

# Werken aan waardering

## Relatietherapie voor de Nederlandse samenleving en haar krijgsmacht

mevr. drs. B.J.E. Smeenk en Luitenant-kolonel M.H. Wijnen\*

*Appreciation is a wonderful thing:  
It makes what is excellent in others  
belong to us as well.*

Voltaire (1694 - 1778)

### Inleiding

De krijgsmacht en de samenleving hebben een bijzondere relatie. Van nature zijn ze van elkaar afhankelijk, maar deze afhankelijkheidsrelatie is nogal ongelijkwaardig. De samenleving lijkt een norske, ongeïnteresseerde vrouw die haar partner amper ziet staan, behalve als ze kritiek op hem kan leveren. Naast haar staat, ineengedoken, de krijgsmacht als een man met weinig zelfvertrouwen en een niet te positief zelfbeeld. Een man die in eigen ogen voortdurend het zware werk opknapt, maar nooit de erkenning krijgt van zijn partner die hij denkt te verdienen.

Een eerste analyse van deze relatie leert dat de Nederlandse samenleving niet duidelijk is over wat ze van haar partner wil en vindt. Enerzijds suggereren opiniepeilingen dat de samenleving niet veel verwacht van de krijgsmacht. Zo blijken Defensie-uitgaven de laagste prioriteit te hebben<sup>1</sup> en ziet de helft van de Nederlanders – volgens het recent verschenen SCP-rapport<sup>2</sup> – de krijgsmacht op termijn ver-

**"Defensie op zoek naar de sympathie van een onverschillige natie".** Dat was het thema van de essaywedstrijd 2004 die door de Koninklijke Vereniging van Marineofficieren (KVMO) werd uitgeschreven. Ook in de Militaire Spectator werd dit bekend gemaakt. Een kleine dertig schrijvers namen de uitdaging aan. De jury bestond uit drie leden: J. Staatsen, de burgemeester van Den Helder, J. van der Meulen, de directeur van de Stichting Maatschappij en Krijgsmacht, en dr. K. Colijn, defensie-expert en verbonden aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Aan deze wedstrijd is verbonden de Vice-Admiraal A. van der Moerprijs. De prijs werd dit jaar toegekend aan drs. B.J.E. Smeenk en luitenant-kolonel M.H. Wijnen. Hun winnende essay verschijnt te gelijktijd in het Marineblad en ons tijdschrift. Wij wensen de winnaars van harte geluk met hun prijs.

De hoofdredacteur

dwijnen. Anderzijds laat onderzoek vanaf 1989 zien dat een constante 70% van de bevolking een krijgsmacht noodzakelijk acht<sup>3,4</sup>. En ook de

tienduizenden reacties naar aanleiding van de zaak Eric O. laten zien dat de inzet van militairen in het buitenland wel degelijk leeft onder de

\* Mevr drs B.J.E. Smeenk is werkzaam als operationeel analist bij TNO/Defensie en veiligheid. Luitenant-kolonel M.H. Wijnen is werkzaam bij de Afdeling Plannen van de Defensiestaf. De auteurs hebben dit essay op persoonlijke titel geschreven.

1 Dit blijkt uit de resultaten van twee onderzoeken: TNS-NIPO onderzoek in het kader van Strategische Toekomstdiscussie van Defensie (17 juni 1999) en TNS-NIPO onderzoek over prioriteiten Nederlandse uitgaven (18 april 2000). Resultaten van beide onderzoeken zijn te vinden op [www.tns-nipo.com](http://www.tns-nipo.com).

2 In het zicht van de toekomst - Sociaal en Cultureel Rapport 2004 (25 oktober 2004) (Persbericht te vinden op [www.scp.nl/nieuws/persberichten/9037701590.html](http://www.scp.nl/nieuws/persberichten/9037701590.html)).

