

Dr. Matthias Pöhlmann

PREDIGTDIENST AUF ALLEN KANÄLEN

Zur neuen Werbestrategie und Medienpräsenz der Zeugen Jehovas

Die Zeugen Jehovas (ZJ) gehören zu den missionarisch eifrigsten wie auch umstrittensten christlichen Sondergemeinschaften. In Fußgängerzonen und an größeren Bahnhöfen sind sie besonders oft zu sehen. Doch es ist nicht mehr das gewohnte Bild. Verstärkt werben nunmehr meist jüngere Menschen mit Trolleys und Tablets für Jehova. Die ZJ haben ihr Erscheinungsbild deutlich verändert. Unübersehbar ist auch das neue Logo mit der neuen Internetpräsenz www.jw.org.

Die Wachturm-Gesellschaft beschreitet seit einigen Jahren neue Wege der Öffentlichkeitsarbeit. Im Folgenden werden die neuen publizistischen und multimedialen Aktivitäten der ZJ vorgestellt. Dabei soll gefragt werden, welches Selbstverständnis der Wachturmgesellschaft sich darin widerspiegelt und ob diese äußeren Veränderungsprozesse Auswirkungen auf das Verhältnis der Zeugen Jehovas zur Welt und im umgekehrten Fall auch auf die Organisation haben können.

Zur aktuellen Situation

Mittlerweile sind die Zeugen Jehovas in Deutschland in allen Bundesländern „Körperschaft des öffentlichen Rechts“. In Einzelfällen hat die Glaubensgemeinschaft dies, teilweise im jahrelangen Rechtsstreit mit dem Land Berlin und zuletzt mit dem Bundesland Baden-Württemberg, durchgesetzt. Dies ändert nichts daran, dass die christlichen Kirchen die ZJ weiterhin als Sekte bzw. Sondergemeinschaft einstufen. Dies hängt zusammen mit ihrem exklusivistischen Anspruch und ihrer dezidiert antiökumenischen Haltung. Sie vertreten rigoristische Einstellungen und unterscheiden sich von den christlichen Kirchen durch ihren massiv abgrenzenden Umgang mit Aussteigern.

Derzeit sind die ZJ vor allem mit Negativ-Schlagzeilen in den Medien vertreten: Zu erinnern ist an die vielen sexuellen Missbrauchsfälle von Kindern innerhalb der Organisation. Hundertfache Fälle werden aus den Niederlanden, England und den USA berichtet. Hierzu gibt es hilfreiche Untersuchungen und Einschätzungen, wie es zu sexuellem Missbrauch innerhalb der totalitären Organisationsstruktur kommt. Der Umgang der ZJ mit diesen Vorfällen zeigt keinerlei Bereitschaft zu kritischer Selbstreflexion.

Zum anderen spielt in der öffentlichen Berichterstattung das Verbot der ZJ in Russland und die Beschlagnahmung ihres Hauptquartiers eine Rolle. Acht Zeugen Jehovas sitzen derzeit in Untersuchungshaft. Ihnen wird Extremismus vorgeworfen. Auch ein Däne wurde in der zentralrussischen Stadt Orjol, südwestlich von Moskau, in Haft genommen. Das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge in Nürnberg bestätigt, dass es in den vergangenen Jahren und auch in diesem Jahr Asylanträge von Zeugen Jehovas aus Russland gegeben hat.

Intern scheint die Organisation mit finanziellen Probleme zu kämpfen: Dazu zählen die immensen Prozesskosten wegen Kindesmissbrauchs in den USA und in Australien, der offenkundige Spendenrückgang und der erhöhte Finanzierungsbedarf für die Gebäude in Warwick, dem neuen Sitz der Weltzentrale.

