

# Een zoektocht naar significantie: de waardering voor IS- en Defensie- wervingsteksten

Een kwalitatief onderzoek naar het gebruik van *the quest for significance* als wervingsstrategie; de waardering van het IS-propaganda-magazine 'Dabiq' en van wervingsreclames van Defensie.

BA-Eindwerkstuk

Communicatie- en Informatiewetenschappen

Universiteit Utrecht

Dr. Inge Versteegt

24-06-2020

Willem Hoogslag (3977471)

Woordenaantal: 7059

## Inhoudsopgave

Samenvatting .....	3
1. Inleiding.....	4
1.1 Aanleiding .....	4
1.2 Theoretisch Kader .....	6
1.3 Onderzoeksvraag .....	9
2. Methode .....	11
2.1 Participanten.....	11
2.2 Onderzoeks-ontwerp .....	11
2.3 Materiaal.....	12
2.4 Procedure.....	13
2.5 Data-analyse .....	14
2.6 Validiteit.....	15
3. Resultaten .....	16
3.1 Waardering teksten .....	16
3.2 Ideologie, actie en propaganda .....	17
3.3 Psychologische basisbehoeftes.....	19
4. Analyse .....	21
5. Conclusie .....	23
6. Discussie.....	24
Literatuurlijst.....	26
Bijlages .....	30
Bijlage 1: Informed consent brief.....	30
Bijlage 2: Instructie participanten.....	31
Bijlage 3: Doel van het onderzoek .....	32
Bijlage 4: Wervingsteksten conditie 1.....	33
Bijlage 5: Wervingsteksten conditie 2.....	35
Bijlage 6: Bronteksten Defensie .....	37
Bijlage 7: Bronteksten IS .....	40
Bijlage 8: Markering tekstdelen .....	46
Bijlage 9: Tabellen .....	50

## Samenvatting

In dit onderzoek is de waardering van wervingsteksten, die inspelen op *the quest for significance* en de psychologische basisbehoeftes, onderzocht. Dit is gedaan aan de hand van de plus-minmethode en semigestructureerd interviews gericht op tekstdelen die verwijzen naar verbinding, competentie, ideologie of acties gericht op een ideologie.

Twee wervingsteksten van IS zijn vergeleken met twee wervingsteksten van Defensie. Door middel van de plus-minmethode is onderzocht welke elementen uit de tekst meer of minder gewaardeerd worden door de participanten. Het interview richtte zich vervolgens op de beredenering hiervan. De nadruk van het onderzoek ligt op de beoordeling en motivatie van die tekstuele elementen die -direct- verbonden zijn aan *the quest voor significance* en de psychologische basisbehoeftes. Naderhand zijn de antwoorden uit het interview kwalitatief geanalyseerd.

Wanneer participanten een verwijzing naar ideologie in een wervingstekst herkennen heeft dat een positief effect op de waardering van die tekst, maar uitsluitend wanneer ze het met de ideologie eens zijn en ze de tekst niet als propaganda ervaren. Daarnaast blijkt dat tekstdelen die verwijzen naar de basisbehoeftes verbinding en competentie door alle participanten gewaardeerd worden, maar geen doorslaggevend effect hebben op de waardering van wervingsteksten.

Wanneer wervingsteksten verwijzen naar *the quest for significance* en de psychologische basisbehoeftes heeft dat ook bij een bredere doelgroep een positief effect op de waardering van die tekst. Mits de ideologie aansluit bij de participant en de tekst niet als propaganda wordt ervaren. Hieruit blijkt een gevaar van dergelijke wervingsteksten voor mensen bij wie *the quest for significance* is geactiveerd.

*Sleutelwoorden:* Werving, *Quest for significance*, IS, Defensie

## 1. Inleiding

### 1.1 Aanleiding

Begin februari 2013 reisde de negentienjarige Jordi de Jong naar Syrië af om zich daar bij IS aan te sluiten. Nadat hij in mei 2013 terugkeerde in Nederland, werd hij vastgehouden op de terrorisme afdeling in gevangenis 'De Schie'. Hij werd onder andere verdacht van ronselen, verspreiden van jihadteksten, en deelname aan een Syrisch trainingskamp en de islamitische terreurcel in Den Haag (NOS, 2013). Duidelijk is dat Jordi een moeizame jeugd heeft gehad; hij werd op school veel gepest, verloor op jonge leeftijd een vriend, had een slechte relatie met zijn biologische vader en kwam uiteindelijk in de jeugdzorg terecht. Vrienden van vroeger omschreven hem als beïnvloedbaar en als iemand die alles zou doen om erbij te horen. Nadat hij zich rond zijn achttiende tot de Islam bekeerde werd hij op Facebook lid van extremistische moslimwebsites en volgde hij online een radicale moslimgeestelijke (NRC, 2013). Jordi gaf na zijn terugkeer aan, dat hij het besluit om af te reizen naar Syrië nam na gesprekken met 'vrienden' en het bekijken van extremistische filmpjes op YouTube (NOS, 2013).

Het verhaal van Jordi illustreert dat de effecten van terrorisme tegenwoordig niet meer uitsluitend lokaal zijn, maar een groter effect en bereik hebben door de *affordances* van moderne media (Martin, 2013, p. 8). Terreurorganisaties, zoals IS, werven en radicaliseren nieuwe leden door middel van propaganda welke door moderne media wordt verspreid (Payne, 2009; Gartenstein-Ross, Barr & Moreng, 2016, p. 4-10). De mogelijke aantrekkingskracht en effectiviteit van IS propaganda blijkt uit de gegevens van antiterreur coördinator Gilles de Kerkhove (Belgische nieuwsblad 'De Morgen', September 2017) die stelt dat in Europa in totaal vijftig duizend individuen geradicaliseerd zijn.

Deze propaganda heeft op een kleine doelgroep een groot effect. Zo zijn tussen 2012 en 2016 151 geradicaliseerde Nederlanders naar Syrië afgereisd (Weenink, 2019, figuur 4, p. 44) (Weenink, 2019, Tabel 4, p. 44). De AIVD stelt dat het totaal aantal Syriëgangers inmiddels 300 personen betreft (AIVD, 2020). Versteegt et al. (2018) omschrijven die groep als "sociaal en psychisch kwetsbaar (...), een laag zelfbeeld te hebben en behoefte te hebben aan verbinding en duiding" (p.115). Deze doelgroep is gevoelig voor existentiële en zingevingsvraagstukken en is dwangmatig op zoek naar een doel of betekenis in het leven. Bij deze jongeren is *the quest for significance (QFS)* geactiveerd: een zoektocht naar sociale en persoonlijke significantie die zich kan uiten in extreem of radicaal gedrag uit naam van een ideologie (Kruglanski, Chen, Dechesne, Fishman & Orehek, 2009). Dat vormt ook deels de reden dat deze doelgroep ontvankelijk is en openstaat voor de invloed van terroristische propaganda.

De keuze om in dit onderzoek wervingsteksten van IS en wervingsteksten van Defensie te vergelijken, is gemaakt omdat beide organisaties op bepaalde vlakken sterke overeenkomsten hebben. Zowel IS

als Defensie zijn militaire organisaties, die gewapende strijdkrachten inzetten om (een deel van) hun doelen te behalen. Daarnaast richten de twee organisaties zich sterk op het werven van nieuwe leden, waarbij ze beide gebruik maken van moderne media om hun wervingsteksten te verspreiden. Deze werving richt zich in beide gevallen op een vergelijkbare doelgroep (jongvolwassen mannen), waarbij zowel IS als Defensie in hun wervingsteksten een ideologie inzetten om de potentiële doelgroep te motiveren zich aan te sluiten.

Verder onderzoek naar de werking van deze wervingsteksten is nodig. Deels vanwege het feit dat deze propaganda effectief blijkt in het werven van nieuwe leden, maar ook omdat deze propaganda uiteindelijk vergaande en destabiliserende gevolgen kan hebben voor de samenleving. De waardering van een bredere doelgroep voor deze vorm van werven is nog onbekend. Specifiek de vraag of jongeren de zingevingselementen in wervingsteksten waarderen blijft onbeantwoord. Om hier beter zicht op te krijgen wordt dit onderzoek uitgebreid met wervingsteksten van een andere militaire organisatie (Defensie) die een soortgelijke nadruk legt op het werven van nieuwe leden middels propaganda. Het in een breder context plaatsen van *QFS* en de psychologische basisbehoeftes, zal mijn onderzoek een diepgaander inzicht geven in waardering van zingevingselementen in wervingsteksten.

Het bestaan van Syriëgangers bewijst deels de effectiviteit en het gevaar van de IS mediamachine; door de inzet van extensieve en moderne mediastrategieën radicaliseert IS Jongeren, ook ver buiten haar geografische grenzen. Jongeren sluiten zich geheel vrijwillig aan bij IS en zijn blijkbaar bereid om zichzelf op te offeren. Zo vormt IS op een mondiale schaal een bedreiging, in het bijzonder voor iedereen die zich niet wil aansluiten bij het kalifaat of zich niet identificeert met de radicale Islam. De harde tweedeling van 'wel of niet gelovig', maakt IS een gevaar voor de vrijheid van een groot deel van de wereldbevolking.

## 1.2 Theoretisch Kader

### 1.2.1 Terrorisme

Terreur is veelvuldig gebruikt om samenlevingen te destabiliseren en angst te zaaien bij het publiek (Martin, 2013, p. 8). De effectiviteit van terroristische organisaties is afhankelijk van een constante stroom aan nieuwe strijdbare leden. Dit komt doordat de invloed die terreurorganisaties uitoefenen voornamelijk door haar leden wordt afgedwongen. Maar ook omdat de doorstroom van eerdergenoemde leden snel verloopt, veel leden komen (spoedig) te overlijden. Daarom is het werven van leden een groot en belangrijk onderdeel van het voortbestaan van veel terreur- en militaire organisaties.

Kruglanski en Fishman (2009) definiëren terrorisme als volgt: *“the symbolic use of violence by nonstate actors with social and political (hence not purely criminal) objectives intended to intimidate, frighten, or coerce a wider audience than the direct (instrumental) targets of the attack”* (p. 3). Ik heb voor deze definitie gekozen omdat het accent van deze definitie goed aansluit bij de werkwijze van IS. Namelijk: niet statelijke actoren die geweld plegen met als doel hun sociale en politieke agenda af te dwingen. Vanwege de extreme aard van de verwachtingen en verplichtingen binnen een terreurorganisatie, is de ‘toewijding’ vanuit haar leden van groot belang. Die toewijding is dermate belangrijk dat IS bewust haar leden indoctrineert en radicaliseert.

### 1.2.2 Radicalisering

Radicalisering definieer ik als volgt: de toenemende mate van extreme geloofsovertuigingen, gevoelens en handelingen die gericht zijn op het rechtvaardigen van geweld tussen groepen, en op de opoffering uit naam van de eigen groep (Holt, Freilich & Chermak, 2016; McCauley & Moskalenko, 2008, p. 416). Ik heb voor deze definitie gekozen, omdat het accent ligt bij de motivatie van een groep om geweld te plegen en zichzelf op te offeren. De homogeniteit van geloofsovertuigingen en politieke standpunten toont de sterke sociale druk die binnen de terreurgroep wordt uitgeoefend. Mede dankzij deze sterke sociale druk worden ontvankelijke leden geïndoctrineerd en geradicaliseerd.

### 1.2.3 De mediastrategie van IS

De mediastrategie van IS richt zich op het verwerven van geloofwaardigheid en legitimiteit door gebruik te maken van sociale media en moderne technologie. Zo werft IS nieuwe leden en intimideert zij tegelijkertijd haar vijanden (Farwell, 2014), met uiteindelijk het doel om een Islamitische staat op te richten. Zodoende heet IS een sterke aanwezigheid op Twitter en maakt daarnaast gebruik van propaganda in de vorm van tijdschriften, waaronder het tijdschrift *Dabiq* (Gartenstein-Ross et al., 2016; Ingram, 2016a). *Dabiq* is gericht op het overtuigen en radicaliseren van lezers om zo nieuwe leden te werven. Om dat doel te bereiken, komen in het tijdschrift twee communicatieve strategieën voor. De eerste is het oproepen tot geweld door een competitieve ideologie aan te bieden; die

ideologie verheerlijkt geweld. De tweede strategie is gericht op het benadrukken van de ervaring van *in-* en *outgroup*, door de dichotomie tussen *Sunni* Moslims en de rest van de wereld te versterken (Ingram, 2016a; Ingram, 2016b).

Het propagandatijdschrift *Dabiq* rechtvaardigt en motiveert extreem geweld (Ingram, 2016a; Ingram, 2016b). Het rechtvaardigen van geweld tussen groepen en het verheerlijken van zelfopoffering speelt een grote rol binnen de propaganda maar ook de ideologie van IS. Hoewel de directe verwijzingen naar zelfdoding en zelfmoordaanslagen uitblijven in *Dabiq*, prijst het tijdschrift het martelaarschap alom. *Dabiq* spreekt over het praktische nut dat zelfopoffering biedt, daarnaast worden de martelaars die hun leven geven in naam van het Kalifaat als helden omschreven en vereerd. Binnen IS leeft het sentiment dat zelfopoffering uit naam van 'God' een pad tot de hemel biedt.

"One third will be killed; they will be the best martyrs with Allah." (Dabiq Issue 1, 2014, p. 4)

"They sacrificed their souls in the noblest of deeds in pursuit of Allah's pleasure. We consider them such, and Allah is their judge." (Dabiq Issue 12, 2015, p. 3)

"The author ... but instead led the battle against Āl Salūl until he achieved shahādah for Allah's sake. May Allah accept him, reward him, and bless him." (Dabiq Issue 12, 2015, p. 9)

Kortom, *Dabiq* rechtvaardigt het plegen van geweld tussen groepen en verheerlijkt zelfopoffering. Op die wijze draagt *Dabiq* bij aan het radicaliseren van haar lezers. De vraag rest nog wat mensen zo ver zou kunnen drijven om zichzelf te willen opofferen. Het bestaan van een hoger doel lijkt invloed te hebben op die motivatie. Vooral wanneer het volgen of strijden uit naam van dat hogere doel beloond lijkt te worden met een eeuwig leven in de hemel. Daarnaast versterkt een extreem laag zelfbeeld de bereidheid tot zelfmutilatie of zelfopoffering (Dugas et al., 2016, Kruglanski et al., 2009).

