

de buitenlandse. De Ambassadeurs moeten immers in de eerste plaats fungeren als Vlaams visitekaartje in het buitenland, met een heel gerichte opdracht, bijvoorbeeld een concert verzorgen op een plek waar een Vlaamse handelsmissie op bezoek is, met alleen politieke decision makers, captains of industry en andere invités in het publiek. Wat de gedachte daarachter is, verwoordde Van den Brande op 12 juli 1993 in zijn toespraak voor het corps diplomatique ter gelegenheid van de Vlaamse feestdag: 'Het belang van cultuur mag ook vanuit puur economisch standpunt niet onderschat worden. Ik ben ervan overtuigd, dat cultuur meer deuren opent dan om het even welke andere troef waarmee een land, een gemeenschap, een regio internationale contacten tracht te leggen (1).' Kortom, wanneer een orkest zo'n mooie muziek uit zijn instrumenten kan toveren, dan kunnen de landgenoten van die musici, die bouten en schroeven te koop aanbieden, toch ook de kwaadsten niet zijn, toch? De vroegere Nederlandse minister van cultuur Eelco Brinkman had daar een gepaste uitdrukking voor: 'cultuur als glijmiddel voor de economie', kunst als de vaseline waarmee de Vlaamse export een buitenlandse handelspartner in de... eh, strot wordt geramd. Zo zien we dan ook een niet-cultuurmens als ruimtevaarder Dirk Frimout Culturele Ambassadeur van Vlaanderen worden (die overigens bij de eerstvolgende gelegenheid publiek voor de belgitude zou kiezen, maar dit terzijde): van een volk dat zo'n onvervaard wetenschapper voortbrengt, willen wij toch zelfs met gerust gemoed een tweedehands auto kopen, zeker? De ex-Oostbloklanden trachtten ook de superioriteit van hun communisme te bewijzen door hun zwenjongens en tummeisjes overal te laten excelleren. Ambassadeurs? Narren van de koning, ja.

De ambassadeurs moeten tenslotte Vlaanderen internationaal tot een begrip maken, meer bepaald tot een merknaam, een brand name, zoals Coca-Cola of Marlboro er een is, een vlag waaronder spullen worden verkocht. De functie van de kunst daarin is het promoten van die merknaam door die te associëren met kwaliteit. Daarmee krijgt de kunst een taak die wezenlijk niets te maken heeft met haar eigen dynamiek. Ze wordt zelfs in een dienende functie gedrukt, dienstbaar aan de exportpromotie. Kunst en cultuur worden erin niet gewaardeerd om wat ze intrinsiek betekenen, maar omwille van wat ze kunnen betekenen als reclamevehikel. Nu is er niets fouts aan het bevorderen van de export, er is zelfs niet fouts aan het bevorderen van een

Vlaams wij-gevoel, de vraag is wel of de cultuur daarvoor als kruiwagen moet worden opgevorderd.

Dit is geen door wantrouwen ingegeven intentieproces, het is de uitdrukkelijke bedoeling van de hele operatie 'Culturele Ambassadeurs', zoals ze met name is bekostigd door Van den Brandes kabinetsmedewerker Kris Rogiers. Dat laatste is niet onbelangrijk, omdat Rogiers ook verbonden was aan het kabinet van Van den Brandes voorganger Gaston Geens, waar hij een van de bedenkers was van de 'filosofie' van Flanders' Technology. Die technologiebeurs, die in de jaren tachtig door de eerste Vlaamse executieve officieel werd gepromoveerd als de belangrijkste creatieve emanatie van het pas autonome Vlaanderen, baadde in een neo-liberale ideologie die de vrije markt als het leidende maatschappelijke beginsel beschouwde. Remember, er heerste crisis en werkloosheid in die dagen en het heette toen dat een sociaal paradijs niet kon worden gebouwd op een economisch kerkhof. Voor het culturele paradijs, idem.