3 Vanaf 1989 tot 2003 varieerde het percentage van de bevolking dat de krijgsmacht nodig dan wel een noodzakelijk kwaad vindt tussen 65 en 81%. Dit blijkt uit het TNS-NIPO onderzoek in opdracht van Stichting Maatschappij en Krijgsmacht (SMK) (12 maart 2003, te vinden op [www.smk.nl/opinh1.html](http://www.smk.nl/opinh1.html)). In het TNS-NIPO onderzoek in het kader van Strategische Toekomstdiscussie van Defensie wordt zelfs een hoger percentage genoemd: 86% en 88% van de bevolking in resp maart 1999 en april 1999 vindt het noodzakelijk dat NL een krijgsmacht heeft. (17 juni 1999, te vinden op [www.tns-nipo.com](http://www.tns-nipo.com)).

4 Dat de Nederlandse samenleving de taken van de krijgsmacht het afgelopen decennium niet veel minder belangrijk is gaan vinden wordt ook bevestigd in het Dossier over Maatschappij en Defensie in het tijdschrift Civiel Militair (nr 1, van 2001) uitgegeven door de Stichting Maatschappij en Krijgsmacht (SMK). Te vinden onder [www.smk.nl/archcm1.html#dossier1](http://www.smk.nl/archcm1.html#dossier1). Met name in de paragrafen 'Taken: de prioriteiten van een krijgsmacht', 'Mandaat: met het oog op de mensenrechten' en 'Beleidsvelden: het hemd en de rok'.



**Militaire bijstand tijdens de watersnood in Noord-Nederland, oktober 1998**

(Foto Directie Voorlichting Ministerie van Defensie; collectie IMG/KL)

bevolking. De krijgsmacht daarentegen kruipt te snel in zijn schulp en lijkt van iedere mug een olifant te maken. Dat is niet verstandig, zeker met de media als derde partij die de 'relatieproblemen' graag willen uitvergrooten. Zo kopten de kranten groot dat het thuisfront massaal de terugkeer van militairen uit Irak eiste. Toen bleek dat dit in werkelijkheid was geïnitieerd en gedragen door slechts drie personen, die daarbij al snel spijt hadden van hun uitspraken, verdween dat nieuws in minder prominente regio's van de kranten.

Aangezien beide partners tot elkaar veroordeeld zijn en er kennelijk het nodige valt te verbeteren in de relatie, is het tijd voor een stuk relatietherapie. Daarbij kiezen we de krijgsmacht als partner bij ons op de sofa. We richten ons tijdens de therapeutische sessie op de mogelijkheden voor de

krijgsmacht om de relatie te verbeteren. De aanpak bestaat in de eerste plaats uit de vaststelling van de elementen die bepalen hoe de samenleving nu denkt over de krijgsmacht.

Deze elementen vormen een soort van meter die de innigheid van de relatie bepaalt, uitgedrukt in de eenheid "waardering". In het tweede deel van de therapie geven we per element aan wat de krijgsmacht zou kunnen doen om de relatie met de samenleving te verbeteren: werken aan waardering als therapie voor de relatie.

### **De elementen die leiden tot waardering**

Wat maakt dat de bevolking grote waardering en belangstelling voor een publieke instelling heeft, zoals de politie<sup>5</sup>, de brandweer, een ziekenhuis en de krijgsmacht? Voor deze instellingen zijn drie universele elementen te onderkennen – nauw gerelateerd aan de marketinginstrumenten uit de bedrijfseconomie<sup>6</sup> – die het succes van het 'product' bepalen: *behoefte*, *kosten en baten*, en *beeldvorming*. De *behoefte* bestaat uit een 'noodzaak'

5 Ook de politie heeft te maken met de problematiek van waardering door de samenleving. Zie het themanummer 'Imago van de politie' van het Tijdschrift voor de politie (Januari/Februari 2004; te vinden op [www.tijdschriftvoordepolitie.nl/register](http://www.tijdschriftvoordepolitie.nl/register)).