#### 1.2.4 De mediastrategie van Defensie

De mediastrategie van Defensie richt zich op het aantrekkelijk maken van een functie bij Defensie en hoopt zo nieuwe soldaten en werknemers te werven. Met onder andere het doel om een gewapende strijdkracht te vormen. Zodoende verspreidt Defensie haar reclames en boodschappen via (moderne) media, waaronder op de eigen website. De boodschap van de reclamecampagnes en wervingsteksten speelt in op een gevoel van competentie en samenhang.

'Werken bij Defensie: je moet het maar kunnen' (Ministerie van Defensie, 2013)

'Een team, een taak' (Koninklijke Luchtmacht, 2009)

Daarnaast maakt Defensie in haar reclameboodschappen gebruik van een bepaalde ideologie, die in dit geval werving wil motiveren. Op de website van Defensie wordt herhaaldelijk benadrukt dat 'wij'

in een gevaarlijke wereld leven die beschermd moet worden, en dat Defensie naar vrede en veiligheid streeft (Wat doet Defensie?, z.d.). Hierdoor positioneert de Nederlandse krijgsmacht zich als een zowel noodzakelijke als ethische entiteit. Hiermee propageert Defensie dat een functie bij hen niet alleen vrede en veiligheid behartigt, maar ook als ethisch werk beschouwd kan worden. Het is mede hierdoor dat Defensie het inzetten van geweld verantwoord, en net zoals IS de mogelijkheid aanbiedt om op legitieme wijze geweld te gebruiken.

#### *1.2.5 The quest for significance*

Traumatische ervaringen, waaronder het verlies van een naaste, kunnen ertoe leiden dat men een gebrek aan persoonlijk significantie ervaart (Kruglanski & Fishman, 2009; Kruglanski et al., 2009; Kruglanski et al., 2014). Een gebrek aan persoonlijke significantie staat een volwaardig en gelukkig leven in de weg. Het verliezen van persoonlijke significantie kan een dwangmatige zoektocht naar die significantie activeren: *QFS*. Personen die gevoelig zijn voor zingevingsvraagstukken zijn op zoek naar hetgeen dat betekenis in hun leven kan brengen. Deze significantie of betekenis kan, onder andere, ervaren worden wanneer men zichzelf wegcijfert voor een hoger maatschappelijk doel (Dugas et al., 2016). Dit leidt ertoe dat mensen bij wie *QFS* is geactiveerd op zoek gaan naar een ideologie -een hoger doel- en manieren om die ideologie door middel van actie -zelfopoffering- te verwezenlijken (Kruglanski & Fishman, 2009) (Kruglanski et al., 2014). Dit doen ze om gevoelens van competentie, autonomie en betekenis te ervaren.

#### *1.2.6 Psychologische basisbehoeftes*

Deci en Ryan (2008) pleiten in de *Self-Determination theory (SDT)* voor het bestaan van een drietal psychologische basisbehoeftes. Het vervullen van deze behoeftes is noodzakelijk voor geestelijke gezondheid. De drie basisbehoeftes betreffen het ervaren van gevoelens van autonomie, competentie en verbinding. Wanneer men zeggenschap heeft over zijn of haar leven en daarin beslissingen mag en kan nemen, ervaart men gevoelens van autonomie. Competentie kan ervaren worden wanneer men succesvol of op efficiënte wijze een taak uitvoert. Wanneer men deel uitmaakt of behoort tot een groep waarin leden van die groep diegene ook erkennen en waarderen, kan men gevoelens van verbinding ervaren.



Het vervullen van deze basisbehoeftes is essentieel en universeel in het ervaren van geluk en een gevoel van significantie of betekenis in het leven (Deci & Ryan, 2008). Kortom: het vervullen van deze basisbehoeftes vormt de essentie van een volwaardig en gelukkig gevoel in het leven. De behoefte tot verbinding kan iemand motiveren om zich aan te sluiten bij een vereniging, groepering of vriendengroep. Wanneer een omgeving, groep of organisatie in staat is om leden te voorzien in die drie basisbehoeftes, zullen zij een belangrijke rol gaan spelen in het leven van die leden waarbij deze basisbehoeftes onvoldoende vervuld zijn.

### *1.2.7 Identiteit, ideologie en geloof*

Het behoren tot een terreurgroep gaat gepaard met het aanhangen van een ideologie en acties gericht op het nastreven van die ideologie (Holt et al., 2016, p. 855-858; Martin, 2010), en kan gevoelens van autonomie, verbondenheid en competentie bewerkstelligen (Kruglanski et al., 2014, p. 82). Door op deze gevoelens in te spelen propageert IS een gelukkig en volwaardig leven. Het feit dat de ideologie van IS -deels- gebaseerd is op het Islamitische geloof is van belang: het is één van de factoren waardoor zeer ontvankelijke moslimjongeren uiteindelijk kunnen radicaliseren (Wagemakers, 2017). De ideologie van IS heeft namelijk raakvlakken met de identiteit van deze moslimjongeren - ze zijn immers moslim. De propaganda van IS speelt in op de Islamitische identiteit van jongeren (Gartenstein-Ross et al., 2016; Ingram, 2016a; Ingram, 2016b; Wagemakers, 2017) en maakt zo misbruik van de geloofsovertuigingen van deze jongeren. Dit vormt een aanknopingspunt waarvan IS misbruik maakt in een poging om de jongeren te radicaliseren.

### 1.3 Onderzoeksvraag

De propaganda van terreurorganisaties lijkt veel meer invloed te hebben op mensen met een zoektocht naar persoonlijke significantie (Kruglanski et al., 2009). Jongvolwassenen die zich bij een terroristische organisatie aansluiten, lijken niet gemotiveerd te worden door agressie maar door een gebrek aan gevoelens van autonomie, competentie en in het bijzonder verbinding (Versteegt et al., 2018). Gevoelens van autonomie, competentie en verbinding vormen de psychologische basisbehoeftes van elk persoon (Deci & Ryan., 2008).

Wanneer deze behoeftes niet worden vervuld, in combinatie met traumatische ervaringen in de jeugd, kunnen gevoelens van extreme minderwaardigheid ontstaan en zodoende de *QFS* activeren. Mensen bij wie deze zoektocht is geactiveerd, gaan dwangmatig op zoek naar hetgeen dat significantie of betekenis in het leven kan bieden (Kruglanski et al., 2014). Deze significantie of betekenis kan ervaren worden wanneer men zichzelf wegcijfert voor een hoger maatschappelijk doel. Daarnaast lijkt er een

relatie te bestaan tussen het ontbreken van gevoelens van significantie en de bereidheid tot zelfopoffering.

IS-werving speelt op deze gevoelens in door een ideologie in te zetten die een beeld schetst dat, leden een gevoel van significantie en juist die basisbehoeftes kunnen ervaren wanneer ze zich bij IS aansluiten. Dit toont het gevaar en de effectiviteit van dergelijke propaganda voor jongeren met een *QFS*.

Zodoende vormt dit de motivatie om beter inzicht te krijgen in de waardering van wervingsteksten die inspelen op de psychologische basisbehoeftes en de *QFS*. Om hier meer inzicht in te krijgen zal een IS-wervingstekst in contrast worden gebracht met een Defensie-wervingstekst. Deze vergelijking is gemaakt omdat beide organisaties een soortgelijke nadruk op werving hebben en een vergelijkbare strategie daarvoor inzetten waarbij verwezen wordt naar een ideologie en de basisbehoeftes. Er is nog onvoldoende onderzocht wat het directe effect van dergelijk taalgebruik is op de waardering van een doelgroep breder dan zeer ontvankelijke jongeren. Derhalve heb ik de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

*Hoe waarden jongvolwassenen in Nederland IS- en Defensie-wervingsteksten, die in verschillende mate inspelen op de QFS en de psychologisch basisbehoeftes?*

## 2. Methode

Het onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met Iris van Korrelaar. We hebben samengewerkt aan de respondentenwerving, het maken van het materiaal, en het afnemen van de plus-minmethode en interviews.

### 2.1 Participanten

Zestien participanten nemen deel aan het onderzoek. Uit gegevens van Versteegt et al. (2018) blijkt dat geradicaliseerde Nederlanders tussen de achttien en tweeëndertig jaar oud zijn, daarom is ervoor gekozen om bachelor studenten en afgestudeerden als participanten te werven. De uiteindelijke leeftijd varieert tussen de achttien en negenentwintig jaar. Uit onderzoek van Weenink (2019) blijkt dat het overgrote deel van de geradicaliseerde Nederlanders uit mannen bestaat. Om die reden is gekozen om uitsluitend mannelijke participanten voor dit onderzoek te werven. De participanten zijn voornamelijk uit persoonlijke kringen geworven en gedeeltelijk via de opleiding Communicatie- en Informatiewetenschappen. Er is gekozen om zo min mogelijk bachelor-communicatiestudenten bij dit onderzoek te betrekken (zie 2.6 Validiteit).

### 2.2 Onderzoeks-ontwerp

Dit onderzoek maakt gebruik van de zogenaamde plus-minmethode. In deze methode krijgen mensen een tekst te lezen en moeten in de kantlijn van die tekst aangeven welke tekstdelen ze wel of niet waarderen. Dit doen ze door bij de relevante delen een plus of een min te zetten (De Jong & Schellens, 2000). In dit onderzoek worden de teksten op papier afgedrukt en wordt gevraagd de aantekeningen met pen of potlood in de kantlijn te maken.

Hierna neemt de proefleider een interview af, met voornamelijk open vragen. De aantekeningen vanuit de plus-minmethode bepalen welke tekstdelen worden besproken. Het bespreken van de tekstdelen verloopt chronologisch. Naderhand kan zowel de interviewer als de participant nog terugkomen op bepaalde onderwerpen.

Ongeacht de participant worden zijn opmerkingen en antwoorden bevestigd, met als doel om de participant te motiveren zijn beredenering zo compleet en helder mogelijk te verwoorden. Alle vragen die gericht zijn op de oorsprong van de tekst, worden beantwoord met een wedervraag: *'Wat denk jij?'*. Het interview is bedoeld om de motivatie achter de waardering of gebrek aan waardering van de tekst zo helder mogelijk te verwoorden.

Het onderzoek bevindt zich op een relatief nieuw gebied. Om het onderzoek een exploratief karakter te geven is gekozen voor een open opzet van de methode. Door zo min mogelijk sturing te geven aan

de plus-minmethode en het interview, hopen wij als onderzoekers een minimale invloed op de resultaten te hebben.

### 2.3 Materiaal

Het materiaal in dit onderzoek bestaat uit vier aangepaste teksten, twee teksten uit het IS tijdschrift *Dabiq* (zie bijlage 7) en twee teksten van de website van Defensie (zie bijlage 6). De vier teksten zijn in twee condities onderverdeeld:

- **Conditie 1** bestaat uit één tekst van IS die sterk inspeelt op de *QFS* met relatief veel verwijzingen naar de basisbehoeftes (met name verbinding en competentie) en één tekst van Defensie die in mindere mate inspeelt op de *QFS* met uitsluitend verwijzingen naar de basisbehoefte competentie (zie bijlage 4).
- **Conditie 2** bestaat uit één tekst van Defensie die sterk inspeelt op de *QFS* met relatief veel verwijzingen naar de basisbehoeftes (met name verbinding en competentie) en één tekst van IS die in mindere mate op de *QFS* inspeelt met relatief weinig verwijzingen naar de basisbehoeftes (zie bijlage 5).

Zoals uit bovenstaand overzicht blijkt komt de basisbehoefte autonomie nauwelijks voor in het materiaal en wordt daarom niet meegenomen in de analyse.

Een tekst van zowel Defensie als IS speelt sterk op de *QFS* in, wanneer uit deze tekst de ideologie van de organisatie en de acties gericht op het nastreven van deze ideologie naar voren komen. De ideologie van IS richt zich op de wederopstanding van het Islamitische kalifaat door geweld te rechtvaardigen en zelfopoffering te verheerlijken. De ideologie van Defensie richt zich op het strijden voor vrede en veiligheid. De volgende fragmenten dienen als voorbeeld (zie bijlage 8):

*“Werken bij ons is (...) een levenskeuze omdat we iets willen betekenen voor ons land. (...) riskeren we desnoods ons leven.”*  
Conditie 2, tekst 1.

*“Want soms is het noodzakelijk om woorden kracht bij te zetten. Dan vechten we voor vrede en brengen rust waar onrust heerst. (...) Bij rampen en nood, bieden we hulp.”*  
Conditie 2, tekst 1.

*“We strijden voor een wereld waarin mensen in vrijheid en veiligheid kunnen leven. Omdat we ervan overtuigd zijn dat ieder mens dat verdient.”*  
Conditie 2, tekst 1.

*“Er wordt een boodschap verkondigd die de hele wereld moet horen om te begrijpen (...). De broeders zullen het ideaal van nationalisme en democratie vertrappen en de ware kwade aard van beide aan het licht brengen.”*  
Conditie 1, tekst 1.

*“Door die gratie zullen broeders schouder aan schouder staan om elkaar te beschermen en desnoods zichzelf op te offeren.”*  
Conditie 1, tekst 1.

*“Het is tijd om als samenleving wakker te worden en onszelf te ontdoen van alle schaamte en schade. (...) De zonsopgang van eer is opnieuw verschenen. De zon der strijd is verschenen en zijn goedheid schijnt. De overwinning ligt op de horizon.”*  
Conditie 1, tekst 1.