### Economisme

Het gevolg was dat het economisme ging woekeren, het geloof in de suprematie van de economische wet van vraag en aanbod, van kwantificering, van maximaal publieksbereik, van maximale financiële opbrengst, van onmiddellijk nut. En daar zou ook de cultuur aan onderworpen worden, hoe strijdig dat economistisch beginsel ook is met de kwaliteitsgerichtheid van een levende artistieke praktijk.

Toch, zo bleek, bestaat er een probaat middel om de kunst aan het economisme te onderwerpen: financiële afhankelijkheid. Het instrument daarvoor was de sponsoring vanwege het bedrijfsleven. En daar was ook behoefte aan, want sponsoring bood een oplossing voor de steeds stijgende financieringsbehoeften van de cultuursector, behoeften waarin steeds minder tegemoet werd gekomen door het stagnerende, zo al niet dalende cultuurbudget van de overheid. Voor dat falende cultuurbeleid van de overheid was sponsoring meer bepaald het enige alternatief. Ze werd zelfs officieel van overheidswege bevorderd, zeker door de toenmalige, liberale minister van cultuur Patrick Dewael. Die had daar niet alleen ideologische redenen voor, het was voor de overheid ook een middel om haar verantwoordelijkheid, met name in de financiering van het culturele leven, te kunnen afschuiven op anderen, in dit geval de ondernemingen.

Daar schuilt een wat pijnlijke ironie in..

Vele decennia lang was de cultuur in Vlaanderen gepolitiseerd geweest, onderworpen aan ideologische belangengroepen, vooral via de verzuiling. Van in de jaren zestig groeide een sterke tegenbeweging die de cultuur wou bevrijden uit die politieke beknelling – en pas begon dit proces succes te boeken, of daar diende zich, in de jaren tachtig, de nieuwe potentiële kolonisorator aan, de economie.

Het financieel falende cultuurbeleid speelt ook een esstentiële rol in de kwestie van de Culturele Ambassadeurs; het nog altijd ontoereikende Vlaamse cultuurbudget leidt – laat ik het een beetje romantisch stellen – tot een uithongering van de culturele sector, die er vervolgens toe wordt verleid om toch maar een Ambassadeurschap te aanvaarden, want dat biedt dan toch een perspectief op extra geld. Maar dan moet de cultuur er wel de daarbij gestelde voorwaarden bij accepteren, te weten het promoveren van de Vlaamse merknaam. Voor zo'n, laat ik het besmuikt zeggen, voorwaardelijke financiering bestaat een woord: chantage. Dit laatste is een kwestie van techniek: hoe kan men kunstenaars zover krijgen dat ze een Ambassadeurschap accepteren?

Maar de Ambassadeurs moeten ook een rol spelen bij het creëren van verkoopbevorderende events en daar is niet elke vorm van cultuur geschikt voor. Het is daarentegen alleen de prestige-kunst, de in sociale termen elitaire kunst die daarvoor dienstig is. Klanten moeten immers niet worden afgeschrikt door culturele experimenten of door kunstenaars die niet met twee woorden spreken. Het is dan ook geen wonder dat Rosas aanvankelijk – in een eerste fase, toen het kabinet-Van den Brande eraan dacht slechts een half dozijn Culturele Ambassadeurs te installeren – niet tot de 'uitverkorenen' behoorde, aangezien het gezelschap door de initiatiefnemers als 'marginaal' werd beschouwd (wellicht zegt dat laatste meer over het vermogen tot cultureel onderscheid bij het kabinet dan over Rosas).

### Stroomlijnen

Omwille van de aanwijsbare continuïteit tussen het economische prestige-denken van Flanders' Technology en het Ambassadeursinitiatief, hoeft het niet te verbazen dat dit laatste de warme steun kreeg van Godfried Van de Perre, de secretaris-bestuurder van de Stichting voor Kunstpromotie, in een column in het zakenblad Trends (2). Deze Stichting, die dateert van het midden van de jaren tachtig, wil precies het contact tussen de kunst en de economie institutionaliseren, vooral door te bemiddelen bij kunstsponso-