Trotz dieser akuten Probleme haben die ZJ ihre Anstrengungen zum Predigtendienst intensiviert. Darauf deuten die vielen neuen publizistischen Maßnahmen hin, auf die im Folgenden eingegangen wird. Um es vorweg zu nehmen: Seit ihren Anfängen war die religiöse Gruppe stark missionarisch aktiv. Für den Predigtendienst wurden schon immer alle vorhandenen zeitgenössischen Medien vom Buch bis hin zu Filmen eifrig genutzt.

Predigtendienst mit allen publizistischen Mitteln

Im Zentrum der Tätigkeit von ZJ steht der Predigtendienst. Jedes Mitglied der Gemeinschaft ist dazu angehalten. Doch nicht nur über die zwischenmenschliche, die sog. „Face-To-Face-Kommunikation“, sind die ZJ tätig. Von Anfang an verbreitete die Organisation viel publizistisches

Material wie Broschüren, Flugblätter und die einschlägigen Zeitschriften wie „Der Wachturm“ oder „Erwachtet!“. Das kommt nicht von ungefähr: Die Anfänge der Zeugen Jehovas gehen auf die Wirkung eines Printmediums, einer Zeitschrift, zurück. Das starke publizistische Engagement ist letztlich auf den eigentlichen Gründer Charles Taze Russell (1852-1916) zurückzuführen. Er ist auch für die stark endzeitlich ausgerichtete Prägung dieser Gemeinschaft verantwortlich. Die Erwartung der nahen Wiederkunft führte zum Entstehen einer intensiven Publizistik. Unter der Bezeichnung „Ernste Bibelforscher“ entnahmen sie der Bibel unter seiner Leitung einen besonderen Endzeitfahrplan. Aus dem früheren Kaufmann wurde ein eifriger Prediger. Bibelstudien und publizistische Aktivitäten standen im Zentrum seines Wirkens. Russell kaufte eine kleine Druckerei in Rochester, wo er auch das Buch „Drei Welten oder Plan der Erlösung“ 1877 veröffentlichte. Darin behauptet er, die unsichtbare Gegenwart Christi habe bereits 1874 begonnen habe, woran sich eine Gerichtszeit von 40 Jahren anschließen würde. Sie finde ihr Ende mit der Aufrichtung des Königreiches Gottes im Jahre 1914. Russell erwartete zudem, dass während dieser Phase die lebenden Heiligen im Jahr 1878 leiblich entrückt würden.

Die Gruppe um Russell war von Anfang an von einem stark apokalyptisch motivierten, missionarisch-publizistischen Engagement, ja einem Eifer geprägt, der darauf aus war, möglichst viele Menschen zu Jüngern zu machen. Es ging dabei um Schulung und Unterricht, um Zeugendienst durch Zeitschriften und Flugblätter.

Von Anfang an bediente sich die Wachturmgesellschaft aller damals zur Verfügung stehenden Medien, die sie besonders zu missionarisch-propagandistischen Zwecken nutzte. Bis 1914 stieg die Anzahl und Auflagenhöhe der Traktate rasant an. Für das prophetische Datum 1914 wurde die publizistische Propaganda noch einmal intensiviert. So sandte Russell seine Predigten an 3000 Zeitungen in den USA. Russell soll insgesamt 1,6 Millionen Kilometer gereist sein, 30 000 Predigten gehalten und Schriften im Umfang von 50 000 Druckseiten verfasst haben. Genaue Belege dafür gibt es jedoch nicht. Eine spezielle Dia-Präsentation „Foto-Drama der Schöpfung“ mit 500 Farbbildern wurde hergestellt. Hinzu kamen Synchronisationen mit Musik- und Vortragsplatten. Dieses Projekt erreichte angeblich Millionen Zuschauer. Auch in den folgenden Jahren wurde die Publizistik, die allein der Propaganda der Wachturm-Gesellschaft dient, systematisch ausgebaut. Seit 1931 trägt die Vereinigung den Namen „Zeugen Jehovas“.