Een tekst van zowel Defensie als IS verwijst naar de psychologische basisbehoeftes wanneer er woorden, zinnen of paragrafen -direct of indirect- refereren naar een of alle drie de basisbehoeftes (autonomie, competentie en verbinding). De volgende fragmenten dienen als voorbeeld (zie bijlage 8):

*“Het is een land dat de harten van alle nationaliteiten samen heeft gebracht en ons zo allen tot broeders heeft gesmeed.  
Door die gratie zullen broeders schouder aan schouder (..).”*

Conditie 1, tekst 1.

*“Het is een land waar (...) allemaal broeders zijn.”*

Conditie 1, tekst 1.

*“Een baan bij ons is een investering in je toekomst. Je doet unieke werkervaring op en ontwikkelt je belangrijke competenties (...). Allemaal vaardigheden die (...) goed van pas komen.”*

Conditie 1, tekst 2.

*“Wij zijn onmisbaar (...) Wij beschermen (...) We kunnen het niet alleen. Wij doen dat schouder aan schouder.”*

Conditie 2, tekst 1.

De opmaak van alle vier de teksten is verwijderd, zodat alleen de kale tekst overblijft. Uit die kale teksten zijn namen, plaatsnamen en religieuze termen verwijderd, om de herkomst van de teksten te verbergen. Zodat de herkomst van alle teksten een minimale invloed uitoefent op de beoordeling van de participanten. IS heeft een dusdanig slechte naam dat een mogelijke associatie tussen de tekst en die organisatie te verwachten is en de gegevens sterk kan beïnvloeden.

## 2.4 Procedure

Alle participanten worden via de telefoon of Whatsapp benaderd. De participanten bestaan uit afgestudeerde vrienden, studerende vrienden, oud-huisgenoten en één oud-werkgroepsgeenoot. Voorafgaand aan het onderzoek worden de participanten verdeeld in twee groepen en krijgt elk een letter van ‘A’ tot en met ‘P’ aangewezen. Acht participanten worden ingedeeld bij conditie één en acht participanten bij conditie twee. Participanten A, B, C, D, I, J, K en L zijn ingedeeld bij conditie een, en participanten E, F, G, H, M, N, O, en P zijn ingedeeld bij conditie twee (zie 2.3 *Materiaal*).

Om de betrouwbaarheid te verhogen, is gekozen om de instructies van het onderzoek te standaardiseren. Iedere participant leest voorafgaand aan het onderzoek de instructies. Het experiment wordt geïntroduceerd door een *informed consent* brief (zie bijlage 1), waarin de voorwaarden van het onderzoek worden uitgelegd. Daarna wordt de plus-minmethode uitgelegd door middel van een instructieblad (zie bijlage 2), waarbij het mikpunt en bedoeling van de methode worden verklaard. Vervolgens vullen de participanten een korte demografische vragenlijst in. Tijdens het lezen en beoordelen van de teksten (d.m.v. de plus-minmethode) gaat de participant ongestoord te werk en wordt zo min mogelijk afgeleid door de proefleider. Na de plus-minmethode wordt door de proefleider gevraagd naar de motivatie voor het plaatsen van alle plussen en minnen. De nadruk

ligt op woorden, zinnen en tekstuele elementen die inspelen op of verwijzen naar de *QFS* en de basisbehoeftes. Aan het eind van elk interview wordt de participant gevraagd beide teksten te beoordelen. De duur van het experiment neemt gemiddeld tussen de dertig en zestig minuten in beslag. Tot slot leest de participant de laatste bladzijde van het materiaal. Dit blad geeft uitleg over de herkomst en de inhoud van alle vier de teksten (zie bijlage 3). Hiermee wordt hopelijk duidelijk dat alle teksten geschreven zijn als propaganda of werving. Door de participant voldoende te informeren wordt hopelijk de invloed van alle teksten geminimaliseerd.

## 2.5 Data-analyse

Het experiment betreft twee soorten data: beoordelingen op tekstueel niveau (plus-minmethode) en de beargumentering van die beoordeling (interview). De focus ligt op wervingsteksten, waarin op bepaalde mate op de *QFS* en basisbehoeftes wordt ingespeeld. De reden waarom de participanten bepaalde teksten en tekstdelen meer of minder waarderen is hierbij de focus. Daarom ligt in dit onderzoek de nadruk meer op het interview naderhand dan op de plus-minmethode.

De plus-minmethode wordt ingezet als pre-test methode door te toetsen welke elementen van de tekst positief of negatief beoordeeld worden. Het mikpunt wordt uitsluitend door de participant zelf bepaald, maar ligt uiteindelijk op de tekstdelen die direct of indirect verwijzen naar vier thema's. Het accent valt op woorden, zinnen of paragrafen die verbonden zijn aan, of verwijzen naar: competentie, verbinding, ideologie en acties gericht op deze ideologie (zie bijlage 8).

In het interview wordt bij elke 'plus' of 'min' gevraagd naar welk tekstueel element dit refereert en de beredenering hiervan. Tot slot wordt gevraagd welke van de twee teksten ze meer waarderen en waarom. De uitkomst van deze interviews worden op een kwalitatieve manier geanalyseerd door gebruik te maken van de interpretaties van de participant. Deze methode van analyse heeft als doel om inzicht te krijgen in de rede waarom participanten tekstdelen waarderen.

De analyse richt zich inhoudelijk op de relatie tussen enerzijds het gebruik van tekstdelen die zijn verbonden aan *de QFS* en de psychologische basisbehoeftes, en anderzijds het mogelijke effect van deze thema's op de waardering van de tekst.

In de analyse van dit onderzoek wordt uitsluitend de waardering en motivatie van tekstelementen meegenomen die zijn verbonden aan *QFS* of de psychologische basisbehoeftes. Wanneer een opmerking niet relevant bleek, werden deze gegevens niet verwerkt in de uiteindelijke analyse. Ongeachte de relevantie, werd aan elke aantekening evenveel aandacht besteed (zie 2.6 *Validiteit*).

## 2.6 Validiteit

Om de interne validiteit van het onderzoek te versterken, is ervoor gekozen om zo min mogelijk CIW-studenten te betrekken bij het onderzoek. Hiervoor is gekozen, omdat deze studenten over relevante informatie beschikken met betrekking tot de overtuigingskracht en invloed van teksten. CIW-studenten zullen eerder door een bepaalde bril naar teksten kijken en mogelijk de ware aard van beide teksten ontdekken. Hierdoor is een objectieve blik richting de teksten moeilijk en het daadwerkelijk meten van hun waardering lastig.

Daarnaast is ervoor gekozen om tijdens het interview thema's of opmerkingen die direct verbonden zijn aan *QFS* of aan de psychologische basisbehoeftes, evenveel aandacht te geven als thema's of opmerkingen die niet gerelateerd zijn. Naar elke opmerking werd evenveel navraag gedaan en in iedere opmerking werd evenveel interesse getoond. Deze aanpak beschermt het mikpunt van het onderzoek zoveel mogelijk, wat de interne validiteit bevordert.

### 3. Resultaten

#### 3.1 Waardering teksten

De teksten van Defensie worden over het algemeen vaker en meer gewaardeerd dan de teksten van IS. Twaalf van de zestien participanten geven aan de Defensie-tekst meer te waarderen dan de IS-tekst (zie bijlage 9, tabel 2). Dit verschil in waardering is het sterkst in conditie één: zes van de acht participanten waarderen de Defensie tekst meer dan de IS tekst. In conditie één heeft de Defensie tekst in totaal vier negatieve aantekeningen en de IS tekst tweeënveertig (zie bijlage 9, tabel 1.1). In conditie twee geven wederom zes van de acht participanten aan de Defensie tekst meer te waarderen dan de IS tekst. De vier participanten die een IS-tekst hoger waarderen dan een Defensie-tekst, blijken allemaal jonger dan 22 jaar te zijn

De teksten die sterk inspelen op de *QFS* worden ten opzichte van de teksten die dat minder doen wisselend beoordeeld. In conditie één blijkt dat maar twee van de acht participanten een voorkeur hebben voor de tekst die sterk op *QFS* inspeelde, dit is een IS-tekst. Echter, in conditie twee hebben zes van de acht participanten wel een voorkeur voor de tekst die sterk op de *QFS* inspeelt, deze tekst is van Defensie. Wederom lijken mensen een voorkeur te hebben voor de teksten afkomstig van Defensie.

Negen participanten waarderen een of beide tekst(en) minder omdat ze de betekenis of bedoeling van specifieke tekstdelen niet begrijpen of onduidelijk vinden. Ze geven aan dat de oorzaak hiervan ligt aan het ontbreken van een context. Dit is door acht participanten, ongeacht conditie, bij IS teksten aangegeven. Drie participanten geven aan om diezelfde reden een Defensie-tekst(deel) minder te waarderen.

*Interviewer: "Dan nog een min en een plus bij de laatste alinea, zou je die nog even willen toelichten?"  
Participant E: "Ja, de bovenste zin was heel erg onduidelijk en die moest ik drie keer lezen, wat bedoelen ze nou"*

*Participant M: "(...) Ik ben begonnen met een min, dat was het begin direct 'wij zijn onmisbaar in een wereld vol onrust. Wij beschermen wat ons dierbaar is'. Uuhm eigenlijk telkens het 'we', het minnetje kwam vooral omdat ik niet wist we ze bedoelen met 'we'. Zijn dat Nederlanders, is dat de organisatie...dat was redelijk onduidelijk voor mij."*

*Interviewer: "Welk van de twee teksten waardeer je meer, vind je fijner?"  
Participant G: "De tweede denk ik, (...) omdat die tekst een stuk minder vaag is, je ziet gelijk, dat het over militair personeel gaat, en bij de andere tekst kwam ik daar veel later achter, tekst 2 is duidelijker en gaat het om het punt."*



### 3.2 Ideologie, actie en propaganda

Tekstdelen die refereren naar een ideologie worden herkend en op zichzelf gewaardeerd maar alleen wanneer die ideologie aansluit bij het wereldbeeld van de participant. Participanten die het eens (kunnen) zijn met de boodschap van een ideologie, geven aan die tekstdelen te waarderen. Deze waardering leidt tot een sterkere waardering van de tekst.

*Participant J: "Ik heb het idee dat zij streven voor gelijkheid tussen iedereen, rijk en arm, waar je ook woont, blank of gekleurd, het maakt allemaal niet uit. DAT vind ik wel mooi."*

*Participant G: "Ehm, 'onze vrijheid begint immers bij die van een ander', dat vond ik een mooie zin, omdat het wel waar is."*

*Interviewer: "okay, en de volgende zin heb je ook een plus, kun je die toelichten?"*

*Participant B: "Ja, nou ja het zou heel mooi zijn, ik zie daar een multiculturele samenleving in, dat zou mooi zijn als iedereen dat, als dat zo zou zijn, dat iedereen naast elkaar kan leven."*

Wanneer die ideologie of boodschap niet aansluit bij de mening of het wereldbeeld van de participant, leidt dit tot een negatieve aantekening. Vaak heeft dit ook een negatief effect op de beoordeling van de tekst.

*Participant O: "(...) ik ben er dus ook niet van overtuigd dat ieder mens vrede en veiligheid verdient; dat mensen dat vinden. Dat geloof ik niet, dat was de eerste alinea die ik niet geloofde, min erbij."*

*Participant D: "(...) Ehm, daaronder heb ik een minnetje gezet, heeft te maken met, eh, dat ik toch wel denk dat er veel cultuurverschillen zijn, waar mensen nog best wel hart tegen hart kunnen strijden dus ik denk juist niet dat eh, zogezegd, die broeders schouder aan schouder staan om zichzelf op te offeren, misschien ja, een eigen doel maar niet voor het algehele doel waar iedereen voor staat."*

*Interviewer: "Bij de tweede alinea heb je een minnetje, kun je die ook toelichten?"*

*(...)*

*Participant G: "Er staat bijvoorbeeld 'maar als het er op aankomt riskeren we desnoods ons leven'. Ja, ik weet het niet maar dat ga ik zeg maar niet doen."*

De participanten hebben in de meeste gevallen een bepaalde weerstand tegen de acties gericht op het behalen van een ideologie. Met name de tekstdelen die verwijzingen naar opoffering of geweld worden als negatief beoordeeld en hebben een negatieve invloed op de uiteindelijke beoordeling van de tekst.

*Participant B: "(...) ik vond het wel mooi als ze daarvoor 'schouder aan schouder' staan, maar ze hoeven zich daarvoor niet op te offeren wat mij betreft..."*

*Interviewer: "Veranderde daar voor jou de waardering van de zin?"*

*Participant B: "Ja, ja, precies."*

*Participant P: "Ik was het eens met de zin 'onze vrijheid begint immer bij die van een ander', maar het werk dat ze zo hier in tekst even naar voren doen brengen is niet alleen praten. 'Meer nodig dan praten' en om dan in actie te komen (...) je leven zou willen riskeren (...)"*

*Interviewer: "Uuhm ben je hierop tegen, als je zoiets leest...?"*

*Participant P: "Ja dit gaf mij wel een beetje zo van ho ho!!"*

Participanten die het idee krijgen dat de tekst een bepaalde ideologie of moraal in zet specifiek om ze te beïnvloeden of om een doel te bereiken, zijn meer op hun hoede en beoordelen die tekstdelen als negatief. Wanneer deze invloed de participanten opvalt heeft dat een sterke negatieve invloed op de beoordeling van de tekst. Kortom: wanneer participanten de tekst als propaganda of een oproep tot actie herkennen, dan vermindert hun waardering van de tekst. Leeftijd en wereldbeeld lijken hier een invloed op te hebben.

