kann oder im übervollen elektronischen Posteingang untergeht.

---

»Die Wirklichkeit erkennen und nicht handeln, das ist nicht Toleranz, sondern Feigheit.«

*Thor Kunkel, Bestsellerautor und freiberuflicher PR-Berater*

---

Noch einfacher und »zeitgemäßer« ist es natürlich, sich an Leserdebatten auf den Internetportalen großer Presseorgane wie *Focus*, *Welt* oder *Spiegel* zu beteiligen. Aber Achtung: Gerade dort wachen die Jünger der politischen Korrektheit in Gestalt redaktioneller Zensorenteam – schönfärberisch »Moderatoren« genannt –, die missliebige Zuschriften entweder gar nicht freischalten oder nachträglich löschen. Ein besonders eklatantes Beispiel im deutschsprachigen Raum ist die Webseite der Tageszeitung *Die Welt*. Man darf aber nicht einfach hinnehmen, wenn eigene Beiträge auf Basis teilweise abstruser »Nutzungsbedingungen« entfernt werden. Vielmehr empfiehlt es sich, Kontakt mit der Redaktion aufzunehmen und die Gründe der Entscheidung zu hinterfragen. Auch sollte man sich nicht mit fadenscheinigen Erklärungen abspeisen lassen, sondern nachhaken und mit guten Argumenten für sein Recht auf Meinungsfreiheit kämpfen.



Menschen mit größerer Affinität zum Medium Internet und dem erforderlichen technischen Verständnis können einen eigenen Informationskanal auf YouTube einrichten oder einen Blog aufsetzen. Oder bereits bestehende Angebote dieser Art, die von Dritten betrieben werden, durch eigenes Zutun aktiv unterstützen.

Egal, für welchen Weg man sich entscheidet, wichtig ist stets: Sachlich und fair bleiben, den Gegenüber mit Worten überzeugen und keine Gewalt anwenden, auch nicht verbaler Art, weil man so das eigene Anliegen auch in den Augen neutraler Beobachter diskreditiert. Und möglicherweise in Konflikt mit immer schärfer ausgestalteten Strafrechtsnormen geraten kann.

Durch die Vernetzung dieser und weiterer Aktivitäten – der Fantasie, wie man als »Sprachaktivist« am Kampf gegen Denk- und Sprechverbote teilnehmen kann, sind keine Grenzen gesetzt – wird im Laufe der Zeit, so Kunkel, eine Graswurzelbewegung entstehen, »die intelligent gegen die gravierende Einschränkung ihrer Artikulationsmöglichkeiten empört« und die noch schweigende Mehrheit der Deutschen wachrüttelt, um perspektivisch eine positive Veränderung der gesellschaftlichen Verhältnisse in unserem Land herbeizuführen. Der vom Autor aufgezeigte Weg ist sicherlich ein mühevoller und verlangt einen langen Atem der »Sprachkrieger«. Aber er ist immer noch aussichtsreicher als das Warten auf einen revolutionären Akt, den großen Zusammenbruch, der die Lage sozusagen über Nacht zum Besseren wandelt. Denn der wird wahrscheinlich nie kommen!

## **Bestellinformationen:**

» Thor Kunkel: *Das Wörterbuch der Lügenpresse*, 383 Seiten, 22,99 Euro – hier bestellen!

---

*(Dieser Beitrag ist zuerst bei KOPP Report erschienen).*

---



# **Linksrüne Propagandabotschaften in der Verbraucherwerbung**

Von TORSTEN GROß | Bei der Umcodierung unserer Lebenswelt bilden die Medien und in Deutschland insbesondere der mit Zwangsgebühren finanzierte öffentlich-rechtliche Rundfunk zweifellos die Speerspitze. Sie sind aber nicht die einzigen Akteure bei dem Versuch, die Gesellschaft nach linksgrünem Gusto umzugestalten. Einen wichtigen Beitrag leistet auch die Marketingbranche mit ihren omnipräsenten Werbebotschaften, die nicht nur ein bestimmtes Produkt anpreisen, sondern immer öfter auch ein bestimmtes Weltbild transportieren.