1971 wurde das frühere Direktorium der ZJ in „Leitende Körperschaft“ umbenannt. Sie besitzt die absolute Autorität. Als Verbindungs- und Mitteilungskanal Jehovas versorgt sie die Mitglieder mit „geistiger Speise“. Dazu zählen v.a. die Edition der ZJ-Bibel, der Neuen-Welt-Übersetzung, die Schriften „Der Wachturm“, „Erwachtet!“ sowie weitere Schriften und Broschüren. Zentral bleibt für den einzelnen allerdings weiterhin der aktive Zeugendienst.

Probleme mit dem EU-Datenschutz

Neue Probleme haben sich für die ZJ durch das neue EU-Datenschutzgesetz ergeben. Sie betreffen die Notizen, die ZJ anlässlich von Hausbesuchen anfertigen. Wie es in einem Gutachten des Europäischen Gerichtshofs heißt, müssen sie bei Haustürbesuchen die EU-Datenschutzrichtlinie beachten.

In der Pressemitteilung des Gerichtshofs der Europäischen Union vom 10. Juli 2018 heißt es: „Eine Religionsgemeinschaft wie die der Zeugen Jehovas ist gemeinsam mit ihren als Verkündiger tätigen Mitgliedern für die Verarbeitung der personenbezogenen Daten verantwortlich, die im Rahmen einer von Tür zu Tür durchgeführten Verkündigungstätigkeit erhoben werden. Die im Rahmen einer solchen Tätigkeit erfolgenden Verarbeitungen personenbezogener Daten müssen mit den unionsrechtlichen Vorschriften über den Schutz personenbezogener Daten im Einklang stehen.“¹ Vorausgegangen war ein Verbot der finnischen Datenschutzkommission gegenüber der Religionsgemeinschaft ZJ in Finnland vom 17. September 2013, die den ZJ verboten hatte, im Rahmen der von ihren Mitgliedern von Tür zu Tür durchgeführten Predigtendienst personenbezogene Daten zu erheben oder zu verarbeiten. Laut finnischer Justiz machten sich Mitglieder der Gemeinschaft unter anderem Notizen über die Familienverhältnisse und die religiöse Orientierung der Besuchten, um bei neuerlichen Besuchen darauf zurückzugreifen, wie der EuGH-Generalanwalt rekapitulierte. Die ZJ dürften personenbezogene Daten von Hausbesuchen nur

¹<http://curia.europa.eu/juris/celex.jsf?celex=62017CJ0025&lang1=de&type=TEXT&ancre=> [02.08.2018].

erheben und verarbeiten, wenn sie sich den rechtlichen Bestimmungen unterwerfen. Die ZJ klagten jedoch gegen diese Auflage. Sie beriefen sich bei dieser Praxis auf das Recht individueller Religionsausübung. Die Notizen seien ausschließlich persönlicher Natur, die – so die Argumentation der ZJ – von der Religionsgemeinschaft nicht weiterverarbeitet oder darauf zurückgegriffen würde. Dieser Auffassung widersprach der Generalanwalt und verwies darauf, dass die Gemeinschaft den Verkündigungsdienst der Mitglieder zentral organisiere. Insofern handle es sich damit um keineswegs nur persönliche Notizen. Außerdem habe die Religionsgemeinschaft den Mitgliedern in der Zeit vor dem Rechtsstreit noch selbst Formulare für entsprechende Notizen bereitgestellt. Der Gerichtshof der EU kam schließlich zu folgendem Urteil:

„Der Gerichtshof gelangt zu dem Schluss, dass nach den unionsrechtlichen Vorschriften über den Schutz personenbezogener Daten eine Religionsgemeinschaft gemeinsam mit ihren als Verkündiger tätigen Mitgliedern als Verantwortliche für die Verarbeitung personenbezogener Daten angesehen werden kann, die durch diese Mitglieder im Rahmen einer Verkündigungstätigkeit von Tür zu Tür erfolgt, die von dieser Gemeinschaft organisiert und koordiniert wird und zu der sie ermuntert, ohne dass es hierfür erforderlich wäre, dass die Gemeinschaft Zugriff auf die Daten hat oder ihren Mitgliedern nachweislich schriftliche Anleitungen oder Anweisungen zu dieser Datenverarbeitung gegeben hat.“²