*Participant N: "Nou het zet me wel aan tot verder lezen maar ik vraag me wel direct af, waar gaat dit heen?"*

*(...)*

*Interviewer: "Akkoord, wat bedoel je?"*

*Participant N: "Ja ik ben op mijn hoede want dit is typisch zo'n begin van een morele oproep."*

*Participant M: "De tweede zin in die alinea vond ik weer heel nationalistisch."*

*(...)*

*Participant M: "Vind ik ook weer een beetje eng en sturend. En ze lijken je weer te beroepen op je loyaliteit naar je land toe als ware het een vereist voor elk persoon. Ja en dan komt daarna weer dat accepteren van die loyaliteit, heel erg benoemen dat men loyaal moet zijn en de voordelen daarvan. Vond ik heel sturend."*

*Participant M: "Niet echt. Ik vond de derde alinea erg zwak, dus daar heb ik een dubbele min bij gezet. Omdat het wel heel erg als propaganda.... de eigen mening als waarheid verkondigt en dat hier naar voren komt."*

*Participant H: "Eh, ziet eruit als propaganda van een, van een vrij totalitaire staat (...)"*

*Interviewer: "Welke van de twee teksten spreekt je meer aan?"*

*Participant H: "De vorige."*

Echter, opvallend is dat bepaalde participanten aangeven een overtuigende werking van de tekst te herkennen maar deze tekst niet als propaganda omschrijven noch negatief beoordelen. Al die participanten zijn tweeëntwintig jaar of jonger en geven aan het ergens eens te zijn met de boodschap of ideologie van de tekst. Dit kwam vaker voor bij Defensie-teksten. Het volgende fragment geeft een voorbeeld:

*Interviewer: Okay, wat denk je dat het doel van deze tekst is?*

*Participant G: Ehm, niet propaganda maar duidelijk maken aan mensen dat het nodig is om militairen te hebben, of het leger te hebben.*

*(...)*

*Interviewer: Bij tekst 1 (Defensie-tekst) zei je dat het geen propaganda was, hoe bedoel je dat?*

*Participant G: Naja, het lijkt, het is niet per se propaganda maar het is een beetje die richting van de goeie dingen van iets laten zien, aan de bevolking, overtuigen.*

*Interviewer: Wanneer zou je het wel propaganda vinden?*

*Participant G: Als de dingen die gezegd worden iets, ehm, niet per se heftiger maar meer aangedikt zouden zijn, ik vond het nu nog redelijk te doen van hoe goed ze dit proberen te laten zien.*

Het merendeel van de participanten waardeert in de teksten herkenbare ideologische boodschappen en referenties aan verbinding of competentie, en geeft aan daarom een tekstdeel te waarderen. Vaak stopt deze waardering en slaat in negatieve associaties en argwaan om, wanneer die boodschap om geweld, actie of zelfopoffering vraagt of dat insinueert. Dit is niet het geval voor alle participanten, een participant valt op vanwege zijn opmerkingen over de IS-tekst die sterk inspeelt op de QFS. Deze participant ('J') waardeert de tekst, geeft aan zich te kunnen vinden in de boodschap ervan en heeft geen negatieve associaties bij de verwijzingen naar geweld.

*Participant J: "Ja dat kan ik zeker 'Er wordt een boodschap verkondigd die de hele wereld moet horen om te begrijpen wat ware tegenslag en strijd inhoudt'. (...) En ik heb daar wel een plusje erbij gezet want 'de BROEDERS zullen het ideaal van nationalisme en democratie vertragen en de ware kwade aard van beide aan het licht brengen.' Vond ik gewoon een mooie zin, vond ik gewoon lekker lopen. Beetje poëtisch; vond ik we tof!" (...)*

*Interviewer: "Is het een correct, moreel? Kan je iets zeggen over waar je denkt dat de scheidslijn voor hen ligt?"*

*Participant J: "Ik heb het idee dat zij streven voor gelijkheid tussen iedereen, rijk en arm, waar je ook woont, blank of gekleurd, het maakt allemaal niet uit. DAT vind ik wel mooi."*

*Interviewer: "En dat ideaal, zou jij kunnen volgen?"*

*Participant J: "Ja dat zou ik wel kunnen"*

*Interviewer: "Vind je dat ook bewonderingswaardig?"*

*Participant J: "Het zal vast ook nadelen hebben maar ja."*

*Interviewer: "Voel je je opgeroepen om deel te willen uitmaken van wat deze tekst schetst?"*

*(...)*

*Participant J: "Ja als ze naar mij toe zouden komen dan zou ik best wel willen kletsen of erover praten maar ik ga niet uit mezelf naar hun bijeenkomst."*

### 3.3 Psychologische basisbehoeftes

Tekstdelen die refereren naar de psychologisch basisbehoeftes worden door alle participanten als positief ervaren. Met name het thema verbinding wordt vaak herkend en sterk gewaardeerd. In praktisch elke context krijgt een verwijzing naar het behoren tot een groep een positieve aantekening. Echter, deze positieve associatie blijkt niet altijd bepalend te zijn voor de uiteindelijke beoordeling van de tekst of organisatie. Het thema competentie wordt minder vaak herkend, maar wel gewaardeerd.

*Participant A: "Ja, zeker, het gaat over een stukje "Het is een land die de harten van alle nationaliteiten samen heeft gebracht en ons zo allen tot broeders heeft gesmeed" plusje bijgezet, omdat ik dat een mooie ideologie vond, althans het betekent voor mij saamhorigheid, ja en dat bracht bij mij wel een positief gevoel op."*

*Participant M: "Ja, ik heb, even kijken. Ik heb aan het eind van de eerste alinea bij 'dat is onze missie' heb ik in ieder geval ene plusjes neergezet. Ik vind dat wel een sterke term waar een soort van samenwerking uit, uitstraalt. Waar ik dus wel het idee heb dat je zelf iets zou kunnen bijdragen. Dus dat is waarom ik daar een plusje heb gezet."*

*Participant N: "Nou volgende (alinea) ook weer een plusje, omdat ze weer erkennen 'we kunnen het niet alleen', 'schouder aan schouder', 'bondgenoten, helpen elkaar', 'SAMEN', 'VERBONDEN'."*

*Interviewer: "Waarom vind je dat (tekstdeel) positief?"*

*Participant L: "Omdat dat weer uuh naja broeder die schouder aan schouder staan om elkaar te beschermen dat is een vorm van liefde in wezen (...) Ik denk het doel van het leven, voor mij dan, juist dat je elkaar... van elkaar houdt en dat je juist elkaar nou ja wil beschermen denk ik."*

Een andere participant ('N') valt op vanwege zijn waardering voor verwijzingen naar de psychologische basisbehoefte van verbinding. In tegenstelling tot de meeste participanten lijken deze verwijzingen bij hem wel een compenserende werking te hebben. De participant geeft in het begin van het interview aan de boodschap van de tekst niet te waarderen vanwege het gebruik van een bepaald moraal. Wanneer de tekst verwijst naar verbinding en samenwerken, lijkt de participant zijn mening te herzien en beoordeelt de tekst uiteindelijk relatief positief.

*Participant N: "Goedemiddag. Dat kan ik zeker, eigenlijk de eerste alinea een minnetje. Ik vind eigenlijk dat er heel onheilspellend wordt gedaan, bijna een soort van 'clickbait'." (...)*

*Participant N: "Nou bij mij is dan direct de geloofwaardigheid van het artikel dat omlaaggaat."*

*(...)*

*Participant N: "Tweede minnetje is bij de tweede alinea (...) Wordt er ook weer zo, ja moreel gepraat" (...)*

*Interviewer: "Maar doet dit af aan de overtuiging? De betekenis?"*

*Participant N: "Dit doet af voor mij de geloofwaardigheid (...) want ja het is ook weer zo. Zo moralistisch en onheilspellend..."*

*(...)*

*Participant N: "Dan een plus, nou gewoon omdat ik dit een leuk stukje vond 'Dit is onze basis ons land en dat zullen we altijd verdedigen' en vooral het stukje 'het is goed voor ons land als andere landen stabiel zijn', dan komt mijn linkse liberale hart een beetje naar boven."*

*Interviewer: "Dus, de thematiek van deze alinea spreekt je aan?"*

*Participant N: "Ja de thematiek spreekt me heel erg aan! Ook de laatste zin 'onze vrijheid begint immers bij die van een ander'."*

*Interviewer: "Dus....?"*

*Participant N: "Ja vind ik... Die gevoelens van samenhang en niet meer zo van kijk ons tof zijn. Hier gaat het al meer over andere helpen."*

*(...)*

*Interviewer: "En zou dat reden kunnen zijn om deel te willen uitmaken van die groep?"*

*Participant N: "Ja"*

*Interviewer: "Kort samengevat, dit is een aantrekkelijke tekst vanwege de beoogde morele waarde die het aanbiedt?"*

*Participant N: "Ja"*

*(...)*

*Participant N: "Nou volgende (alinea) ook weer een plusje, omdat ze weer erkennen 'we kunnen het niet alleen', 'schouder aan schouder', 'bondgenoten, helpen elkaar', 'SAMEN', 'VERBONDEN'."*

*(...)*

*Participant N: "Voor mij persoonlijk wel, ja ik krijg hier wel een gevoel van ...'nou lets go!'"*

## 4. Analyse

Uit de analyse van de verzamelde resultaten komen een aantal bevindingen naar voren. Defensie-teksten worden over het algemeen vaker en meer gewaardeerd dan IS-teksten. Het verwijzen naar een ideologie lijkt gewaardeerd te worden wanneer die boodschap aansluit bij de mening van de participanten en wanneer die participanten de tekst niet als propaganda herkennen. De Defensie-tekst waarin de ideologie en acties daaromtrent sterk aanwezig zijn, wordt in verhouding meer gewaardeerd dan de IS-tekst met soortgelijke ideologische referenties.

Dit verschil in waardering heeft er mogelijk mee te maken dat de boodschap in de Defensie-ideologie beter aansluit bij de onderzochte doelgroep, dan de boodschap van de IS-ideologie. De participanten lijken zichzelf meer in de ideologie van Defensie te herkennen, waardoor ze de verwijzingen naar deze ideologie meer waarderen en de boodschap sneller aannemen. Om die reden valt het gebruik van een ideologie in de Defensie-tekst minder op dan in de IS-tekst. Hierdoor lijkt het dat de participanten zich minder bewust zijn dat ze een propaganda of wervingstekst lezen. De vergelijkbare IS-tekstdelen vallen door de afwijkende ideologie waarschijnlijk eerder op, waardoor de tekst eerder als propaganda herkend wordt en daardoor negatief wordt beoordeeld.

Tekstdelen met betrekking tot acties gericht op het nastreven van een ideologie worden voornamelijk negatief beoordeeld. Vanwege de militaristische aard van beide organisaties verwijzen die tekstdelen vaak (indirect) naar conflict, opoffering of het gebruik van geweld. Hoewel de wijze van opoffering en het gebruik van geweld tussen de organisaties enorm verschilt, zijn de verwijzingen hiernaar in beide teksten dusdanig impliciet dat ze vergeleken kunnen worden. Zelfs wanneer participanten aangeven de ideologie te waarderen, trekt het merendeel hiervan de lijn wanneer geïnsinueerd wordt over te gaan op (gewelddadige) actie. Dit staat daarmee in lijn met de *QFS*-theorie (Kruglanski & Fishman, 2009; Kruglanski et al., 2014). Die stelt dat, pas wanneer er sprake is van het verlies van persoonlijke significantie, mensen zich gemotiveerd voelen om zichzelf weg te cijferen of op te offeren uit naam van een hoger doel.

De doelgroep in dit onderzoek bestaat uit (jong)volwassen mannen met een opleiding of baan, en staat relatief ver af van de sociaal en psychisch kwetsbare doelgroep (Versteegt et al., 2018) bij wie *QFS* daadwerkelijk is geactiveerd. Daarom neem ik aan dat de huidige doelgroep geen gevoel van een compleet gebrek aan persoonlijke significantie ervaart en dat *QFS* niet is geactiveerd. De bevinding dat de participanten de referenties aan geweld en opoffering overwegend negatieve beoordelen staat dan ook in lijn met de *QFS*-theorie.

Uit de gegevens komt naar voren dat uitsluitend jongere participanten een IS-tekst meer waarderen dan een Defensie-tekst. In vergelijking met participanten die ouder dan tweeëntwintig zijn, blijkt dat

de jongere participanten de relevante teksten minder vaak als propaganda herkennen. In die gevallen blijken de jongere participanten de tekstdelen die verwijzen naar ideologie te waarderen. Participant 'J' valt hier in het bijzonder op. Hij laat geen weerstand of een vermindering in waardering blijken bij referenties aan geweld of opoffering. Deze verwijzingen lijken hem nauwelijks op te vallen, hij geeft voornamelijk aan dat hij de ideologische boodschap waardeert en bevestigt deze. Daarmee vertoont hij een schijnbaar gebrek in weerstand, en lijkt ontvankelijk voor de boodschap en mogelijke invloed van de IS-tekst. De reden waarom jongere participanten de teksten minder vaak als propaganda herkennen en de verwijzingen naar ideologie vaker waarderen, blijft nog onbekend. Deze waardering zou deels verklaard kunnen worden doordat jongvolwassenen over het algemeen nog vorm en inhoud aan hun leven geven, en daardoor wellicht positiever reageren op de zingevingselementen in wervingsteksten.

Alle participanten waarderen de tekstdelen met verwijzingen naar de basisbehoeftes verbinding en competentie. Deze bevinding staat in lijn met de *SDT* (Deci & Ryan, 2008) die stelt dat de psychologische basisbehoeftes essentieel en universeel zijn in het ervaren van geluk en significantie in het leven. Deze theorie zou een verklaring kunnen bieden voor de positieve associaties en gevoelens die participanten omschrijven wanneer een tekstdeel naar verbinding of competentie verwijst. De referenties aan verbinding worden vaker en meer gewaardeerd dan de verwijzingen naar competentie. Hoewel deze referenties gewaardeerd worden, blijken ze niet doorslaggevend in het oordeel van de meeste participanten over de tekst. De negatieve associaties met propaganda, geweld en opoffering lijken zwaarder mee te tellen en dit positieve effect in de weg te staan.