Besonders deutlich wird das beim sogenannten Ethno-Marketing, Werbung also, die sich an bestimmte migrantische Minderheiten als Kundengruppen richtet. Vordergründig geht es darum, Konsumenten, die sich aufgrund ihrer kulturellen oder

sprachlichen Eigenarten von der Mehrheitsbevölkerung unterscheiden und deshalb – so zumindest die Annahme – besondere Konsumtions- und Rezeptionseigenschaften aufweisen, durch speziell zugeschnittene Werbekampagnen gezielt anzusprechen, um sie als Käufer zu gewinnen. Die mit Abstand wichtigste ethnische Zielgruppe im Visier der Marketingabteilungen und Mediaagenturen sind Muslime, von denen in Deutschland gegenwärtig etwa fünf Millionen leben sollen – Tendenz steigend. Ihre Kaufkraft wird auf 15-20 Milliarden Euro im Jahr geschätzt.

Bislang hat sich das Ethno-Marketing in erster Linie darauf beschränkt, Anzeigen in den rund 2.000 hierzulande erhältlichen fremdsprachigen Printmedien und den einen oder anderen Werbespot zu schalten. Doch das ändert sich zusehends. Immer häufiger beschränkt sich solche Werbung nicht mehr auf Nischenmedien, sondern wird der breiten Öffentlichkeit und damit auch Angehörigen der Mehrheitsgesellschaft präsentiert.

Ihr Zweck beschränkt sich dann nicht mehr darauf, ein bestimmtes Produkt zu promoten. Vielmehr geht es auch um die Förderung gesellschaftspolitischer Zielsetzungen.

In seinem Buch *Das Wörterbuch der Lügenpresse* führt Thor Kunkel, selbst PR-Berater und jahrelang für große internationale Werbeagenturen tätig, beispielhaft die Plakatkampagne eines Süßwarenherstellers an. Auf riesigen Werbepostern, Anfang 2018 im Berliner Hauptbahnhof ausgehängt, war eine in Pink gekleidete junge Frau mit islamischem Kopftuch zu sehen, die genüsslich an einem Fruchtgummi des Anbieters lutschte. Dazu der Slogan: »Jes. Alles Veggie.«

Das Motiv führte zu Protesten und einem Shitstorm im Internet. Denn die Mehrheit der Deutschen hat mittlerweile erkannt, dass ein solches Kopftuch eben kein normales Kleidungsstück, sondern Symbol für den verfassungswidrigen politischen Islam, die Unterdrückung von Frauen und einen Mangel an Integrationswilligkeit von Muslimen ist. Die verantwortliche

Agentur wies den Vorwurf, man habe mit der Plakatserie provozieren wollen, strikt von sich und erklärte:

*»Unser Kunde wollte eine diverse Gesellschaft zeigen. Dafür wurde eine farbige Frau vorgeschlagen, aber da Muslime in Deutschland sehr stark vertreten sind, haben wir uns für eine Frau mit Kopftuch entschieden. [...] Wir wollen nicht die Welt verändern, sondern zeigen: Es gibt hier in Deutschland eine diverse Gesellschaft. Das sind Leute, die haben wir als Nachbarn, Kollegen und eben auch als Kunden.«*

In diesem Statement kommt recht unverblümt zum Ausdruck, dass es bei der umstrittenen Kampagne nicht nur darum ging, die Nachfrage für ein bestimmtes Produkt anzukurbeln. Vielmehr sollte auch eine politische Botschaft transportiert werden, die sich an die Mehrheitsgesellschaft richtete und auf die platte Formel gebracht werden kann: Deutschland ist »bunt« und ihr habt das gefälligst zu akzeptieren! Dass diese »Vielfalt« (neudeutsch »Diversity«) auch die Hinnahme frauenverachtender Rollenbilder umfasst, die mit dem Islam nach Deutschland importiert worden sind, wird von den Werbemachern offenbar billigend in Kauf genommen. »Der Islam soll auf Biegen und Brechen zu Deutschland gehören«, so Kunkel, und »die Werbewirtschaft weiß nun mal genau, wie sich so etwas mit den Mitteln der Soft Power durchsetzen lässt.«



