

# Kabouter Buttplug: kunstelite versus leken

AUTEURS Martin Zebracki & Mischa Dekker

FOTOGRAFIE Maria Şalaru & Leo Roubos

**In elke stad worden openbare ruimten versierd door kunstwerken. Geen ander publiek kunstwerk is in de laatste decennia zo opzienbarend geweest als Santa Claus in Rotterdam. Welke ruimtelijke ideologie schuilt achter de door een 'kunstelite' bepaalde locatiekeuze en verzet hiertegen vanuit de 'lekenbevolking'? En wat zeggen de publieke discourses over de rol van kunst in de openbare ruimte?**

De internationaal toonaangevende Amerikaanse kunstenaar Paul McCarthy (1945) maakte Santa Claus in 2001 op verzoek van de stad Rotterdam. Het stadsbestuur wilde de bewoners en bezoekers verrassen met dit zes meter hoge en ruim 4000 kilo zware bronzen beeld. De olijk kijkende kerstman houdt in zijn linkerhand een bel vast en in zijn rechterhand een gestileerde kerstboom, die veeleer lijkt op een anaal seksattribuut.

Vanaf de bekendmaking dat Santa Claus in de stad geplaatst zou worden ontstond een hevig publiek debat in de lokale politiek, media en maatschappij. Velen vonden Santa Claus vanwege zijn seksuele connotaties ongepast voor de openbare ruimte. Het beeld werd allerminst met de mantel der liefde bedekt en verkreeg al snel de volksnaam Kabouter Buttplug.

Santa Claus is door McCarthy bedoeld als aanklacht tegen het consumptisme en de daarmee gepaard gaande tomeloze koopziekte. Kunstanalist Dick van Teilingen spreekt hierbij van 'de bronzen koning van de instantbevredegiging, een symbool van consumptiegegot'. Het is de symboliek van de consumptiecultuur waaraan hij zijn beeldtaal ontleend. Denk aan Hollywood, Disney en Coca Cola. Deze laatste is de geestelijke vader van het vermaarde kerstidool. Door de kunstwereld zijn McCarthy's sculpturen, installaties en performances waarin seks(ualiteit), zelffoltering en tomatenketchup – zijnde 'bloed' van de consumptie maatschappij – als thematische richtsnoer fungeren, alom geprezen.

Op basis van een discoursanalyse van verscheidene media (zowel 'linkse', 'neutrale' als 'rechtse' lokale en landelijke dagbladen en sociale media) en uitgebreide gesprekken met experts uit de wetenschaps- en beleidssector, omwonenden en passanten (zie Zebracki, 2012) bespreken we de verhitte publieke discussie rondom Santa Claus. Deze discussie illustreert een breed scala van opvattingen over de rol van kunst in de openbare ruimte en de heftige onenigheden waarmee dit gepaard kan gaan.

## Omzwervingen

Het debat over Santa Claus is ruim tien jaar gaande en betreft niet slechts een discussie tussen de gemeente en een aantal bewoners. Santa Claus werd na vele omzwervingen uit het depot bevrijd en in de openbare ruimte gearachuteerd. Naar aanleiding van het advies van de Internationale Beeldencollectie Rotterdam (IBC), kocht de gemeente in 2002 het beeld aan voor 280.000 euro. De toenmalige lokale coalitie van de PvdA, VVD en GroenLinks (1998-2002) had aan deze aankoop haar fiat gegeven. Santa Claus was van meet af aan bedoeld als publiek kunstwerk. McCarthy zelf was in eerste instantie verbaasd en vroeg zich af of zijn werk wel 'kan' in de openbare ruimte, waarop de IBC-commissie afdoend antwoordde: "this is Holland".

Het variërende discours van de publieke discussie over de (on)geschiktheid van het werk voor de openbare ruimte suggereert verschillende wensen en mogelijkheden voor een plek voor het werk. Volgens 'kunstkenners' zou het op een vooraanstaande, commercieel getinte plek moeten staan, omdat de anticommerciële boodschap van het beeld daar het meest tot haar recht komt. Vanuit de bevolking en de raadsleden van CDA en Leefbaar Rotterdam klinkt de mening dat het vanwege zijn beschouwde ontsierlijk- en onwelvoegelijkheid gesitueerd zou moeten zijn op een minder prominente plek in de openbare ruimte. Tevens zijn veel 'non-kunstexperts' van mening dat het zelfs geheel uit het straatbeeld en in een depot zou moeten verdwijnen. Bovendien uiten sommige bewoners dat het nogal 'Amerikaanse' beeld moeilijk te rijmen is met de 'Hollandse' stad Rotterdam, waarbij vaak een tegenstelling gemaakt wordt tussen de kerstman en sinterklaas.

## *De kerstman was ook op zijn nieuwe plek geen lang leven beschoren*

De IBC-commissie en de gemeente wilden Santa Claus voor het grote concert- en congresgebouw De Doelen plaatsen. Dat is uiteindelijk nooit gebeurd. Kunsthistoricus en IBC-lid Jan van Adrichem zei hierover: "In dit beeld zie je de botsing van de elite- en massacultuur, die je ook op het Doelenplein zelf ziet: de schouwburg tegenover de patatkraam. Het beeld is een parafrase op de 19de eeuwse sculptuur van de burgerlijke elite, door het monumentale en het brons, en tegelijk refereert het beeld aan de massacultuur: door de kerstman in tuinkabouteridroom en door de wat losse omgang



*Santa Claus op het Rotterdamse Eendrachtsplein.*

met een welbekend seksartikel. Het beeld is zo net zo complex als het grote stadsleven zelf." Niet alleen de betekenis van het beeld, maar ook de procedure van plaatsing en de conflicten die daarmee gepaard gingen, illustreren deze botsing tussen elite- en massa-standpunten.