In dit opzicht valt één participant op. Participant 'N' geeft in eerste instantie aan dat hij argwanend is en de Defensie-tekst niet geloofwaardig vindt. Door de 'moralistische boodschap' is hij zich ervan bewust dat dit een wervingstekst is en hierdoor waardeert hij de tekst minder. Echter, wanneer hij de tekstdelen bespreekt die verwijzen naar verbinding, draait zijn mening om. Hij geeft aan dat hij het thema van verbinding waardeert, en dat de verwijzingen naar verbinding een sterke positieve invloed hebben op zijn waardering van de tekst. Achteraf blijkt dat deze participant op jonge leeftijd zijn vader heeft verloren. Deze bevindingen zijn deels in lijn met de *SDT*, die stelt dat iemand persoonlijke significantie of geluk kan ervaren door het vervullen van de basisbehoefte naar verbinding. Deze bevindingen zijn daarnaast deels in lijn met de *QFS*-theorie, waarin een traumatische ervaring, zoals het verliezen van een vader, tot een verlies van persoonlijke significantie kan leiden. Het blijft onduidelijk waarom uitsluitend participant 'N' in vergelijking met de andere participanten meer waardering toont voor tekstdelen die inspelen op de basisbehoefte verbinding en zich hierdoor ook sterker laat beïnvloeden.

## 5. Conclusie

In dit onderzoek is het inspelen op *QFS* en de psychologische basisbehoeftes, als wervingsstrategie, in een bredere context geplaatst. Hierbij is gekeken naar de waardering van jongvolwassenen ten opzichte van IS- en Defensie-wervingsteksten, die in verschillende mate verwijzen naar een ideologie en de psychologische basisbehoeftes.

Uit het onderzoek komt naar voren dat de participanten wervingsteksten die inspelen op *QFS* en de psychologische basisbehoeftes verschillend beoordelen. Wanneer participanten een verwijzing naar ideologie in een wervingstekst herkennen heeft dat een positief effect op de waardering van die tekst, maar uitsluitend wanneer ze het met de ideologie eens zijn en ze de tekst niet als propaganda/werving ervaren. Deze twee factoren blijken doorslaggevend in de uiteindelijke waardering van een tekst, hierdoor werden IS-teksten overwegend negatief beoordeeld en Defensie-teksten positief. Daarnaast worden de referenties aan de (gewelddadige) acties gericht op het behalen van een ideologie negatief beoordeeld, ongeacht of de ideologie bij de participant aansluit. Tot slot blijkt dat tekstdelen die verwijzen naar de basisbehoeftes verbinding en competentie door alle participanten gewaardeerd worden, maar geen doorslaggevend effect hebben op de waardering van wervingsteksten.

Kortom: wanneer wervingsteksten verwijzen naar *QFS* en de psychologische basisbehoeftes heeft dat ook bij een bredere doelgroep een positief effect op de waardering van die tekst. Mits de ideologie aansluit bij de participant en de tekst niet als propaganda wordt ervaren. Hieruit blijkt een reëel gevaar van dergelijke wervingsteksten voor mensen bij wie *QFS* wel is geactiveerd.

## 6. Discussie

De propaganda van terreurorganisaties lijkt veel meer invloed te hebben op mensen met een persoonlijke zoektocht naar significantie (Kruglanski et al., 2009). Jongvolwassenen die zich bij een terroristische organisatie aansluiten, lijken niet gemotiveerd te worden door agressie maar door een gebrek aan gevoelens van autonomie, competentie en in het bijzonder verbinding (Versteegt et al., 2018). Gevoelens van autonomie, competentie en verbinding vormen de psychologische basisbehoeftes van elk persoon (Deci & Ryan., 2008).

Wanneer deze behoeftes niet worden vervuld, in combinatie met traumatische ervaringen in de jeugd, kunnen gevoelens van extreme minderwaardigheid ontstaan en zodoende *QFS* activeren. Mensen bij wie deze zoektocht is geactiveerd, gaan dwangmatig op zoek naar hetgeen dat significantie of betekenis in het leven kan bieden (Kruglanski et al., 2014). Deze significantie of betekenis kan ervaren worden wanneer men zichzelf wegcijfert voor een hoger maatschappelijk doel. Daarnaast lijkt er een relatie te bestaan tussen het ontbreken van gevoelens van significantie en de bereidheid tot zelfopoffering. IS propaganda maakt hier misbruik van en speelt in op deze gevoelens door een beeld te schetsen waarin leden juist die basisbehoeftes kunnen ervaren door zichzelf bij IS aan te sluiten.

De gegevens uit het onderzoek staan in lijn met *QFS*-theorie en de *SDT*. Dit blijkt uit twee bevindingen. Ten eerste, alle participanten waarden de verwijzingen naar de basisbehoeftes, dit bevestigt het idee van *SDT*. Ten tweede, nagenoeg alle participanten geven aan verwijzingen naar opoffering of het gebruik van geweld negatief te beoordelen, ook al kunnen ze zich wel vinden in de ideologie. Dit ligt in de lijn der verwachting, gezien de *QFS* niet geactiveerd is bij deze doelgroep.

Daarnaast werd de *QFS* en *SDT* mogelijk extra bevestigd door één participant bij wie het inspelen op de basisbehoefte 'verbinding' meer invloed heeft dan bij de overige participanten. Deze participant valt op en toont een hogere waardering voor de verwijzingen naar verbinding. De participant was op de hoogte van de aard van de tekst, toch hadden de verwijzingen naar de basisbehoefte 'verbinding' veel invloed op hem. Na het onderzoek kwam naar voren dat de participant in zijn jeugd zijn vader heeft verloren. Hoewel ik moeilijk een uitspraak kan doen over de mogelijke invloed van zijn verlies, zou deze bevinding theoretisch gezien in lijn staan met *QFS*. Aangezien het verliezen van een naaste beschouwd wordt als één van de mogelijke oorzaken van het verliezen van een gevoel van persoonlijke significantie. Daarop aansluitend komt uit de *SDT* naar voren dat het vervullen van de behoefte naar verbinding onder andere een gevoel van significantie tot gevolg kan hebben. De persoonlijke achtergrond van een participant, met name traumatische ervaringen, lijken een rol te spelen in de waardering en ontvankelijkheid voor wervingsteksten. Mogelijk vervolgonderzoek zou



zich hierop kunnen richten door bij de participanten meer informatie over hun persoonlijke achtergrond te verzamelen.

Participant “J” valt op, het fragment in de analyse laat zien dat participant “J” gecharmeerd is door de IS-ideologie en bereid is om hierover in gesprek te gaan. De motivatie om zich verder te laten ‘informereren’ zou participant “J” in contact kunnen brengen met een ronselaar. Door dit contact zou participant “J” zichzelf in een zeer kwetsbare positie stellen. Vanzelfsprekend is dat in dergelijke gesprekken de invloed van ronselaars groter is, hierdoor wordt het verder beïnvloeden van iemand zijn mening gemakkelijker. Dit geeft de effectiviteit en het gevaar van deze propaganda aan; een bepaald ideaal spreekt de participant dusdanig aan dat hij zich openstelt voor verdere beïnvloeding. Zoals participant “J” lijken meerdere jongere participanten meer ontvankelijk voor de invloed van wervingsteksten.

Leeftijd lijkt een remmende werking te hebben op de invloed van de wervingsteksten. Hoe ouder de participant, des te kleiner lijkt de waardering en ook de invloed van wervingsteksten. Onduidelijk blijft in hoeverre dit effect uitsluitend toe te wijzen is aan de leeftijd van participanten of aan bepaalde eigenschappen die in dit onderzoek gepaard gingen met leeftijd -opleiding en occupatie-. Het is namelijk mogelijk dat een baan of een genoten opleiding invloed hebben op de ervaren basisbehoeftes, en daarmee de aantrekkingskracht van wervingsteksten tegengaan. Om meer inzicht te krijgen in de mogelijk remmende werking van demografische kenmerken is meer onderzoek nodig. Mogelijk vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op participanten die jonger zijn dan drieëntwintig jaar en onderling verschillen in het volgen van een opleiding of het hebben van een baan.

Negen participanten in dit onderzoek beoordelen tekstdelen negatief omdat ze de betekenis of bedoeling hiervan onduidelijk vinden. Ze geven aan dit te wijten aan een gebrek aan context. Daarnaast heeft de keuze om de originele wervingsteksten aan te passen ook een mogelijk negatief effect op de begrijpbaarheid. Deze onduidelijkheid heeft als gevolg dat de waardering van de teksten afneemt. Om dit tegen te gaan stel ik voor om in vervolgonderzoek het materiaal beter voor te bereiden, door de teksten van een inleiding te voorzien, en het herschrijven van de wervingsteksten te doen aan de hand van een gestructureerde aanpak.

## Literatuurlijst

- AIVD. (2020, April 1). *Uitreizigers en terugkeerders*. Retrieved April 11, 2020, from <https://www.aivd.nl/onderwerpen/terrorisme/dreiging/uitreizigers-en-terugkeerders>
- Defensie. (2019). 8 Goede Redenen: Daarom Werken bij Defensie. Geraadpleegd van <https://werkenbijdefensie.nl/waarom-werken-bij-defensie>
- De Jong, M., & Schellens, P. (2000). Toward a document evaluation methodology: what does research tell us about the validity and reliability of evaluation methods? *IEEE Transactions on Professional Communication*, 43(3), 242-260. doi:10.1109/47.867941
- Dugas, M., Bélanger, J. J., Moyano, M., Schumpe, B. M., Kruglanski, A. W., Gelfand, M. J., ... Nociti, N. (2016). The quest for significance motivates self-sacrifice. *Motivation Science*, 2(1), 15-32. doi:10.1037/mot0000030
- Farwell, J. P. (2014). The media strategy of ISIS. *Survival*, 56(6), 49-55. doi:10.1080/00396338.2014.985436
- Gartenstein-Ross, D., Barr, N., & Moreng, B. (2016). The Islamic State's global propaganda strategy. *Terrorism and Counter-Terrorism Studies*, 1(1), 4-10. doi:10.19165/2016.1.01
- Holt, T. J., Freilich, J. D., & Chermak, S. M. (2016). Internet-based radicalization as enculturation to violent deviant subcultures. *Deviant Behavior*, 38(8), 855-869. doi:10.1080/01639625.2016.1197704
- Ingram, H. J. (2016a). An analysis of Inspire and Dabiq: Lessons from AQAP and Islamic State's propaganda war. *Studies in Conflict & Terrorism*, 40(5), 357-375. doi:10.1080/1057610x.2016.1212551
- Ingram, H. J. (2016b). An analysis of Islamic State's Dabiq magazine. *Australian Journal of Political Science*, 51(3), 458-477. doi:10.1080/10361146.2016.1174188

Islamic State. (2014). Introduction. *Dabiq Magazine*, (1), 4. Geraadpleegd van

<https://clarionproject.org/docs/isis-isil-islamic-state-magazine-Issue-1-the-return-of-khilafah.pdf>

Islamic State. (2014). Khilafah Declared. *Dabiq Magazine*, (1), 6–9. Geraadpleegd van

<https://clarionproject.org/docs/isis-isil-islamic-state-magazine-Issue-1-the-return-of-khilafah.pdf>

Islamic State. (2014). The world has divided into two camps. *Dabiq Magazine*, (1), 10–13.

Geraadpleegd van <https://clarionproject.org/docs/isis-isil-islamic-state-magazine-Issue-1-the-return-of-khilafah.pdf>

Islamic State. (2015). Foreword. *Dabiq Magazine*, (12), 3. Geraadpleegd van

<http://clarionproject.org/wp-content/uploads/islamic-state-isis-isil-dabiq-magazine-issue-12-just-terror.pdf>

Islamic State. (2015). Advice to the Mujahidin: listen and obey. *Dabiq Magazine*, (12), 9.

Geraadpleegd van <http://clarionproject.org/wp-content/uploads/islamic-state-isis-isil-dabiq-magazine-issue-12-just-terror.pdf>

Koninklijke Luchtmacht (2009). Video: de luchtmacht: een team een taak. Geraadpleegd van

<https://sanaccent.nl/case/de-luchtmacht-een-team-een-taak/>

Kruglanski, A. W., Chen, X., Dechesne, M., Fishman, S., & Orehek, E. (2009). Fully committed: Suicide

bombers' motivation and the quest for personal significance. *Political Psychology*, 30(3), 331-357. doi:10.1111/j.1467-9221.2009.00698.x

Kruglanski, A. W., & Fishman, S. (2009). Psychological factors in terrorism and counterterrorism:

Individual, group, and organizational levels of analysis. *Social Issues and Policy Review*, 3(1), 1-44. doi:10.1111/j.1751-2409.2009.01009.x

- Kruglanski, A. W., Gelfand, M. J., Bélanger, J. J., Sheveland, A., Hetiarachchi, M., & Gunaratna, R. (2014). The psychology of radicalization and deradicalization: How significance quest impacts violent extremism. *Political Psychology, 35*(1), 69-93. doi:10.1111/pops.12163
- Martin, G. (2013). Chapter 1. Terrorism: First impressions. In *Understanding terrorism: Challenges, perspectives, and issues* (4th ed., pp. 8-28). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- McCauley, C., & Moskalenko, S. (2008). Mechanisms of political radicalization: Pathways toward terrorism. *Terrorism and Political Violence, 20*(3), 415-433. doi:10.1080/09546550802073367
- Ministerie van Defensie (2013). Video: Ontdek defensie in 1 minuut. Geraadpleegd van [https://werkenbijdefensie.nl/?gclid=CjwKCAjw57b3BRBIEiwA1lmytkSG5DaX4847bG6nKgV1mfCfx6clmQFdlj6LJzuFxAHo5APJfRZ1HhoCiKYQAvD\\_BwE](https://werkenbijdefensie.nl/?gclid=CjwKCAjw57b3BRBIEiwA1lmytkSG5DaX4847bG6nKgV1mfCfx6clmQFdlj6LJzuFxAHo5APJfRZ1HhoCiKYQAvD_BwE)
- NOS. (2013, May 25). *Syriëganger wil weer normaal Leven*. NOS.nl - Nieuws, Sport en Evenementen | Nederlandse Omroep Stichting. Retrieved April 11, 2020, from <https://nos.nl/artikel/510816-syrieganger-wil-weer-normaal-leven.html>
- Kouwenhoven, A. (2013, March 30). *Het verdrietige jongetje werd een jihadstrijder*. NRC. Retrieved April 11, 2020, from <https://www.nrc.nl/nieuws/2013/03/30/het-verdrietige-jongetje-werd-een-jihadstrijder-1230218-a849406>
- Payne, K. (2009). Winning the battle of ideas: Propaganda, ideology, and terror. *Studies in Conflict & Terrorism, 32*(2), 109-128. doi:10.1080/10576100802627738
- Wat Doet Defensie? (z.d.). Geraadpleegd van <https://www.defensie.nl/onderwerpen/overdefensie/het-verhaal-van-defensie/wat-doet-defensie>
- Wagemakers, J. (2017). De radicalisering van moslims: de rol van religieuze ideologie. *Justitiële verkenningen, 43*(3), 56-67. <https://doi.org/10.5553/jv/016758502017043003005>
- Weenink, A. (2019). *De syriëgangers*. Retrieved from Korps Nationale Politie, Landelijke Eenheid, Dienst Landelijke Informatieorganisatie, Analyse & Onderzoek—Team CTER. website:

<https://www.politie.nl/binaries/content/assets/politie/algemeen/publicaties-archief/publicaties-2018/politie-2019-rapport-de-syriegangers.pdf>

Versteegt, I., Ljujic, V., El Bouk, F., Weerman, F., & van Maanen, F. (2018). *Terrorism, adversity and identity*. Amsterdam: NSCR in samenwerking met VU University

## Bijlages

### Bijlage 1: Informed consent brief

Beste deelnemer,

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in het kader van onze bachelorscriptie Communicatie- en Informatiewetenschappen aan de Universiteit Utrecht. Deze brief fungeert als toestemmingsverklaring. We adviseren u daarom om deze informatiebrief goed door te nemen.