Auch Farbige tauchen seit einiger Zeit immer häufiger als Models in Werbeanzeigen und Spots auf, obwohl die zahlenmäßige Bedeutung und die Kaufkraft dieser Konsumentengruppe hierzulande relativ gering ist – trotz offener Grenzen für Wirtschaftsmigranten aus Afrika und privaten Schlepperhelfern auf dem Mittelmeer. Dennoch kommt kaum ein Werbeprospekt ohne Menschen schwarzer Hautfarbe bzw. Mischlingskinder aus, egal ob Konsumgüter, Bekleidung oder Einrichtungsgegenstände angepriesen

werden. Überproportional häufig findet sich dort die Kombination afrikanischer Mann und weiße (deutsche) Frau vor, obwohl diese Paarung in der realen Welt eher die Ausnahme ist und deshalb kaum der Lebensnerv des Durchschnittsverbrauchers trifft. Ein Schelm, der Böses dabei denkt!

Und selbst die CDU Hessen entblödete sich nicht, eine solche Verbindung samt Nachwuchs als Symbolbild für eine deutsche Familie zur Bewerbung einer neuen Sozialleistung zu verwenden. Oder besser gesagt: Die Familie, wie sie sich auch die nach links entrückte Merkel-CDU für die Zukunft vorstellt. Schließlich gehört ja auch Afrika irgendwie zu Deutschland!

Es bleibt festzuhalten: Selbst triviale Produktwerbung, die uns tagtäglich begegnet, wird im geistigen Bürgerkrieg eingesetzt, um politische Propagandabotschaften an das Volk zu senden und das Denken der Deutschen im Sinne der linksgrünen Ideologen zu normieren – sowohl mit Hilfe von Sprache als auch Bildern!

### **Bestellinformationen:**

» Thor Kunkel: *Das Wörterbuch der Lügenpresse*, 383 Seiten, 22,99 Euro – hier bestellen!



---

*(Dieser Beitrag ist zuerst bei KOPP Report erschienen).*

---



# Geistiger Bürgerkrieg: Die Sprache muss zurückgewonnen werden!

Von TORSTEN GROß | Das linksgewirkte Establishment will durch die »Disziplinierung von Sprache« und Begriffsumdeutungen Sprechverbote und Gedankenbarrieren in Deutschland errichten. Wir befinden uns in einem geistigen Bürgerkrieg, den die freiheitlichen Kräfte nur gewinnen können, wenn sie die Herrschaft über ihre Sprache zurückgewinnen.

In einer repräsentativen Umfrage gaben 2019 knapp 80 Prozent der Deutschen an, sie würden es außerhalb des engeren persönlichen Umfeldes vermeiden, sich zu bestimmten Themen frei zu äußern. Ein erschreckendes Ergebnis, das für totalitäre Staaten wie die untergegangenen DDR oder Kuba erwartbar ist, nicht aber für das laut Grundgesetz freiheitliche Deutschland.

Doch leider gibt es hierzulande längst informelle Sprechverbote, die im Namen der politischen Korrektheit auf eine Uniformierung der öffentlichen Meinung hinauslaufen.

Viele Menschen empfinden geradezu physisches Unwohlsein, wenn sie faktisch zutreffende Aussagen zu »heiklen« gesellschaftspolitischen Fragen wie Zuwanderung, Kriminalität oder Islam machen. Dahinter steckt die unterschwellige Angst, für seine Äußerungen an den Pranger gestellt und sozial geächtet zu werden, bis hin zu Rufmordkampagnen und dem Verlust der bürgerlichen Existenz.