6 Gerelateerd aan de marketinginstrumenten uit de Bedrijfseconomie: Product (wie is de klant, wat is zijn behoefte en hoe voorziet het product daarin), Prijs, Plaats (waar is het product te koop), Promotie (reclame) en Service (oa. garantie). Meer informatie hierover in *Bedrijfseconomie. Economisch handelen in bedrijfskundig perspectief*, Blox, Van der Enden, Van der Hart, Leiden 1993, vanaf blz 222.

dan wel een bepaald 'nut' van een publieke organisatie. De *kosten en baten* geven aan wat de organisatie daadwerkelijk heeft gepresteerd in termen van positieve en negatieve effecten. De *beeldvorming* ten slotte, creëert een bepaald besef bij de bevolking van de voorgaande twee elementen.

Deze drie elementen gebruiken we in eerste instantie om de huidige relatie van de krijgsmacht met de samenleving te markeren, en daarna om de relatie te helpen verbeteren.

### **Nulmeting van de relatie tussen samenleving en krijgsmacht**

De behoefte aan een krijgsmacht in Nederland is geleidelijk getransformeerd van een noodzakelijkheid naar een nuttige bijdrage. De historische noodzaak om het eigen volk te beschermen tegen een massale aanval<sup>7</sup>, verdween toen de Sovjetdreiging wegviel. De huidige, expeditionaire militaire inzet in coalitieverband via collectieve organisaties (VN, NAVO, EU)<sup>8</sup> is veel moeilijker te relateren aan de Nederlandse veiligheid en belangen<sup>9</sup>, waarmee het verder van de Nederlandse bevolking af staat.

De baten die de krijgsmacht aan Nederland levert in termen van meer stabiliteit, kunnen worden beleefd als 'ver-van-het-eigen-bed'. Gecombineerd met de beperkte zichtbaarheid van positieve resultaten in de media<sup>10</sup>, leidt dit tot een maatschappelijke waardering die vluchtig is. Voor indirecte baten, zoals prestige in de vorm van internationale posities bij VN, NAVO en EU – die de rol van Nederland als kleinste van de grote landen onderstreept – geldt iets vergelijkbaars. De relatie tussen militaire inzet en dit prestige – als *return on investment* – is abstract, moeilijk meetbaar en niet vanzelfsprekend. Hetzelfde geldt in zekere zin voor operaties binnen de landsgrenzen. Zeker, de krijgsmacht staat bij calamiteiten binnenslands zijn mannetje en levert goede prestaties, maar de inzet is lokaal en tijdelijk, en de waardering vergankelijk.

Wél duidelijk is dat de krijgsmacht veel geld kost en dat de samenleving kan worden geconfronteerd met kosten in niet-financiële zin. Zo loopt Nederland het risico dat in plaats van internationale prestige het tegen-gestelde wordt verkregen. De casus Srebrenica is daarvan een voorbeeld. Verder hebben slachtoffers onder militairen en de lokale bevolking een behoorlijke impact.

Onmiddellijk komt de vraag centraal te staan of 'onze jongens en meisjes niet teruggehaald moeten worden'. Deze houding is wellicht ook typisch Nederlands, omdat Nederland in de contemporaine historie niet zoveel ervaring heeft met dit soort 'kosten'. Zo had onze krijgsmacht slechts een beperkte rol in de grote conflicten van de 20<sup>e</sup> eeuw.

Onze historische achtergrond beïnvloedt ook de beeldvorming. Nederland heeft als relatief klein land altijd meer belang gehad bij de handel en dus vrede, dan bij gewapende strijd, hetgeen geleid heeft tot een traditioneel beperkte affiniteit van de Neder-