Bij dit onderzoek heeft u de garantie dat:

Deelname aan dit onderzoek is **geheel vrijwillig**. U kunt zonder opgave van redenen ten alle tijde uw deelname aan het onderzoek beëindigen. Ook kunt u achteraf (binnen 24 uur na deelname) uw toestemming intrekken voor het gebruik van antwoorden of gegevens voor het onderzoek.

De deelname aan dit onderzoek brengt **geen noemenswaardige risico's** of ongemakken met zich mee. Er vindt geen moedwillige misleiding plaats en u wordt niet met expliciet aanstootgevend materiaal geconfronteerd.

Uw **anonimiteit is gewaarborgd** en uw antwoorden of gegevens worden onder geen enkele voorwaarde aan derden verstrekt, tenzij u hier van tevoren uitdrukkelijke toestemming hebt verleend.

Wanneer u het document ondertekent gaat u ermee akkoord dat uw resultaten en **gegevens geanonimiseerd digitaal bewaard** worden binnen de universitaire omgeving.

Wij hopen hiermee u voldoende te hebben geïnformeerd en danken u bij voorbaat hartelijk voor uw deelname aan dit onderzoek.

Met vriendelijke groet,  
Willem Hoogslag en Iris van Korlaar

Door deze brief te tekenen geeft u aan dat u de bovenstaande tekst gelezen en begrepen heeft en u hiermee akkoord gaat.

Naam:

---

Handtekening:

---

Datum:

---

## Bijlage 2: Instructie participanten

Beste respondent,

Vanuit de opleiding Communicatie- en Informatiewetenschappen aan de Universiteit van Utrecht doen wij onderzoek naar overtuigende teksten en propaganda. Eerst krijgt u vier verschillende teksten te lezen. Hierna volgt een interview over de waardering die u voor deze teksten had. Hierbij willen we benadrukken dat het om uw mening gaat. Dit betekent dat er geen foute antwoorden zijn. Het onderzoek zal ongeveer 30 minuten duren. Bedankt voor uw deelname!

### *Instructie*

Het onderzoek duurt ongeveer een half uur. U krijgt van ons een a4 met daarop verschillende teksten. Het onderzoek richt zich op uw waardering van deze teksten. We vragen u dit deel rustig te lezen en daarbij plussen en minnen in de kantlijn te zetten. Zet bij de positieve beoordelingen een plus en bij de negatieve beoordeling een min. U kunt plussen en minnen noteren bij allerlei verschillende zaken die door uw hoofd gaan, bijvoorbeeld wat spreekt u aan, wat u waardeert, wat u mist of u vindt juist dat er te veel informatie wordt geboden. Kortom: hoe beoordeelt u de tekst. U zou bijvoorbeeld de tekst kunnen beoordelen op bijvoorbeeld overtuiging, waardering en begrijpelijk.

U mag zoveel plussen en minnen noteren als u maar wilt. Wanneer u de teksten heeft gelezen en voorzien van plussen en minnen start het interview. In dit interview wordt aan u de toelichting gevraagd voor de genoteerde plussen en minnen. Het interview eindigt met een aantal vragen.

Heeft u nog vragen over de procedure?

Dan gaan we beginnen. Voor alle duidelijkheid: niet u wordt getest, maar de teksten. U kunt dus niets fout doen.

*Start...*

### Bijlage 3: Doel van het onderzoek

In dit eindwerkstuk willen wij meer inzicht verkrijgen in de waardering van het gebruik van propaganda als wervingstekst. Met name richten wij ons op teksten die inspelen op één specifiek psychologisch concept: the quest for Significance. Dit concept biedt namelijk een sterke verklaring voor de aantrekkelijkheid van terreurorganisaties die zelfopoffering stimuleren.

De quest for Significance stelt dat bij een gebrek aan intrinsieke betekenis en waarde in het leven men opzoek kan gaan naar waardering, verbinding en betekenis. Terreurorganisaties propaganderen dat deel uitmaken van een soortgelijke organisatie gevoelens van significantie, verbroedering en prestatie garandeert. Zo speelt de werving/propaganda van een terreurorganisatie - zoals IS - in op een kwetsbare en gemakkelijk te overtuigen doelgroep.

Om meer inzicht te krijgen in de waardering van het gebruik van propaganda, welke inspeelt op de zoektocht naar significantie, vergelijken wij in dit onderzoek meerdere wervingsteksten van zowel Defensie als IS.

Belangrijk om te onthouden voor na dit onderzoek, is dat alle gelezen teksten geschreven zijn met het doel u te overtuigen en uiteindelijk te rekruteren. De teksten van Defensie zijn zo gemaakt om de organisatie aantrekkelijk te maken en mensen te werven voor de verschillende functies. De teksten van IS proberen jongeren te werven welke zich aansluiten aan de organisatie en zich vervolgens inzetten voor de doelen van deze organisatie. Wij onderschrijven de inhoud van hun boodschap niet. De teksten zijn niet in overeenstemming met feiten, dus is het propaganda. Het doel van dit onderzoek is om de kracht van hun propagandateksten te meten en deze te vergelijken. Het is belangrijk om de werkelijkheid van propaganda te onderscheiden.

Wilt u meer weten of heeft u later nog vragen? Dan kunt u via de e-mail contact opnemen met: [w.t.hoogslag@students.uu.nl](mailto:w.t.hoogslag@students.uu.nl) of [i.g.r.vankorlaar@students.uu.nl](mailto:i.g.r.vankorlaar@students.uu.nl)



## Bijlage 4: Wervingsteksten conditie 1

### *IS: Conditie 1, tekst 1.*

Tot ieder die het hoort, voorspoedige tijden voor u en verwacht goed. Verhef uw hoofd hoog, want vandaag heeft u een land die uw waardigheid, macht, rechten en leiderschap zal teruggeven.

Het is een land waar blank en gekleurd, noord en zuid, oost en west, allemaal broeders zijn.

Het is een land die de harten van alle nationaliteiten samen heeft gebracht en ons zo allen tot broeders heeft gesmeed. Door die gratie zullen broeders schouder aan schouder staan om elkaar te beschermen en desnoods zichzelf op te offeren.

Hun bloed is gemengd en tot één geworden, onder één vlag en voor één doel, genieten wij van deze zegen, de zegen van broeders.

Als een koning deze zegen kon ervaren zou hij zijn rijk verlaten en vechten voor deze waarde. Alle zegen en waardering zijn gegrond.

Laat dus nu de wereld weten dat we in een nieuw tijdperk leven.

Wie er onopmerkzaam was moet nu opletten. Wie sliep moet wakker worden. Wie gechoqueerd en verbaasd was moet nu gaan inzien. De boodschap van het volk schalt ver en wijd en rust op zeer brede schouders.

Er wordt een boodschap verkondigt die de hele wereld moet horen om te begrijpen wat ware tegenslag en strijd inhoudt. De broeders zullen het ideaal van nationalisme en democratie vertrappen en de ware kwade aard van beide aan het licht brengen.

De tijd is gekomen voor zij die altijd zijn verdronken in zeeën van schande, gevoed werden door schaamte en over wie werd geheerst door de meest nare mensen. De lange sluimer in de duisternis van verwaarlozing is voorbij – de tijd is hier om op te staan.

Het is tijd om als samenleving wakker te worden en onszelf te ontdoen van alle schaamte en schande. De tijd van klagen en zeuren is voorbij. De zonsopgang van eer is opnieuw verschenen.

De zon der strijd is verschenen en zijn de goedheid schijnt. De overwinning ligt op de horizon. De tekenen van een zege zijn verschenen.

*Defensie; Conditie 1, tekst 2.*

Je carrière bij ons bestaat uit een aantal fases. In de eerste fase volg je je opleiding. Hierna begint een periode van baanzekerheid, die afhankelijk van je functie 4 tot 7 jaar duurt. Na deze fase bespreken we samen met jou of je je carrière vervolgt binnen ons bedrijf, of dat je liever verdergaat bij andere bedrijven.

Voordat je echt aan de slag gaat, volg je een opleidingstraject dat wij voor je betalen. Dit bestaat in elk geval uit de Algemene Opleiding waarin je kennis en vaardigheden opdoet, en een vaktechnische opleiding waarin je je voorbereidt op je toekomstige functie. Vanaf het moment dat je in dienst treedt ontvang je salaris, dus ook tijdens je opleiding.

Wij zijn niet zomaar een werkgever. Een baan bij ons is een investering in je toekomst. Je doet unieke werkervaring op en ontwikkel je belangrijke competenties, zoals flexibiliteit, stressbestendigheid, verantwoordelijkheid en leidinggeven. Allemaal vaardigheden die gedurende je carrière goed van pas komen, of je die nu binnen of buiten ons voortzet. Want er zijn veel werkgevers die graag een getrainde werknemer in dienst nemen.

Als je bij ons komt werken, kun je op onze kosten je rijbewijs B halen. In sommige (chauffeurs)functies kun je bij onze rijopleidingscentra zelfs aanvullende rijbewijzen halen. Denk bijvoorbeeld aan het vrachtwagenrijbewijs of een rijbewijs voor andere voertuigen. Ga je bij ons werken en heb je al je rijbewijs B? Dan vergoeden wij de kosten tot een maximum van € 2.000,- voor het volgen van een voertuigbeheersingscursus, of de theoretische en praktische vaardigheden met andere motorvoertuigen of aanhangwagens.

Omdat we een werkgever zijn die veel van mensen vraagt, bieden we een goed basissalaris. Als werknemer ontvang je daarnaast structureel een Vergoeding voor Extra Beslaglegging (VEB), een vakantie- én eindejaarsuitkering. Bovenop je basissalaris en je standaardtoelages kun je ook in aanmerking komen voor een uitzend- of oefentoeelage, onregelmatigheidstoelage en andere vakspecifieke toelages.

## Bijlage 5: Wervingsteksten conditie 2

### *Defensie: Conditie 2, tekst 1.*

Wij zijn onmisbaar in een wereld vol onrust. We beschermen wat ons dierbaar is. We strijden voor een wereld waarin mensen in vrijheid en veiligheid kunnen leven. Omdat we ervan overtuigd zijn dat ieder mens dat verdient. Dat is onze missie en daarvoor gaan we op missie.

Werken bij ons is voor velen van ons een levenskeuze omdat we iets willen betekenen voor ons land. Een keuze met impact, ook voor onze familie en vrienden. We zijn gewone mensen. Maar als het erop aankomt, riskeren we desnoods ons leven.

Dit is onze basis. Ons land zullen we altijd verdedigen. Het is goed voor ons land, als andere landen stabiel zijn. Daarom werken wij hier maar ook ver over de grens aan vrede, vrijheid en veiligheid. Onze vrijheid begint immers bij die van een ander.

De organisatie komt in actie als meer nodig is dan praten alleen. Het liefst helpen we oorlog, conflict en onrecht te voorkomen. Dat doen we als het kan geweldloos maar als het moet grijpen we in met alle kracht die nodig is. Want soms is het noodzakelijk om woorden kracht bij te zetten. Dan vechten we voor vrede en brengen rust waar onrust heerst. Waar het rustig is, beschermen we die rust. Bij rampen en nood, bieden we hulp.

We kunnen het niet alleen. We doen dat schouder aan schouder. Met bondgenoten uit binnen- en buitenland. We helpen elkaar. Samen voeren we professioneel missies uit, verbonden door dezelfde missie.

Zolang er oorlog, onrust, conflicten, piraterij en terreur in de wereld zijn, is de organisatie hard nodig. Want als wij het niet doen, wie dan wel.

*IS: Conditie 2, tekst 2.*

Dit is een oproep tot alle doctoren, ingenieurs, wetenschappers en specialisten;

We hebben een bijzondere oproep naar alle geleerden, experts in jurisprudentie, juristen, rechters, militair personeel, administratieve en service experts, medici en ingenieurs van allerlei specialisaties en velden.

Wij herinneren ieder aan de angst voor de consequenties, gezien emigratie een persoonlijke verplichting is om hulp te bieden aan hen die noodkreten uitslaan. Mensen vergeten hun religie en verlangen naar zij die hen kunnen leren en helpen om het te begrijpen.