Diese »Schere im Kopf« wird in der real existierenden Bundesrepublik mit sehr viel subtileren Methoden erzeugt, als das in der DDR der Fall war, wobei das wichtigste Instrument die »Disziplinierung der Sprache« (Bundespräsident Steinmeier) ist. Durch die Skandalisierung und Tabuisierung bestimmter Begriffe und Wortfelder soll die sprachliche Bandbreite beschnitten werden. Man will die Menschen davon abhalten, so zu reden, wie ihnen der Schnabel gewachsen ist, um ihren Empfindungen über gesellschaftliche Missstände Ausdruck zu verleihen.

Unbequeme Sachverhalte dürfen nicht mehr offen beim Namen genannt, sondern müssen sprachlich verbrämt werden, um sie zu verschleiern. Linksgewickelte Politiker gehen dabei mit »gutem Beispiel« voran, etwa Kölns Oberbürgermeisterin Henriette Reker. Die empfahl Frauen nach den sexuellen Übergriffen von Migranten in der Silvesternacht 2015/2016:

*»von sich aus (...) keine große Nähe (zu) suchen zu Menschen, die einem fremd sind (...) und eine Armlänge Abstand zu halten«.*

Diese Wortwahl suggeriert, dass es die Geschädigten selbst waren, die sich an die Täter herangemacht hätten und die Notzucht-Attacken der zumeist aus Nordafrika stammenden Männer zu verhindern gewesen wären, hätten die betroffenen Frauen nur mehr Abstand gehalten. Indirekt wird den Opfern also unterstellt, dass sie wegen ihres angeblich »unpassenden« Verhaltens eine Mitschuld für das erlittene Unrecht trügen.

Eine zentrale Rolle bei der Maskierung und Zerstörung von Sprache spielen die Medien. Sie sind es, die in unserer Demokratie maßgeblichen Einfluss auf die politische Willensbildung ausüben. Um die Massen in die gewünschte politische Richtung zu lenken, wird die Realität so lange entstellt, bis sie in das von linksgrünem Mainstream vorgegebene ideologische »Wahrheitssystem« passt. In seinem gerade veröffentlichten Buch *Das Wörterbuch der Lügenpresse* schreibt Bestsellerautor Thor Kunkel:

*»Die von den staatstragenden Medien vorangetriebene Infantilisierung der deutschen Sprache (einst eine der präzisesten Sprachen der Welt) hat inzwischen groteske Ausmaße erreicht. Ein Blick in die deutschen Gazetten zeigt: Sie quellen über von Worthülsen, Täuschwörtern (im Sinne von Begriffsumdeutungen), halbwahren Floskeln, Meliorationen, wohlfeilen Mustersätzen, linguistischen Simplifizierungen, Kampfbegriffen und ewig gleichen, ‚linkspädagogischen‘ Argumentationsmustern, die das Denken der Menschen ‚normieren‘, ja ausschalten sollen.«*

Neusprechvokabeln, die den gesunden Menschenverstand eliminieren und Gedankenblockaden errichten sollen, finden sich in den Medien zuhauf: Da werden Wirtschafts- und Armutsmigranten, die Monat für Monat zu Tausenden illegal nach Deutschland strömen, zu »Flüchtlingen« oder »Geflüchteten« umgelogen. »Weltoffenheit« wird zum Synonym für »offene Grenzen«, ein verslumtes Mietshaus als »Problemimmobilie« beschönigt. Und No-Go-Areas sind jetzt »Gebiete mit erhöhtem Aufmerksamkeitsbedarf« oder »sensible Wohngegenden«. Die Liste der Begriffsumdeutungen zur ideologisch gelenkten Manipulation der Öffentlichkeit ließe sich beliebig fortsetzen.