Der Kanal Jehovas und die Theokratische Organisation

Einen interessanten Einblick in das Selbstverständnis der ZJ gibt die 2016 publizierte Broschüre *Organisiert Jehovas Willen zu tun*.³ Auf den ersten Seiten wird der völlig überzogene Selbstanspruch der ZJ unterstrichen: „Unser großer Schöpfer hat eine einzigartige weltweite Organisation, die theokratisch geführt wird. Das bedeutet, sie wird von Jehova, dem Höchsten, geleitet. Wir vertrauen ihm völlig.“⁴ Mit anderen Worten: Die Wachturm-Gesellschaft wird direkt von Jehova geleitet. Dementsprechend soll sich der Einzelne dem Willen Jehovas und seiner – so der Anspruch – direkt von ihm geleiteten Organisation beugen! Hinzu kommt, dass die „Spätphase der letzten Dinge“⁵ eingesetzt habe. Daher seien jetzt die Anstrengungen Jehovas Willen zu erfüllen, umso größer! Dementsprechend müsse auch der Predigtendienst und der Besuch von Versammlungen intensiviert werden.⁶ Es sollen vor allem sog. „Rückbesuche“ durchgeführt werden. Gleichzeitig wird empfohlen, Fremdsprachen zu lernen, um noch mehr Menschen im Predigtendienst erreichen zu können.⁷ Die Internetseite jw.org dient neben dem persönlichen Verkündigungsdienst, der aus Sicht der Wachturm-Gesellschaft noch immer zentral sei, als wichtiges Hilfsmittel, als Hauptinformationsquelle: „Hat jemand eine Frage zu unseren Glaubensansichten, können wir ihm auf einem mobilen Gerät oder am Computer sofort die Antwort auf der Website zeigen. Spricht jemand eine andere Sprache – das schließt auch die Gebärdensprachen ein –, können wir ihm zeigen, wie er auf unserer Website die Bibel und biblische Veröffentlichungen in seiner Sprache findet. Die Videos auf der Website werden von vielen Verkündigern verwendet, um ein biblisches Gespräch zu beginnen.“⁸

Legt man das einfache Kommunikationsmodell von Sender – Medium – Empfänger zugrunde, so handelt es sich bei den ZJ um eine typische Ein-Weg-Kommunikation vom Sender zum Empfänger. Eine direkte Rückbindung, Rückfragen oder gar Diskussionen sind im Kommunikationsmodell der Wachturm-Gesellschaft nicht vorgesehen. Von daher erklärt sich auch, warum die Organisation auf die Verwendung interaktiver Medien, wie etwa neue Soziale Medien wie Facebook oder Instagram bewusst verzichtet. Stattdessen gibt die Organisation vor, welche die aus ihrer Sicht „einzigen vertrauenswürdigen Online-Quellen für geistige Speise“ seien. Verwiesen wird auf die offiziellen Internetseiten jw.org, wol.jw.org sowie tv.jw.org. Daneben gibt es noch als offizielle Apps der ZJ: JW Language, JW Library und JW Library Sign Language.

²[http://curia.europa.eu/juris/celex.jsf?celex=62017CJ0025&lang1=de&type=TEXT&ancre=\[02.08.2018\]](http://curia.europa.eu/juris/celex.jsf?celex=62017CJ0025&lang1=de&type=TEXT&ancre=[02.08.2018]).

³Wachturm Gesellschaft (Hg.), *Organisiert, Jehovas Willen zu tun*, Selters/Ts. 2016.

⁴Ebd., 6.

⁵Ebd., 7.