lander met zijn krijgsmacht<sup>11</sup>. Daarnaast is de samenleving vervreemd geraakt van het 'product' van de krijgsmacht. Dat wil zeggen dat er anno 2004 vaak een verouderd beeld bestaat van de krijgsmacht, veelal in termen van associaties met de Koude Oorlog. De opschorting van de opkomstplicht en de inkrimping en centralisatie van de organisatie hebben de toegankelijkheid en zichtbaarheid verminderd, terwijl in het laatste decennium de krijgsmacht zich juist in allerlei opzichten heeft ontwikkeld. Ook weet men nauwelijks nog welke taken de krijgsmacht uitvoert<sup>12</sup>. Historici als Klep constateren dat selectieve verslaggeving door de pers daaraan mede debet is. 'Veteranen trekken namelijk (actief of passief) vooral de aandacht als ze na een vredesoperatie niet meer normaal kunnen functioneren in de samenleving, ziek zijn geworden of anderszins negatief beïnvloed zijn door wat ze hebben meegemaakt. Juist dit aspect wordt door de media en andere betrokkenen opgepikt.'<sup>13</sup> En verder stelt Klep dat 'de media incidentgericht zijn; journalisten pikken onmiddellijk voorvallen

7 Het ontstaan van legers wordt in het boek *Human Societies. An introduction to Macrosociology*, Lenski, Lenski, Nolan (1991) als volgt uitgelegd: 'To survive, societies must be able to defend their population and territories against a variety of threats. These includes the ravages of epidemics, natural disasters of other kinds, and, above all, threats from other societies.' (blz 63) 'As long as wars were brief [...] simple militias were adequate. But once rulers of agrarian societies became interested in empire building, a new system was necessary. [...] As early as the middle of the third millennium, would-be empire builders in Mesopotamia established small but highly trained professional armies.' (blz 163).

8 In het boek *Balans van de Macht. De kloof tussen Amerika en Europa* (2003) beschrijft Robert Kagan hoe Europa in haar Defensie beleid is beïnvloed door de Eerste en Tweede Wereld oorlog en de Koude Oorlog. Door dit verleden heeft Europa zich vrijwel volledig gericht op inzet via collectieve veiligheidsorganisaties zoals VN en NAVO.

9 E.A. Schmid beschrijft in het eerste hoofdstuk van zijn boek *Peace Operations: between war and peace* het ontstaan van vredesoperaties in 20ste eeuw. Hij definieert daarbij vredesoperaties als operaties waarbij nationale belangen afwezig zijn en toestemming van de internationale gemeenschap gegeven is om de lokale bevolking te helpen. Deze operaties, uitgevoerd in collectief verband, dienen daarmee per definitie niet rechtstreeks de Nederlandse belangen.

10 Historicus Christ Klep zei hierover tijdens zijn lezing tijdens de voorjaarsconferentie 22 april 2004 over 'Nederlandse Vredesdichters in beeld' van de vereniging Geschiedenis, Beeld en Geluid het volgende: 'Hoe succesvoller de taakinfilling van de militairen tijdens een vredesoperatie hoe minder het de aandacht trekt. Bovendien zijn taken als het bijdragen aan de wederopbouw van een land, humanitaire hulp of onderhandelen zelden echt spectaculair en dus lastig in beeld te brengen. Het zijn gestage processen, minder interessant voor de media.' De lezing 'Beeldvorming en vredesoperaties' is te vinden op [www.geschiedenisbeeldgeluid.nl](http://www.geschiedenisbeeldgeluid.nl).

11 Aldus beschrijft Paul Kennedy in zijn boek *The Rise and Fall of the Great Empires* de houding van de bevolking van de Verenigde Provinciën en de gevoerde geo-politiek ten tijde van Nederlands beperkte tijd als wereldmacht.

12 Zie ook TNS-NIPO onderzoek in het kader van Strategische Toekomstdiscussie van Defensie ([www.tns-nipo.com](http://www.tns-nipo.com), 17 juni 1999)

13 Zie lezing Christ Klep op [www.geschiedenisbeeldgeluid.nl](http://www.geschiedenisbeeldgeluid.nl).

als die rond marinier Eric O. op'. Aan de andere kant is het adagium 'goed nieuws is geen nieuws' nu eenmaal een gegeven en leert de krijgsmacht zich in de laatste jaren wat mediaomgang betreft wel steeds beter presenteren; daarover kunnen we voorzichtig positief zijn.