De staat heeft veel ervaring en geschiedenis in het verbinden en verenigen van hen die binnen haar grenzen leven. Wanneer de mensen zich onder een vlag scharen zullen zij de kracht ervaren om samen het bestaansrecht van de staat vereeuwigen. In de praktijk draagt het bijwonen van forums, het luisteren naar stamleiders en het accepteren van hun loyaliteit vaak tot succesvolle resultaten.

In ruil hiervoor vraagt de staat de ondersteuning, loyaliteit, advies en aanroeping van de groeperingen. Ook wordt gevraagd of de staat kan worden ondersteund door middel van hun vermogen, hun zonen, hun mannen, de wapens, de kracht, de mening en het aansluiten bij het militair orgaan van de staat.

Tevens is er gereageerd op eventuele bedenkingen van de staat, zoals het terugtrekken uit bepaalde gebieden en de mensen alleen laten in deze oorlog. Verder werden de voordelen en services van de staat benoemt:

- De rechten en eigendommen teruggeven aan wettelijke eigenaren
- Miljoenen dollars investeren in diensten die belangrijk zijn voor de inwoners
- Een staat van veiligheid en stabiliteit onder de autoriteit van de staat
- Garanderen dat er genoeg voedingsmiddelen en voeding beschikbaar zijn op de markt
- Een betere relatie tussen de staat en haar inwoners
- Terugdringen van misdaad

## Bijlage 6: Bronteksten Defensie

Artikel van website Defensie (Defensie, 2019), Brontekst voor Defensie wervingstekst – conditie 1, tekst 2.

### **Je draagt bij aan vrede en veiligheid**

Defensie biedt je iets wat veel andere werkgevers niet kunnen: de unieke kans om bij te dragen aan vrede, vrijheid en veiligheid. In Nederland, maar ook daarbuiten. Als militair is de kans groot dat je een tijdje naar het buitenland vertrekt. Dat kan zijn voor een vredesmissie, voor humanitaire hulpverlening of voor bondgenootschappelijke verdediging. De hiervoor benodigde 'skills en drills' doe je op tijdens je opleiding, in je dagelijkse werk of op oefeningen in binnen- en buitenland.

### **Je doet een unieke levenservaring op**

Het beroep van militair is bijzonder. Tijdens uitzendingen, oefeningen en je dagelijkse werk doe je voortdurend nieuwe kennis op, leer je samenwerken onder druk en verleg je je fysieke en mentale grenzen. Ook ervaar je wat écht kameraadschap is, hoe je moet omgaan met verschillende mensen en culturen en dat vrede en veiligheid niet overal vanzelfsprekend is. Een loopbaan bij Defensie verandert je en maakt je sterker, als militair én als mens.

### **Wij betalen je opleiding**

Voordat je echt aan de slag gaat, volg je een opleidingstraject dat wij voor je betalen. Dit bestaat in elk geval uit de Algemene Militaire Opleiding waarin je militaire kennis en vaardigheden opdoet, en een vaktechnische opleiding waarin je je voorbereidt op je toekomstige functie. Vanaf het moment dat je in dienst treedt ontvang je salaris, dus ook tijdens je opleiding.

### **Je bent zeker van een baan**

Je carrière bij Defensie bestaat uit een aantal fases. In de eerste fase volg je je opleiding. Hierna begint een periode van baanzekerheid, die afhankelijk van je functie 4 tot 7 jaar duurt. Na deze fase bespreken we samen met jou of je je carrière vervolgt binnen Defensie, of dat je liever verdergaat in de burgermaatschappij.

### **Je kunt gratis je rijbewijs halen**

Als je bij Defensie komt werken, kun je op onze kosten je rijbewijs B halen. In sommige (chauffeurs)functies kun je bij onze rijopleidingscentra zelfs aanvullende rijbewijzen halen. Denk bijvoorbeeld aan het vrachtwagenrijbewijs of een rijbewijs voor pantservoertuigen. Ga je werken bij Defensie en heb je al je rijbewijs B? Dan vergoeden wij de kosten tot een maximum van € 2.000,- voor het volgen van een voertuigbeheersingscursus, of de theoretische en praktische vaardigheden met andere motorvoertuigen of aanhangwagens.

### **Het staat goed op je CV**

Defensie is niet zomaar een werkgever. Een baan bij Defensie is een investering in je toekomst. Als militair doe je unieke werkervaring op en ontwikkel je belangrijke competenties, zoals flexibiliteit, stressbestendigheid, verantwoordelijkheid en leidinggeven. Allemaal vaardigheden die gedurende je carrière goed van pas komen, of je die nu binnen of buiten Defensie voortzet. Want er zijn veel werkgevers die graag een ex-militair in dienst nemen.

### **Je krijgt goede medische zorg**

Voor een laag maandbedrag (ongeveer 70 euro netto) ben je als militair zeer uitgebreid collectief verzekerd bij Stichting Ziektekosten Verzekering Krijgsmacht (SZVK). En als het nodig is, kun je kosteloos terecht bij onze eigen artsen, tandartsen, verpleegkundigen en fysiotherapeuten.

**Je ontvangt in veel gevallen een bonus**

Omdat we een werkgever zijn die veel van mensen vraagt, bieden we een goed basissalaris. Als militair ontvang je daarnaast structureel een Vergoeding voor Extra Beslaglegging (VEB), een vakantie- én eindejaarsuitkering. Bovenop je basissalaris en je standaardtoelages kun je ook in aanmerking komen voor een uitzend- of oefentoeelage, onregelmatigheidstoelage en andere vakspecifieke toelages.

*Tekst onder een video van de website van Defensie (Wat doet Defensie?, z.d.), brontekst voor Defensie wervingstekst - conditie 2, tekst 1*

### **Wat doet Defensie?**

Wij zijn Defensie. Onmisbaar in een wereld vol onrust. We beschermen wat ons Nederlanders dierbaar is. We strijden voor een wereld waarin mensen in vrijheid en veiligheid kunnen leven. Omdat we er van overtuigd zijn dat ieder mens dat verdient. Dat is onze missie en daarvoor gaan we op missie.

Werken bij Defensie is voor velen van ons een levenskeuze omdat we iets willen betekenen voor ons land. Een keuze met impact, ook voor onze familie en vrienden. We zijn gewone mensen. Maar als het er op aankomt, riskeren we desnoods ons leven.

Nederland is onze basis. Ons land zullen we altijd verdedigen. Het is goed voor ons koninkrijk, als andere landen stabiel zijn. Daarom werken wij in Nederland maar ook ver over de grens aan vrede, vrijheid en veiligheid. Onze vrijheid begint immers bij die van een ander. De krijgsmacht komt in actie als meer nodig is dan praten alleen. Het liefst helpen we oorlog, conflict en onrecht te voorkomen. Dat doen we als het kan geweldloos maar als het moet grijpen we in met alle kracht die nodig is. Want soms is het noodzakelijk om woorden kracht bij te zetten. Dan vechten we voor vrede en brengen rust waar onrust heerst. Waar het rustig is, beschermen we die rust. Bij rampen en nood, bieden we hulp.

We kunnen het niet alleen. We doen dat schouder aan schouder. Met bondgenoten uit binnen- en buitenland. We helpen elkaar. Samen voeren we professioneel missies uit, verbonden door dezelfde missie.

Zolang er oorlog, onrust, conflicten, piraterij en terreur in de wereld zijn, is de krijgsmacht hard nodig. Want als wij het niet doen, wie dan wel.

Bijlage 7: Bronteksten IS

Tekst uit Dabiq Issue 1 (pp. 7-9), brontekst voor IS wervingstekst - Conditie een, tekst een



**On the first of Ramadan 1435H, the revival of the Khilafah was announced by the spokesman for the Islamic State, Shaykh Abu Muhammad al-'Adnani ash-Shami (hafidhahullah).**

The good news was followed by the first official speech of Amirul-Mu'minin Abu Bakr al-Husayni al-Qurashi al-Baghdadi (nasarahullah).

The announcements filled the streets of the Islamic State with faithful joy.

May Allah continue to fill the hearts of the Muslim Ummah with news of victory, thereby guiding them towards obedience of His Messenger Muhammad (sallallahu 'alayhi wa sallam) – the path to Jannah.

*Below are some of the most important excerpts from the two speeches.*

## GLAD TIDINGS FOR THE MUSLIM UMMAH

**Amirul-Mu'minin said:** "O Muslims everywhere, glad tidings to you and expect good. Raise your head high, for today – by Allah's grace – you have a state and Khilafah, which will return your dignity, might, rights, and leadership.

It is a state where the Arab and non-Arab, the white man and black man, the easterner and westerner are all brothers.

It is a Khilafah that gathered the Caucasian, Indian, Chinese, Shami, Iraqi, Yemeni, Egyptian, Maghribi (North African), American, French, German, and Australian. Allah brought their hearts together, and thus, they became brothers

by His grace, loving each other for the sake of Allah, standing in a single trench, defending and guarding each other, and sacrificing themselves for one another.

Their blood mixed and became one, under a single flag and goal, in one pavilion, enjoying this blessing, the blessing of faithful brotherhood.

If kings were to taste this blessing, they would abandon their kingdoms and fight over this grace. So all praise and thanks are due to Allah."



BREAKING NEWS



## A NEW ERA HAS ARRIVED OF MIGHT AND DIGNITY FOR THE MUSLIMS

**Amirul-Mu'minin said:** "Soon, by Allah's permission, a day will come when the Muslim will walk everywhere as a master, having honor, being revered, with his head raised high and his dignity preserved.

Anyone who dares to offend him will be disciplined, and any hand that reaches out to harm him will be cut off.

**So let the world know that we are living today in a new era.**

Whoever was heedless must now be alert. Whoever was sleeping must now awaken. Whoever was shocked and amazed must comprehend. The Muslims today have a loud, thundering statement, and possess heavy boots.

They have a statement to make that will cause the world to hear and understand the meaning of terrorism, and boots that will trample the idol of nationalism, destroy the idol of democracy, and uncover its deviant nature."



**Shaykh Abu Muhammad al-'Adnani said:**  
"The time has come for those generations that were drowning in oceans of disgrace, being nursed on the milk of humiliation, and being ruled by the vilest of all people, after their long slumber in the darkness of neglect – the time has come for them to rise.

The time has come for the Ummah of Muhammad (sallallahu 'alayhi wa sallam) to wake up from its sleep, remove the garments of

dishonor, and shake off the dust of humiliation and disgrace, for the era of lamenting and moaning has gone, and the dawn of honor has emerged anew.

The sun of jihad has risen. The glad tidings of good are shining. Triumph looms on the horizon. The signs of victory have appeared."





**DABIQ**

**A CALL TO HIJRAH**

Amirul-Mu'minin said: "Therefore, rush O Muslims to your state. Yes, it is your state. Rush, because Syria is not for the Syrians, and Iraq is not for the Iraqis.

The earth is Allah's. {Indeed, the earth belongs to Allah. He causes to inherit it whom He wills of His servants. And the [best] outcome is for the righteous} [Al-A'raf: 128].

The State is a state for all Muslims. The land is for the Muslims, all the Muslims. O Muslims everywhere, whoever is capable of performing hijrah (emigration) to the Islamic State, then let him do so, because hijrah to the land of Islam is obligatory."

**A CALL TO ALL MUSLIM DOCTORS, ENGINEERS, SCHOLARS, AND SPECIALISTS**

Amirul-Mu'minin said: "We make a special call to the scholars, fuqaha' (experts in Islamic jurisprudence), and callers, especially the judges, as well as people with military, administrative, and service expertise, and medical doctors and engineers of all different specializations and fields.

We call them and remind them to fear Allah, for their emigration is wajib 'ayni (an individual obligation), so that they can answer the dire need of the Muslims for them. People are ignorant of their religion and they thirst for those who can teach them and help them understand it.

So fear Allah, O slaves of Allah."

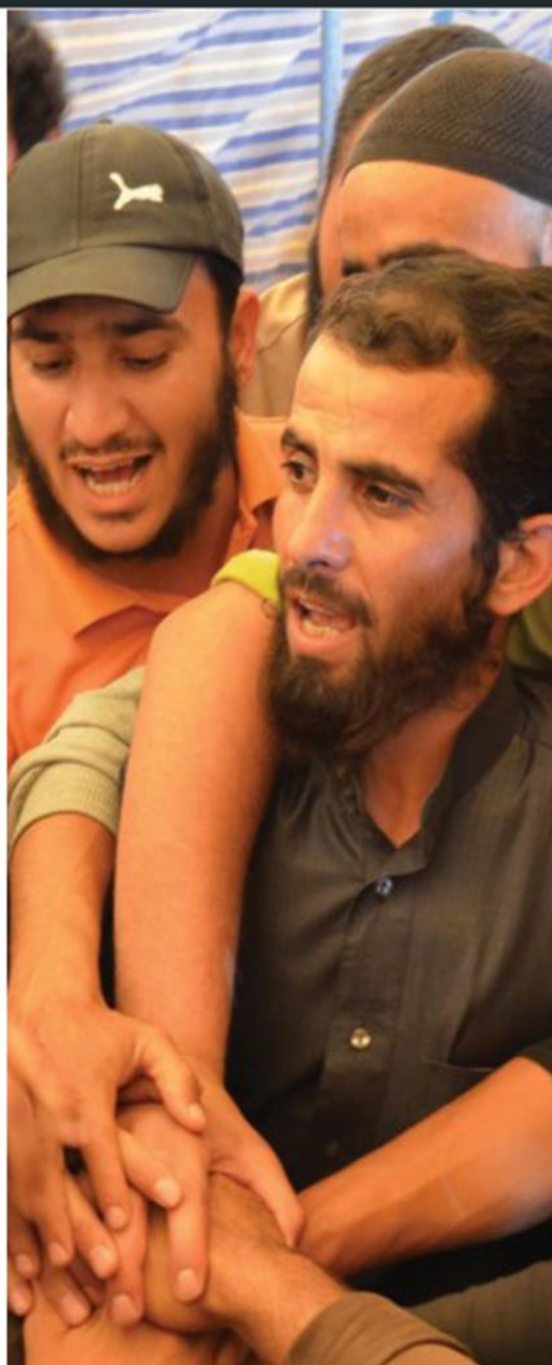
**11**

## HALAB TRIBAL ASSEMBLIES

The Islamic State has an extensive history of building relations with the tribes within its borders in an effort to strengthen the ranks of the Muslims, unite them under one imam, and work together towards the establishment of the prophetic Khilafah. Its practice of attending tribal forums, addressing the concerns of the tribal leaders and accepting their bay'ah is regularly met with success.