⁶Ebd., 82

⁷Ebd., 101

⁸Ebd., 88f.

Damit können die ZJ leicht andere Sprachen über ihre Mobiltelefone oder Tablets für den Verkündigungsdienst an fremdsprachigen Menschen gezielt einsetzen. Intern werden die ZJ dazu angehalten, im Predigtendienst intensiv auf die Internetseite jw.org zurückzugreifen. Es gibt hierzu die Anleitung „Im Predigtendienst geschickter werden“:

„SIEH DIR DAS VIDEO AN *BEDIENUNG VON JW.ORG*. ÜBERLEGE, WO DU AUF DER WEBSITE INFORMATIONEN FINDEST FÜR . . .

- einen Atheisten
- jemanden, der gerade etwas Schlimmes erlebt hat
- einen untätigen Bruder oder eine untätige Schwester
- einen Rückbesuch bei jemandem, der sich fragt, wie unser Werk finanziert wird
- einen Ausländer, der eine Zusammenkunft in seinem Heimatland besuchen möchte“.⁹

ZJ glauben, dass sie allein die „Wahrheit“ lehren, weil sie selbst ausschließlich in der Wahrheit wohnen. So verwundert es nicht, wenn aus Sicht der Wachturm-Gesellschaft alles Mögliche getan werden soll, um auch andere Menschen in die „Wahrheit“ zu bringen, d.h. zu ZJ zu machen. Zu diesem Verkündigungsdienst ist jeder JZ angehalten. Auch Kinder werden in einschlägigen Videos auf diese Tätigkeit vorbereitet und geschult.¹⁰ Wie das sog. „Jüngermachen“ geschehen soll, darüber gibt die Wachturm-Studienausgabe vom Oktober 2018 unter der Überschrift „Die Wahrheit lehren“ näher Auskunft. Aufgelistet werden für den Predigtendienst folgende „Werkzeuge“ – unterteilt nach (1) Erstkontakt, (2) um ein Gespräch zu beginnen, (3) Interesse zu wecken, (4) zu motivieren und (5) zu lehren:¹¹

Kontaktkarten mit Hinweis auf jw.org als Erstkontakt: „Vielleicht könntest du immer ein paar Kontaktkarten bei dir haben, um sie im Alltag bei passender Gelegenheit einzusetzen.“

Einladungen: „Die ‚Einladung zum Bibelkurs mit Jehovas Zeugen‘ weist auf zwei Möglichkeiten hin, die Bibel kennenzulernen: ‚bei unseren Zusammenkünften‘ oder ‚im privaten Rahmen‘“

Traktate: „Wir haben acht Traktate, mit denen man gut Gespräche anfangen kann. Die ersten wurden 2013 veröffentlicht. Seitdem sind rund fünf Milliarden gedruckt worden!“

Zeitschriften. „Der Wachturm und Erwachet! sind die auflagenstärksten und meistübersetzten Zeitschriften weltweit. Weil sie international weit verbreitet sind, werden Titelthemen so gewählt, dass sie Menschen überall ansprechen.“ „Erwachet! ist für Leser gedacht, die wenig oder keine Bibelkenntnis haben. „Der Wachturm (Öffentlichkeitsausgabe) konzentriert sich auf religiöse Themen und richtet sich an Menschen, die einen gewissen Respekt vor Gott und der Bibel haben.“

Videos. „Als Jesus auf der Erde lebte, musste ein Zimmermann alles von Hand machen. Heute gibt es für die Holzbearbeitung auch elektrische Werkzeuge wie Sägen, Bohrer, Schleifgeräte und Akkuschauber. Und auch wir haben außer unseren gedruckten Veröffentlichungen jetzt auch schöne Videos. Vier davon sind in unserer Toolbox: [Was nur in der Bibel steht](#), [Das erwartet Sie bei einem Bibelkurs](#), [Das erwartet Sie in einem Königreichssaal](#) und [Jehovas Zeugen: Wer wir sind](#). Videos, die kürzer als zwei Minuten sind, lassen sich gut beim ersten Besuch vorführen. Die längeren sind praktisch für Rückbesuche und wenn jemand mehr Zeit hat.“