Wer sich das Denken nicht verbieten lässt und seine Meinung abweichend vom linken Mainstream äußert, wird mit Holzhammerbegriffen wie rassistisch, sexistisch, islamophob oder rechtspopulistisch belegt. Ziel der inflationären Verwendung solcher und ähnlicher Verbalinjurien ist es, Andersdenkende zu diskreditieren und jeden inhaltlichen Diskurs über ihre Argumente abzuwürgen. Eine neuere Entwicklung in der Medienlandschaft ist der verstärkte Einsatz von Pejorativen, also die Abwertung ursprünglich

positiver oder neutral besetzter Begrifflichkeiten. Man denke etwa an die Wendung »alter, weißer Mann«, die heute negativ konnotiert ist und als Synonym für Menschen steht, die sich gegen den von linker Seite betriebenen »gesellschaftlichen Wandel« stellen.

Wir befinden uns mitten in einem geistigen Bürgerkrieg, wie es Thor Kunkel in seinem neuen Buch *Das Wörterbuch der Lügenpresse* ausdrückt. Diesen Kampf wird das freiheitliche Lager nur gewinnen können, wenn es gelingt, die Deutungshoheit über die Begriffe und damit die Herrschaft über die Sprache zurückzugewinnen. Viel Zeit bleibt dafür nicht mehr!

### **Bestellinformationen:**

» Thor Kunkel: *Das Wörterbuch der Lügenpresse*, 383 Seiten, 22,99 Euro – hier bestellen!

---

*(Dieser Beitrag ist zuerst bei KOPP Report erschienen).*

---



# Neue Publikation mit Sprengkraft: Das Wörterbuch der Lügenpresse

Von TORSTEN GROß | Es ist eine Premiere: Mit *Das Wörterbuch der Lügenpresse* veröffentlicht Thor Kunkel sein erstes Buch im KOPP-Verlag. Kunkel ist nicht irgendwer. Er hat sich als Verfasser zahlreicher Romane, Kurzgeschichten und Essays, die zum Teil mit prominenter Besetzung verfilmt wurden, einen Namen gemacht. Kunkel ist Träger renommierter Preise, die er als Autor sowie als Art-Direktor international tätiger Werbeagenturen erhalten hat, darunter den Ernst-Willner-Preis und den Cannes Lion. Die Presse feierte Kunkel schon früh als einen der besten deutschen Schriftsteller der jüngeren Generation.

Doch Kunkel eckte an, zuerst mit seiner 2004 erschienenen Novelle *Endstufe*, die in der Nazi-Zeit spielt und kontroverse Debatten in deutschen Feuilletons provozierte. Zum Karrierebruch kam es, als Kunkel im Jahre 2017 kurzzeitig als PR-Berater für die AfD tätig war und deshalb von *Spiegel*-Reporterin Melanie Amann in einem Artikel des Hamburger Nachrichtenmagazins als »NPD-Mann auf Speed« diffamiert wurde. Diese Verleumdungskampagne habe sein berufliches und privates Umfeld völlig zerstört, so Kunkel.

Jedoch ist der in Frankfurt am Main geborene Autor nicht der Mann, der sich von Anfeindungen der linken »Haltungspresse«

ins Bockshorn jagen lässt. Mit *Das Wörterbuch der Lügenpresse* schlägt Kunkel jetzt publizistisch zurück und liefert eine gnadenlose Abrechnung mit der politischen Korrektheit, dem Gesinnungsdiktat von Politik und Medien durch die »Disziplinierung der Sprache«.

Kunkel zeigt die perfiden Methoden und Techniken auf, mit denen die deutsche Sprache manipuliert, deformiert und infantilisiert wird. Es werde das Ziel verfolgt, die Bevölkerung im Sinne des grünlinksliberalen »Wahrheitssystems« auf Linie zu bringen und dem Einzelnen die Überzeugung zu vermitteln, dass jeder Widerstand gegen den Kurs der Herrschenden sinnlos sei, vor allem in der Einwanderungspolitik. Wer es dennoch wagt, die Sprachregelungen der »Lenkungkaste« zu missachten und die Realität ohne Neusprech kritisch zu reflektieren, laufe Gefahr, sein Leben als Nonkonformist ohne Sozialprestige und ohne Chance auf gesellschaftlichen Aufstieg zu fristen. Die meisten Deutschen hielten diesem Konformitätsdruck nicht stand. Sie unterwerfen sich dem Meinungsdictat der Eliten und schreckten davor zurück, zu Themen wie Migration, Islam oder Klimawandel Auffassungen zu vertreten, die im Widerspruch zum Mainstream stehen.