Last month, following instructions from the head of Public Relations in Wilayat Halab, the wilayah's head of Tribal Affairs attended a meeting with the following tribal representatives:

- **The elders and dignitaries of the tribes of Albu Khamis**
- **The elders and dignitaries of the tribes of Banu Sa'id**
- **The elders and dignitaries of the tribes of Al-'Awn**
- **The elders and dignitaries of the tribes of the area of Al-Khafsah and its surrounding regions, foremost of them being the tribes of Al-Ghanim**





The head of Tribal Affairs began the meeting with words of welcome, respect and thanks for the invitation. He then spoke about the fact that the mission of the Islamic State is neither local nor regional, but rather global. Furthermore, he called to implementing the Shari'ah, establishing the religion, promoting virtue and preventing vice.

He also spoke about the recent victories in Iraq, including the liberation of Wilayat Ninawa, the freeing of the prisoners of Ahlus-Sunnah, taking control of Mosul airport and Maliki's army bases, the demolition of the Sykes-Picot borders thus opening the way between Iraq and Sham, and much more. In this regard, he stated: "We announce a new legacy of victories, further construction of the Islamic State and expansion of its territory."

The head of Tribal Affairs also stressed that this assembly was for the purpose of meeting with the tribes, helping and communicating with them, working to fulfill their needs, and cooperating with them in piety and righteousness.

In return, the Islamic State (may Allah honor it) requested from its dignified, Arab tribes, and in particular the tribe of Banu Sa'id, their backing, support, allegiance, advice, and du'a'. It also requested that they assist the Islamic State with their wealth, their sons, their men, their weapons, their strength and their opinion, and encourage their sons and their brothers to join the military body of the Islamic State.

Likewise, he responded to some of

the doubts being circulated about the Islamic State such as withdrawing and retreating from the areas they control, abandoning them and handing them over to the regime, extremism, takfir, harshness and expulsion.

Furthermore, he listed the benefits and services provided by the Islamic State, including:

- **Returning rights and property to their rightful owners**
- **Pumping millions of dollars into services that are important to the Muslims**
- **The state of security and stability enjoyed by the areas under the Islamic State's authority**
- **Ensuring the availability of food products and commodities in the market, particularly bread**
- **The reduced crime rate**
- **The flourishing relationship between the Islamic State and its citizens**

## Bijlage 8: Markering tekstdelen

### Conditie 1, Tekst 1

Kleur	Verwijzing
Rood	Ideologie en acties gericht op die ideologie
Blauw	Basisbehoefte verbinding
Groen	Basisbehoefte competentie
Geel	Basisbehoefte autonomie

Tot ieder die het hoort, voorspoedige tijden voor u en verwacht goed. Verhef uw hoofd hoog, want vandaag heeft u een land die uw waardigheid, macht, rechten en leiderschap zal teruggeven.

Het is een land waar blank en gekleurd, noord en zuid, oost en west, allemaal broeders zijn.

Het is een land die de harten van alle nationaliteiten samen heeft gebracht en ons zo allen tot broeders heeft gesmeed. Door die gratie zullen broeders schouder aan schouder staan om elkaar te beschermen en desnoods zichzelf op te offeren.

Hun bloed is gemengd en tot één geworden, onder één vlag en voor één doel, genieten wij van deze zegen, de zegen van broeders.

Als een koning deze zegen kon ervaren zou hij zijn rijk verlaten en vechten voor deze waarde. Alle zegen en waardering zijn gegrond.

Laat dus nu de wereld weten dat we in een nieuw tijdperk leven.

Wie er onopmerkzaam was moet nu opletten. Wie sliep moet wakker worden. Wie gechoqueerd en verbaasd was moet nu gaan inzien. De boodschap van het volk schalt ver en wijd en rust op zeer brede schouders.

Er wordt een boodschap verkondigt die de hele wereld moet horen om te begrijpen wat ware tegenslag en strijd inhoudt. De broeders zullen het ideaal van nationalisme en democratie vertrapen en de ware kwade aard van beide aan het licht brengen.

De tijd is gekomen voor zij die altijd zijn verdronken in zeeën van schande, gevoed werden door schaamte en over wie werd geheerst door de meest nare mensen. De lange sluimer in de duisternis van verwaarlozing is voorbij – de tijd is hier om op te staan.

Het is tijd om als samenleving wakker te worden en onszelf te ontdoen van alle schaamte en schande. De tijd van klagen en zeuren is voorbij. De zonsopgang van eer is opnieuw verschenen.

De zon der strijd is verschenen en zijn de goedheid schijnt. De overwinning ligt op de horizon. De tekenen van een zege zijn verschenen.

*Conditie 1, tekst 2*

Je carrière bij ons bestaat uit een aantal fases. In de eerste fase volg je je opleiding. Hierna begint een periode van baanzekerheid, die afhankelijk van je functie 4 tot 7 jaar duurt. **Na deze fase bespreken we samen met jou of je je carrière vervolgt binnen ons bedrijf, of dat je liever verdergaat bij andere bedrijven.**

Voordat je echt aan de slag gaat, volg je een opleidingstraject dat wij voor je betalen. Dit bestaat in elk geval uit de Algemene Opleiding waarin je kennis en vaardigheden opdoet, en een vaktechnische opleiding waarin je je voorbereidt op je toekomstige functie. Vanaf het moment dat je in dienst treedt ontvang je salaris, dus ook tijdens je opleiding.

Wij zijn niet zomaar een werkgever. Een baan bij ons is een investering in je toekomst. Je doet unieke werkervaring op en ontwikkel je belangrijke competenties, zoals flexibiliteit, stressbestendigheid, verantwoordelijkheid en leidinggeven. Allemaal vaardigheden die gedurende je carrière goed van pas komen, **of je die nu binnen of buiten ons voortzet. Want er zijn veel werkgevers die graag een getrainde werknemer in dienst nemen.**

Als je bij ons komt werken, kun je op onze kosten je rijbewijs B halen. In sommige (chauffeurs)functies kun je bij onze rijopleidingscentra zelfs aanvullende rijbewijzen halen. Denk bijvoorbeeld aan het vrachtwagenrijbewijs of een rijbewijs voor andere voertuigen. Ga je bij ons werken en heb je al je rijbewijs B? Dan vergoeden wij de kosten tot een maximum van € 2.000,- voor het volgen van een voertuigbeheersingscursus, of de theoretische en praktische vaardigheden met andere motorvoertuigen of aanhangwagens.

Omdat we een werkgever zijn die veel van mensen vraagt, bieden we een goed basissalaris. Als werknemer ontvang je daarnaast structureel een Vergoeding voor Extra Beslaglegging (VEB), een vakantie- én eindejaarsuitkering. Bovenop je basissalaris en je standaardtoelages kun je ook in aanmerking komen voor een uitzend- of oefentoeelage, onregelmatigheidstoelage en andere vakspecifieke toelages.

*Conditie 2, tekst 1*

Wij zijn onmisbaar in een wereld vol onrust. We beschermen wat ons dierbaar is. We strijden voor een wereld waarin mensen in vrijheid en veiligheid kunnen leven. Omdat we ervan overtuigd zijn dat ieder mens dat verdient. Dat is onze missie en daarvoor gaan we op missie.

Werken bij ons is voor velen van ons een levenskeuze omdat we iets willen betekenen voor ons land. Een keuze met impact, ook voor onze familie en vrienden. We zijn gewone mensen. Maar als het erop aankomt, riskeren we desnoods ons leven.

Dit is onze basis. Ons land zullen we altijd verdedigen. Het is goed voor ons land, als andere landen stabiel zijn. Daarom werken wij hier maar ook ver over de grens aan vrede, vrijheid en veiligheid. Onze vrijheid begint immers bij die van een ander.

De organisatie komt in actie als meer nodig is dan praten alleen. Het liefst helpen we oorlog, conflict en onrecht te voorkomen. Dat doen we als het kan geweldloos maar als het moet grijpen we in met alle kracht die nodig is. Want soms is het noodzakelijk om woorden kracht bij te zetten. Dan vechten we voor vrede en brengen rust waar onrust heerst. Waar het rustig is, beschermen we die rust. Bij rampen en nood, bieden we hulp.

We kunnen het niet alleen. We doen dat schouder aan schouder. Met bondgenoten uit binnen- en buitenland. We helpen elkaar. Samen voeren we professioneel missies uit, verbonden door dezelfde missie.

Zolang er oorlog, onrust, conflicten, piraterij en terreur in de wereld zijn, is de organisatie hard nodig. Want als wij het niet doen, wie dan wel.



*Conditie 2, tekst 2*

Dit is een oproep tot alle doctoren, ingenieurs, wetenschappers en specialisten;

We hebben een bijzondere oproep naar alle geleerden, experts in jurisprudentie, juristen, rechters, militair personeel, administratieve en service experts, medici en ingenieurs van allerlei specialisaties en velden.

Wij herinneren ieder aan de angst voor de consequenties, gezien emigratie een persoonlijke verplichting is om hulp te bieden aan hen die noodkreten uitslaan. Mensen vergeten hun religie en verlangen naar zij die hen kunnen leren en helpen om het te begrijpen.

De staat heeft veel ervaring en geschiedenis in het verbinden en verenigen van hen die binnen haar grenzen leven. Wanneer de mensen zich onder een vlag scharen zullen zij de kracht ervaren om samen het bestaansrecht van de staat vereeuwigen. In de praktijk draagt het bijwonen van forums, het luisteren naar stamleiders en het accepteren van hun loyaliteit vaak tot succesvolle resultaten.

In ruil hiervoor vraagt de staat de ondersteuning, loyaliteit, advies en aanroeping van de groeperingen. Ook wordt gevraagd of de staat kan worden ondersteund door middel van hun vermogen, hun zonen, hun mannen, de wapens, de kracht, de mening en het aansluiten bij het militair orgaan van de staat.

Tevens is er gereageerd op eventuele bedenkingen van de staat, zoals het terugtrekken uit bepaalde gebieden en de mensen alleen laten in deze oorlog. Verder werden de voordelen en services van de staat benoemt:

- De rechten en eigendommen teruggeven aan wettelijke eigenaren
- Miljoenen dollars investeren in diensten die belangrijk zijn voor de inwoners
- Een staat van veiligheid en stabiliteit onder de autoriteit van de staat
- Garanderen dat er genoeg voedingsmiddelen en voeding beschikbaar zijn op de markt
- Een betere relatie tussen de staat en haar inwoners
- Terugdringen van misdaad

Bijlage 9: Tabellen

Tabel 1.1 Aantekeningen plus-minmethode conditie 1

Participant	Conditie	Soort aantekening	Aantal aantekeningen IS-tekst	Aantal aantekeningen Defensie-tekst
A	1	Positief (+)	3	5
		Negatief (-)	1	0
B	1	Positief (+)	10	7
		Negatief (-)	8	0
C	1	Positief (+)	3	5
		Negatief (-)	6	0
D	1	Positief (+)	2	1
		Negatief (-)	1	0
L	1	Positief (+)	5	16
		Negatief (-)	15	0
J	1	Positief (+)	2	2
		Negatief (-)	4	0
K	1	Positief (+)	2	7
		Negatief (-)	5	3
I	1	Positief (+)	2	3
		Negatief (-)	2	1
<b>Totaal</b>		<b>Positief (+)</b>	<b>29</b>	<b>46</b>
		<b>Negatief (-)</b>	<b>42</b>	<b>4</b>

Tabel 1.2 Aantekeningen plus-minmethode conditie 2

Participant	Conditie	Soort aantekening	Aantal aantekeningen IS-tekst	Aantal aantekeningen Defensie-tekst
E	2	Positief (+)	2	4
		Negatief (-)	2	5
F	2	Positief (+)	2	5
		Negatief (-)	1	1
G	2	Positief (+)	1	1
		Negatief (-)	3	7
H	2	Positief (+)	2	9
		Negatief (-)	4	6
O	2	Positief (+)	5	5
		Negatief (-)	3	7
N	2	Positief (+)	0	6
		Negatief (-)	7	2
P	2	Positief (+)	0	1
		Negatief (-)	3	3
M	2	Positief (+)	2	5
		Negatief (-)	10	16
<b>Totaal</b>		<b>Positief (+)</b>	<b>14</b>	<b>36</b>
		<b>Negatief (-)</b>	<b>33</b>	<b>47</b>

Tabel 2 Persoonsgegevens en beoordeling participanten conditie 1 & conditie 2

Participant	Conditie	Beoordeling Tekst 1	Beoordeling tekst 2	Leeftijd	Occupatie
"A"	1	Slechter	Beter	22	Student
"B"	1	Slechter	Beter	19	Student
"C"	1	Beter	Slechter	19	Student
"D"	1	Beter	Slechter	22	Werkende
"I"	1	Slechter	Beter	22	Student
"J"	1	Slechter	Beter	20	Student
"K"	1	Slechter	Beter	28	Werkende
"L"	1	Slechter	Beter	27	Werkende
"E"	2	Beter	Slechter	20	Student
"F"	2	Beter	Slechter	20	Student
"G"	2	Slechter	Beter	20	Student
"H"	2	Beter	Slechter	22	Student
"M"	2	Beter	Slechter	27	Afgestudeerd
"N"	2	Beter	Slechter	27	Werkende
"O"	2	Beter	Slechter	26	Werkende
"P"	2	Slechter	Beter	22	Student