### **Nu gaan we er waf aan doen**

In termen van de relatie tussen krijgsmacht en samenleving heeft een aantal factoren geleid tot de situatie waarin de partner 'krijgsmacht' te weinig waardering denkt te krijgen



**Militaire bijstand tijdens de watersnood in Limburg, januari 1995**

(Foto Directie Voorlichting Ministerie van Defensie; collectie IMG/KI)

van de partner 'samenleving'. De samenleving ziet de krijgsmacht als een soms nuttige maar niet altijd noodzakelijke partner. De zichtbare baten van de relatief dure krijgsmacht zijn beperkt. Als ook het beeld dat de samenleving van de krijgsmacht heeft daarbij nogal vertekend is, is een lage waardering als resultante niet verwonderlijk. Waardering en daaraan gekoppeld attractiviteit, zijn echter cruciaal en wel om twee existentiële redenen. In de eerste plaats heeft de krijgsmacht jaarlijks enkele duizenden jonge mensen uit de samenleving nodig in de eigen organisatie. Ten tweede ligt er een relatie tussen maatschappelijke waardering en de budgetten die de volksvertegenwoordiging – als vertegenwoordigers van de samenleving – aan de krijgsmacht wil besteden; budgetten die noodzakelijk zijn om een substantiële, moderne krijgsmacht in stand te houden. Waardering in de relatie tussen de beide partners is echter geen automatisme; de krijgsmacht zal er zijn best voor moeten doen. Werken aan waardering dus. In het vervolg van dit essay reiken we concrete ideeën aan hoe de krijgsmacht dat kan doen. Immers, de vinger op de zere plek leggen is één deel van de therapie, de pijn weg nemen is waar het om draait. De suggesties groeperen we aan de hand van dezelfde drie criteria als bij de beschrijving van de huidige situatie: *behoefte aan, kosten en baten van, en beeldvorming over de krijgsmacht.*

### **Vergroting van het behoeftebesef**

De behoefte aan een krijgsmacht vergroten is geen gemakkelijke opgave. In de eerste plaats denken we aan een nadrukkelijke rol bij de uitvoering van nationale operaties. Wat dat betreft lijkt het mij mee te zitten nu er meer dan voorheen wordt gediscussieerd over de binnenlandse veiligheid en de te leveren steun door de krijgsmacht. De uitvoering van nationale operaties leidt tot een grotere zichtbaarheid en – bij correcte uitvoering van die operaties – tot een grotere noodzaakbeleving. Toon de samen-



**Ontvangst van militairen  
op de Alfat Highschool, Kabul,  
februari 2003**

(Foto 1 (GE/NL) Corps, Public Information  
Office, T. Beylemans; collectie IMG/KL)

leving maar dat ze – ook binnenslands – niet zonder krijgsmacht kan! Daarbij willen we overigens aantekenen dat de krijgsmacht bij nationale operaties wel moet streven naar toegevoegde waarde aan de reguliere hulpdiensten en deze niet moet willen vervangen.

Een tweede optie om het behoeftebesef te vergroten, is de uitvoering van operaties op kleinere schaal waarbij snel zichtbare resultaten kunnen worden behaald en waarbij niet in de schaduw van andere, grotere landen wordt geopereerd. De resultaten van zo'n operatie kunnen dan exclusief op het conto van onze krijgsmacht worden geschreven. Mocht het daarbij een bijdrage betreffen ter leniging van groot en urgent humanitair leed, is het goed te bedenken dat een aanzienlijk aantal Nederlanders dat bijzonder positief waarderen<sup>14</sup>. Hoewel de Nederlandse krijgsmacht in principe aansluiting zoekt bij operaties van een groot land, moet deze variant niet

worden uitgesloten. Laten we wel zijn, was de inzet in Eritrea niet hét bewijs van het succes van deze gedachte?