Festgemacht an zahlreichen konkreten Beispielen dokumentiert Kunkel die Zerstörung der präzisen deutschen Sprache durch Trivialisierung, Genderisierung und die Umformung von Begriffen. So solle der geistige Horizont der Bürger eingeschränkt und deren Denken normiert werden. Eine wertvolle Hilfestellung für den Leser, diesen »Sprachgulasch« zu durchschauen, liefert Thor Kunkel mit seinem »Verzeichnis der Begriffsumdeutungen und Argumentationsattrappen«, das auf ein mehrjähriges Medienmonitoring des Autors zurückgeht. Diese Umschreibungen seien Teil einer gezielten Desinformation des Publikums, mit deren Hilfe unbequeme Sachverhalte vernebelt werden sollen. Gleichzeitig wolle man solche Wörter aus der Debatte verbannen, die der linksgrünen Deutungshoheit im Wege

stehen. Dazu gehöre es auch, kritische Stimmen durch die inflationäre Verwendung von Holzhammervokabeln wie rassistisch, sexistisch und islamophob zu »nazifizieren« und schlussendlich mundtot zu machen, um so einen offenen Diskurs zu unterbinden. Flankiert werde diese Strategie durch immer neue repressive Gesetze wie das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG).

Kunkel stellt klar:

*»Das gegenwärtige System ist allein über die veränderte Sprache entstanden und treibt die Phantomisierung der Realität entschieden voran.«*

Wichtigste Akteure der Meinungsuniformierung zur Lenkung der Massen mit Hilfe von Sprachmanipulation seien die staatstragenden Mainstream-Medien. Sie repräsentierten die veröffentlichte Meinung, kontrolliert von einer grünlinksliberalen Minderheit, die etwa ein Drittel der Deutschen ausmache. Ihre Speerspitze bildete der durch Zwangsgebühren finanzierte öffentlich-rechtliche Rundfunk, den Kunkel ziemlich treffend als »Wählertäuschungsanstalten« bezeichnet. Die ideologische Beeinflussung der Zuschauer erfolge längst nicht mehr nur über die Berichterstattung in Nachrichten- und Informationssendungen, sondern auch über das Medium Film. Mit ihm, so Kunkel, ließen sich im Kulturkampf um die Köpfe der Menschen die besten Ergebnisse erzielen.

Beispielhaft führt der Autor die von der *ARD* ausgestrahlte Agitprop-Dystopie »Aufbruch ins Ungewisse« an.



Aber auch reichweitenstarke Serien wie *Tatort* und *Wilsberg* werden genutzt, um dem nach Zerstreuung suchenden Publikum auf subtile Weise das politisch-korrekte Weltbild einzuimpfen. Ein sehr frühes Beispiel für diese Strategie ist die *WDR*-Seifenoper *Lindenstraße*, die bereits 1985 auf Sendung ging und vom Altachtundsechziger Hans W. Geißendörfer produziert wird. Nicht einmal vor der ideologischen Indoktrination Minderjähriger schreckte man zurück, wie exemplarisch das Programmangebot des Kinderkanals *KIKA* zeige.

Doch nicht nur die Medien, sondern auch Werbebranche und Kirchen beteiligten sich mit Leerbegriffen und Täuschwörtern an der Manipulation unserer Sprache mit dem Ziel, die Lebenswelt umzucodieren und Andersdenkende zu stigmatisieren.

