

Maar natuurlijk is het prachtig dat er waardering is voor kwaliteit. Is er iets mis met de vervaardigers van de meesterstukken in dit magazine, uitvinders en makers met respect voor het ambacht, liefde voor duurzame materialen, microscopische precisie, de fijnste kwaliteit? Ik denk het niet. Stel je voor dat er alleen nog maar van die dumpwinkels zouden zijn vol gammele troep. Maar: 'flaconfetisjisme'? Slapen in het bed van Obama? Lenen met een leugen om een designerstuk te kunnen kopen? Stijliconen willen kopiëren? Jaguar vraagt je zelfs op de man af: 'You think money can't buy love? Give it a try!' Voortdurend op zoek zijn naar 'prestige', 'het ultieme', 'het perfecte'... en wat te denken van juwelen ter waarde van een hele villawijk? Ik ken mensen die niet eens de verwarming kunnen betalen. Die lakens voor de ramen hebben in plaats van gordijnen.

Maar inderdaad, zoals beautyjournalist Tim Devriese schrijft, kan er van schoonheid, juist in barre tijden, een helende werking uitgaan. Die werking heeft iets met dromen te maken – en dromen is essentieel voor ons psychisch functioneren. 'Na IS en Michel I wil een mens eens dromen', schrijft ombudsman voor *De Standaard* Tom Naegels verdedigend, en hij spreekt van 'weldadig escapisme'.

Ik vraag me af hoe het zo ver is kunnen komen dat wij 'weldadig escapisme' zijn gaan zoeken in advertenties. In de winkels die opgelijst worden op de pagina met verkoopinfo. In glossy bladen met holle frasen als 'geef je over aan een intense totaalbeleving', 'verleidertjes van prikkelend raffinement' en 'straal van binnenuit'. Vroeger zochten we ons escapisme in boeken, in verhalen, in de literatuur. Maar de betere besprekingen van boeken en hun luiken naar andere werelden, zijn ook in *De Standaard* nauwelijks meer te vinden. Boeken zijn minder sexy dan handtassen. Mogen wij van de krant niet méér verwachten dan zijn rol als 'verleidertje' in een systeem gericht op het 'prikkelend raffinement' van geld en nog meer geld? Maar wat misschien nog erger is: het is de Belgische overheid die deze reclamefabriek kunstmatig in leven houdt. Diezelfde overheid koestert nu plannen om een databank te maken met alle namen van Belgen erin die telecom- energie-, belasting- en huurschulden hebben. Is het een goed idee om hen te blijven voeden met weelderige ontsnappingsmomenten, droombeelden waaraan astronomische prijskaartjes bungelen? Misschien zou de overheid die 120 miljoen beter besteden aan de kwaliteit van onze bibliotheken. En media steunen die heel andere 'intense totaalbelevingen' bieden dan die van bokaaltjes kaviaar op bedjes van smaragd.