Verder zou de krijgsmacht in het streven naar een groter nutsbesef intensievere samenwerking kunnen zoeken met *Ontwikkelingssamenwerking*. Als dat Ministerie bijvoorbeeld geld zou uittrekken voor *demining*-operaties, zou zo'n operatie prima onder auspiciën van de krijgsmacht kunnen plaatsvinden. De Noorse krijgsmacht werkt via Norwegian People's Aid al jaren op die manier; een samenwerkingsconstructie waarmee de Noorse krijgsmacht binnen de samenleving veel waardering oogst.

**Kostenverlaging  
en batenvergroting**

Koopmannen zoals Nederlanders nu eenmaal zijn, is het niet vreemd te veronderstellen dat een lagere begroting en grotere waardering aan elkaar gerelateerd zijn. Dat betekent dat kostenreductie één van de operatielijnen is om te komen tot een hogere waardering. Kostenreductie kan volgen uit beproefde concepten zoals aankoop van *COTS*<sup>15</sup>-producten – en dus minder zelf ontwikkelen – of internationale samenwerkingsvormen bijvoorbeeld

op gebied van taakspecialisatie en materieelbeproeving. De krijgsmacht is deze weg reeds ingeslagen, maar zou enkele vervolgstappen kunnen zetten.

Ten tweede moet de krijgsmacht streven naar minimalisering van niet-financiële kosten. Hierbij valt te denken aan vermindering van slachtoffers aan eigen zijde en bij derden, zodat de Nederlanders niet met de negatieve effecten geconfronteerd hoeven te worden. Om deze optie verder te concretiseren, zouden de ontwikkeling van niet-letale wapensystemen en betere bescherming van militairen in een operatiegebied de speerpunten kunnen vormen voor toekomstig Defensiebeleid.

Naast kostenreductie moet de krijgsmacht de baten proberen te vergroten. De krijgsmacht zou de resultaten van het werk in de vele vredesoperaties meer en beter moeten uitdragen. Zo hoeft een *win hearts-and-minds-campaign* niet beperkt te blijven tot creëren van draagvlak bij de lokale bevolking. Win ook eens de *hearts and minds* van de Nederlandse bevolking. Start een charmeoffensief: laat militairen zien die voetballen met Irakese kinderen – en laat impliciet de veilige situatie zien die de Nederlandse krijgsmacht heeft bewerkstelligd om het voetbalspel mogelijk te maken – of toon Afghaanse vrouwen die Nederland bedanken dat ze nu wél naar school mogen. Voor dit soort berichten zal de samenleving gevoelig zijn. En als de gemiddelde Nederlander beseft dat de mensen in het operatie-

<sup>14</sup> Zie het Dossier over Maatschappij en Defensie in het tijdschrift *Civiel Militair* (nr 1, van 2001) uitgegeven door de Stichting Maatschappij en Krijgsmacht (SMK). Te vinden onder [www.smk.nl/archem1.html#dossier1](http://www.smk.nl/archem1.html#dossier1). Zie paragraaf 'Mandaat: met het oog op de mensenrechten'.

<sup>15</sup> COTS = Commercial Off-The-Shelf

gebied goed bezig zijn, staan de kosten die daaraan zijn verbonden ongetwijfeld minder ter discussie. Daarnaast kan meer aandacht voor afgeronde en lopende missies bijdragen realistische verwachtingen te scheppen voor toekomstige missies – ook als het gaat om risico's die de krijgsmacht daarbij loopt – waardoor teleurstellingen kunnen worden voorkomen.

### **Beeldvorming verbeteren**

Beeldvorming is bijzonder belangrijk in dit multimediale tijdsgewricht en media zijn onmisbaar voor de communicatie tussen krijgsmacht en samenleving. Hier valt voor de toch vaak intern gerichte krijgsmacht een wereld – of toepasselijker in dit kader: een samenleving – te winnen. In de eerste plaats moet de krijgsmacht het imago van een log en gesloten bastion veranderen door de

transparantie te vergroten en te tonen hoe professioneel de krijgsmacht is in de uitvoering van het brede palet aan werkzaamheden. Dat zou bijvoorbeeld kunnen door gecoördineerde inzet van militaire experts in de media. Dan kan gelijktijdig het vreemde fenomeen worden aangepakt dat in actualiteitenrubrieken nagenoeg geen militairen te vinden zijn en instituten als Clingendael – hoe gerespecteerd ook – de militaire kolen uit het vuur slepen. Zoiets kan bijvoorbeeld een Faculteit Militaire Wetenschappen van de gezamenlijke Hogere Defensie Opleidingen toch net zo goed, zo niet beter?