Kunkel sieht Deutschland auf dem Weg in einen neuen Totalitarismus, dessen Kennzeichen eine »spirituelle Korrektheit« sei, die im krassen Gegensatz zu einem selbstbestimmten Leben stehe. Es drohe eine »Melonen-DDR«, außen grün und innen rot, geführt von einem Bundeskanzler aus den Reihen der humansozialistischen Verbotspartei Die Grünen, der die Umschmelzung Deutschlands zum multiethnischen Vielvölkerstaat als Metaziel deutscher Gegenwartspolitik vollende. Um dieser Gefahr zu begegnen und einen Wandel herbeizuführen, reiche Kulturpolitik allein nicht aus.



Vielmehr bedürfe es einer Graswurzelbewegung von engagierten Bürgern, die sich gegen Sprech- und Denkverbote und damit die Beschränkung ihrer Artikulationsmöglichkeiten zur Wehr setzten. Denn, so Kunkel:

*»Die Wirklichkeit erkennen und nicht handeln, das ist nicht Toleranz, sondern Feigheit.«*

Anhand konkreter Beispiele macht der Autor deutlich, was der Einzelne tun kann, um sich als »Sprachaktivist« an diesem Kampf gegen die Gängelei durch die Medien auf dem »linguistischen Schlachtfeld« zu beteiligen. Er betont dabei die Notwendigkeit, sachlich zu bleiben, auch um sich juristisch nicht angreifbar zu machen. Statt »Hasssprache« sei deshalb eine »gepfefferte Sprache« das Mittel der Wahl. Als eine Hilfestellung für Sprachaktivisten, Blogger und Influencer liefert Kunkel in seinem Buch eine umfangreiche Liste nicht-justiziableler Synonyme für im Medienalltag typische Worthülsen, Täuschwörter und linke Kampfbegriffe. Gleichzeitig lädt er die Leser dazu ein, auf der Internetseite \* mit eigenen Vorschlägen zur Vervollständigung dieser Liste beizutragen.

*Das Wörterbuch der Lügenpresse* stellt zweifellos eine der besten Analyse zum Themenkomplex Political Correctness dar, die hierzulande in den letzten Jahren erschienen ist. Das rhetorisch brillant und mit einer gehörigen Portion Sarkasmus geschriebene Werk offenbart in jeder Zeile, dass sein preisgekrönter Autor das Schreibhandwerk beherrscht wie nur wenige Medienschaffende im deutschsprachigen Raum. Mit Herzblut tritt Kunkel gegen den Versuch von linksgerichteten Medienschaffenden und Politikern an, Sprache als Werkzeug der Repression und Gedankenkontrolle zu missbrauchen. In seinem engagierten Plädoyer nimmt Kunkel kein Blatt vor den Mund und bezieht auch zu Themen wie Massenzuwanderung, Klimahysterie und Gender-Ideologie klar Stellung.

*Das Wörterbuch der Lügenpresse* bietet aber nicht nur eine kritische Bestandsaufnahme des Zustands von Demokratie und Meinungsfreiheit in Deutschland. Es ist zugleich ein Appell an alle Deutschen, den tödlichen Maulkorb endlich abzuschütteln und zu einer von ideologischen Zwängen befreiten Sprache zurückzukehren. Denn nur so ist es möglich, die von den Eliten errichteten Denkblockaden zu überwinden und die eigenen vitalen Interessen zu formulieren, um das politische Ruder herumzureißen.

Viel Zeit bleibt dafür nicht mehr. Kunkels *Wörterbuch der Lügenpresse* ist der finale Weckruf an alle vernunftbegabten Menschen in Deutschland: Holen wir uns unsere Sprache zurück!

**Bestellinformationen:**

» Thor Kunkel: *Das Wörterbuch der Lügenpresse*, 383 Seiten, 22,99 Euro – hier bestellen!

---

*(Dieser Beitrag ist zuerst bei KOPP Report erschienen).*