Broschüren. „Wie können wir jemand mit der Wahrheit vertraut machen, der sich mit dem Lesen schwertut oder in dessen Sprache es keine Literatur gibt? Dafür ist die Broschüre *Höre auf Gott und lebe für immer* genau das richtige Werkzeug.“

Bücher. „Hast du ein Studium mit der Broschüre angefangen, kannst du jederzeit zu dem Buch *Was lehrt uns die Bibel?* übergehen. Darin werden biblische Grundlehren näher erklärt.“

Die Zeitschriften der ZJ erzielen noch immer eine sehr hohe Auflagenhöhe. Der *Wachturm* erscheint in 337 Sprachen und pro Ausgabe in einer Gesamtauflagenhöhe von rund 69,80 Mio. Exemplaren weltweit. „Erwachet!“ bringt es auf 64,90 Mio. Exemplaren in 192 Sprachen. Im März 2015 wurden rund 165 000 Trolleys an die Versammlungen verteilt.

⁹<https://wol.jw.org/de/wol/d/r10/lp-x/202018287> [02.08.2018].

¹⁰Vgl. [nur die Kinder-Videos „Mein nächstes großes Ziel“ bzw. „Fertig für den Dienst“ auf \[www.jw.org\]\(http://www.jw.org\) unter Publikationen – Videos – Kinder.](#)

¹¹Die nachfolgenden Zitate beziehen sich im Folgenden auf die Oktober-Ausgabe des „Wachturm“ 2018; online: <https://wol.jw.org/de/wol/d/r10/lp-x/2018604> [02.08.2018]

An anderer Stelle wird von der Wachturm-Gesellschaft ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Websites urheberrechtlich geschützt seien: „Abtrünnige und andere Gegner verwenden unser Material, um Zeugen Jehovas und andere anzulocken. Auf den entsprechenden Seiten sind Gedanken eingeflochten, die Zweifel wecken sollen ([Ps. 26:4](#); [Spr. 22:5](#)). Manchmal wurden Inhalte aus unseren Veröffentlichungen oder das jw.org-Logo zu Werbezwecken verwendet — in Apps oder auf Produkten, die zum Verkauf angeboten wurden.“¹²

Verhältnis zu anderen Medien

Das Verhältnis zu weltlichen Medien ist bei den ZJ von einer großen Distanz geprägt. Dies hängt damit zusammen, dass sie sich nicht als Teil der Welt verstehen. So heißt es: „Es ist unklug, alles zu glauben, was in den Medien als wahr hingestellt wird. Wir misstrauen bestimmt nicht sämtlichen weltlichen Informationen, aber uns ist auch klar: ‚Die ganze Welt liegt in der Macht dessen, der böse ist‘ (1. Johannes 5:19).“¹³ Weder dürfe ein ZJ die Welt noch die Dinge der Welt lieben: „Als „Gott dieses Systems der Dinge“ beeinflusst der Teufel die Religion, die Politik, die Wirtschaft und die Medien ([2. Kor. 4:4](#); [1. Joh. 5:19](#)). Daher müssen wir auf unseren Umgang achten. Nicht umsonst macht Gottes Wort auf eine grundlegende Wahrheit aufmerksam: „Lasst euch nicht irreführen. Schlechte Gesellschaft verdirbt nützliche Gewohnheiten“ ([1. Kor. 15:33](#)).“¹⁴

Ein Fazit

Das neue äußere Erscheinungsbild der ZJ mit Trolleys und Tablets in den Fußgängerzonen und an Bahnhöfen gehört inzwischen zum gewohnten Bild. Nicht jeder vermutet dahinter gleich die bekannte Organisation. Vom Äußeren könnte man den Eindruck gewinnen, die Wachturm-Gesellschaft habe sich gewandelt und stärker den Erfordernissen einer modernen und digital geprägten Welt angepasst.