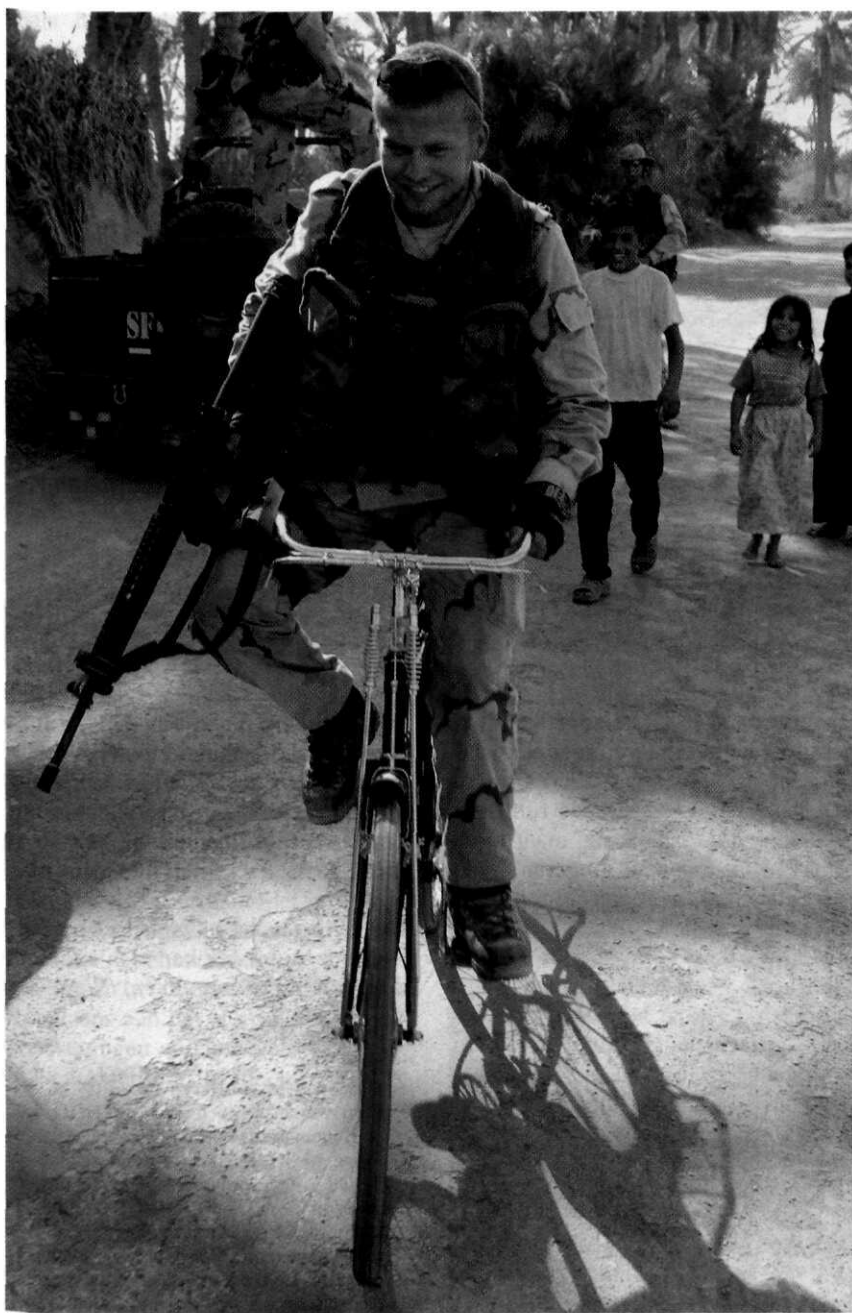
Een andere vorm van relatietherapie, nieuw voor Nederland maar al bestaand in het buitenland, is de uitvoering van een zogenaamd *Service to the Nation Program*. Zo worden alle Amerikaanse officieren geacht eenmaal per jaar naar een maatschap-

pelijke groepering te gaan om te vertellen over de krijgsmacht in het algemeen en hun werk in het bijzonder. Het gehoor kan bestaan uit rotaryclubs, middelbare scholen, lokale politieke verenigingen et cetera. Het doel van de Amerikanen is vergroting van de zichtbaarheid van en bekendheid met de krijgsmacht. Hoewel de Amerikaanse samenleving een onvergelijkbaar andere houding heeft ten opzichte van haar krijgsmacht, is het alleszins de moeite waard om zo'n programma eens uit te proberen. Overigens kan vergroting van de zichtbaarheid ook op veel simpeler wijze worden gerealiseerd. Stel dat alle forenzende militairen nu eens in uniform zouden reizen, hoeveel meer zichtbaar in de samenleving zou de krijgsmacht dan wel niet zijn?

Op voorgaande suggestie voortbordurend, hebben we nog een eenvoudig idee waaraan elke militair kan bijdra-



**Nederlandse SFIR-militairen, Irak, 2004** (Collectie IMG/KL)



**Patrouille van SFIR  
in en om Ar Rumaytah,  
augustus 2004**

(Foto cavdkm, R. Mol; collectie IMG/KI)

dit kader over geloofwaardigheid richting lokale bevolking dat 'het personeel van hoog tot laag moet voldoen aan de hoogste normen van houding, gedrag en discipline en een professionele uitstraling moet tonen bij zowel de uitoefening van de dienst als tijdens de momenten van rust. De imponerende werking die daarvan uitgaat op de omgeving mag niet worden onderschat'.<sup>16</sup> Wij zijn er van overtuigd dat dat psychologische effect – daarover gaat de betreffende passage in de doctrinepublicatie – ook van toepassing is op de Nederlandse samenleving in de vredessituatie: straal wat uit als militair en laat de samenleving zien wat het wil zien!

**Tot slot**

Terug naar de relatietherapie. We hebben in deze sessie op de sofa getracht de krijgsmacht als zwoegende ondergewaardeerde man enkele ideeën aan te reiken die hem in het gevlij bij zijn partner, de samenleving, kunnen brengen. Zit de samenleving daar op te wachten? Misschien niet, misschien wel.

Eén ding is echter zeker, wil de krijgsmacht de waardering krijgen die het denkt te verdienen, zal de krijgsmacht er zelf zijn best voor moeten doen. De krijgsmacht moet daartoe werken aan zelfvertrouwen, aan de uitstraling, aan de kosten en baten en aan het besef bij de samenleving dat die niet zonder haar partner, de krijgsmacht, kan. De krijgsmacht moet bovendien niet bij de eerste de beste nukkige uitlating van de samenleving van de leg raken. Hup, rug recht, hoofd omhoog en werken.... aan waardering.

gen. Sommige militairen zullen dit idee ongetwijfeld vervelend of ouderwets vinden, maar in de ogen van de bevolking dient een militair een geloofwaardige uitstraling te hebben – niet Rambo, wel kordaat en doortas-

tend, verzorgd, innerlijk en uiterlijk gedisciplineerd. Professionele uitstraling mag in de eerste plaats een resultante zijn van het geleverde werk, maar onkreukbaar gedrag, een actieve en positieve attitude en een fitte uitstraling dragen daaraan aanzienlijk bij, zeker in de beeldvorming. Laten we een parallel trekken met militaire operaties. De Landmacht Doctrine Publicatie III Vredesoperaties zegt in

<sup>16</sup> Landmacht Doctrine Publicatie III - Vredesoperaties, sectie 0425, pag 100, Jellema Grafische Groep, Den Haag, 1999.