Gleichwohl kann die neue Image- und Corporate-Identity-Kampagne nicht darüber hinwegtäuschen, dass in den neuen Kanälen die altbekannten ideologischen Inhalte der sich als theokratische Organisation verstehenden Gruppe zu finden sind. Ein wichtiger Vorteil ist sicherlich, dass die mehrsprachigen Übersetzungen ihrer Publikationen und nicht zuletzt die JW Language-App den ZJ einen schnellen, barrierefreien Zugang zu Flüchtlingen und Migranten ermöglicht. Es werden Anknüpfungspunkte an aktuelle Fragen und Themen von Menschen gesucht, die dann im Lichte der ZJ-Ideologie beantwortet werden. In allen neuen publizistischen Medien der ZJ sei – so der Anspruch – der angeblich irrtumsfreie Wille Jehovas zu finden.

Bei den neuen Medien ist keinerlei Rückkopplung zwischen Empfänger und Sender möglich. Daher dominieren bei den ZJ Medien, die ausschließlich von oben nach unten hin ausgerichtet sind. Kritische Rückfragen oder gar Diskussionen sind unerwünscht. Das wird auch die Wahl der entsprechenden Medien deutlich. Daher engagiert sich die Wachturm-Gesellschaft nicht in den neuen sozialen Medien und unterhält auch keinen Blog. Als weiteres Indiz zeigt sich im Blick auf das theokratische Selbstverständnis: Die Artikel sind nicht namentlich und damit als persönliche Meinungsäußerung eines Autors gekennzeichnet. Es handelt sich um Verlautbarungstexte der Leitenden Körperschaft, eines achtköpfigen Gremiums von „Geistgesalbten“, das sich als unmittelbares Werkzeug Jehovas betrachtet. Die Texte der Publikationen gelten als sakrosankt, als direkter Wille Jehovas. Zweifel an der Richtigkeit der Darstellung gilt dann als Zweifel an Jehova. Das ist kein Zufall: Die Wachturm-Gesellschaft erwartet vom Einzelnen absoluten Gehorsam und Unterordnung. Selbstkritische Töne dieser „theokratischen Organisation“ sind daher generell nicht zu finden. Daraus folgt: Die Publizistik der ZJ ist nicht informierend, meinungsbildend, sondern stark beeinflussend. Es handelt sich um eine persuasive Ein-Weg-Kommunikation mit einer stark ideologisierten Ausrichtung. Sie ist ausschließlich werbend und propagandistisch geprägt. Gerade in der Publizistik gibt sich ein wesentliches Merkmal der Wachturm-Gesellschaft zu erkennen. Sie

¹²www.jw.org/de/publikationen/zeitschriften/wachturm-studienausgabe-april-2018/publikationen-auf-privaten-websites-und-in-sozialen-medien/ [02.08.2018].

¹³<https://wol.jw.org/de/wol/lv/r10/lp-x/0/23676> [02.08.2018].

¹⁴Studienausgabe Wachturm, 15. August 2015, 24-28; <https://wol.jw.org/de/wol/lv/r10/lp-x/0/20445> [02.08.2018].

dient vor allem dazu: dem „Jüngermachen“. Und diese Form der ZJ-Publizistik setzt den Einzelnen immer wieder unter Druck, fordert sie doch im Blick auf das unmittelbar bevorstehende „Ende dieses Systems der Dinge“ vom einzelnen immer wieder aktiven Einsatz für Jehova und absoluten Gehorsam gegenüber der „einzigartigen“ Organisation Jehovas. Welche psychischen Folgen dieser immense Druck für den einzelnen haben kann, dokumentiert die in letzter Zeit wieder angewachsene Zahl von Erfahrungsberichten Betroffener und Aussteigern.