Enkele CDA-lieden vonden het omstreden werk nogal onbetamelijk voor zo'n prominente plek in de openbare ruimte. Na aanleiding van het publieke ongenoegen debatteerde de gemeenteraad over de toekomst van het beeld. Na drie jaar van debatavonden en politieke vergaderingen besloot de raad in 2005 – die vanaf 2002 tot 2006 werd gedomineerd door de coalitie van Leefbaar Rotterdam, CDA en VVD – dat de 'sekskabouter' uit de openbare ruimte moest worden geweerd. Zij verbande hem naar de binnenplaats van Museum Boijmans van Beuningen, alwaar het beeld een gastvrij onthaal vond van toenmalig burgemeester Ivo Opstelten.

De kerstman was ook op zijn nieuwe plek geen lang leven beschoren. Het museum verbouwde de binnenplaats in 2008 en het beeld moest letterlijk op de stoep van het museum staan. Een meerderheid van de gemeenteraad drong in die tijd aan op een besluit over de plaatsing van Santa Claus in de openbare ruimte van Rotterdam: "het wordt weer lente, de kabouter moet naar buiten", grapte de SP-fractievoorzitter Theo Cornelissen.

In de openbare discussie over het kunstwerk drongen de opzettelijk bedoelde ambigue symbolische interpretaties op de voorgrond. Denk aan kerstboom/sekspeeltje, elite/massacultuur en illusie/

realiteit. De geassocieerde psychologie van Santa Claus was nogal negatief van aard, waarbij de seksuele ondertoon van dit kunstwerk samen met de geldkwesitie sterk in de publieke gedachtevorming doorklonk.

#### **Positieve blik**

Naast de vele negatieve sentimenten vanuit de bevolking weerschalde een meer positieve blik op het werk vooral uit de monden van meer elitaire kunstliefhebbers en 'experts'. Zij hadden de kritische blik van het beeld op de groeiende consumptiemaatschappij, uitgerekend op een plek waar het er toe doet, hoog in het vaandel staan. Tevens konden beleidsmakers en politici bevrediging vinden in het feit dat het beeld een bijdrage levert aan de stadsmarketing-kreet 'Rotterdam durft'.

McCarthy zelf vond ook dat het beeld niet thuishoort op een achterafgelegen plaats, zoals het museumbinnenplein, maar alleen tot zijn recht komt op een prominente plek in een druk winkelgebied in de binnenstad. Een saillant politiek voorstel dat het weliswaar niet had gehaald, kwam van Anton Molenaar van Leefbaar Rotterdam. Hij vond Santa Claus niet geschikt voor een centrale plek op een plein. Volgens hem zou dan de helft van het publiek alleen maar de kont van de kabouter zien. Dus het beeld zou volgens Molenaar ergens moeten worden geplaatst waar iedereen het van voren ziet. Molenaar stelde voor om Santa Claus om te dopen tot het Rotterdamse Vrijheidsbeeld en te plaatsten op de Wilhelminapier bij

de voormalige Holland Amerika Lijn, symbool voor het Nederlandse meerstromenland.

Een alternatief gemeentevorstel was om het beeld in de Koopgoot te plaatsen. Het werk was echter niet naar de smaak van vele ondernemers. Maar niet alle ondernemers keerden zich tegen Santa Claus. De Ondernemersvereniging Nieuwe Binnenweg wilde koste wat het kost voorkomen dat de kabouter de binnenstad of zelfs de stad vaarwel zou wuiven. Deze vereniging veronderstelde namelijk dat Santa Claus winkelend publiek zou aantrekken en de omzet van winkeliers zodoende zou opstuwen. Hoewel het beeld een kritiek is op de consumptiemaatschappij, eigende deze maatschappij dat beeld juist toe.

Na een jarenlange en zeer intensieve lobby van de ondernemersvereniging werd de sprookjesfiguur, die de mythe van de consumptiemaatschappij aan het daglicht moest brengen, in november 2008 vervoerd van het Boijmans van Beuningen naar zijn huidige locatie op het Eendrachtsplein. Het waren eigenlijk de initiatieven van winkeliers die de gemeenteraad overstag hadden laten gaan.

### Discussieobject

Nu staat het beeld op een plek die kenners zien als een kruising tussen de consumptie-as van de binnenstad en de culturele as

(museumroute) van Rotterdam. Om deze reden had de Rotterdamse cultuursocioloog Ton Bevers ter gelegenheid van de plaatsing van Santa Claus het Eendrachtsplein omgedoopt tot het Tweedrachtsplein: "Santa Claus staat op een punt waar kunst en commercie elkaar kruisen en het dus een beetje schrijnt". Hij stelde bovendien dat het Tweedrachtsplein inhoudt dat "het debat tussen de professionals van de kunstwereld en het lekenpubliek zal doorgaan". De discussie over wie bepaalt welk beeld waar in de openbare ruimte komt, manifesteerde zich eigenlijk in de tweestrijd tussen een elite van kunstexperts en de bevolking. Raadsleden in de Rotterdamse politiek schaarden zich in beide kampen.

De IBC-commissie sluit niet uit dat Santa Claus wordt verplaatst. Reeds in 2007 speelde zij intern met het idee van een Buttplugstadstournee, waarbij niet werd geschroomd het Afrikaanderplein voor de Kocatepe-moskee als tijdelijke standplaats te adviseren. "Als bewoners weten dat een kunstwerk, hoe choquerend ook, slechts tijdelijk logeert in hun wijk, dan maakt dat veel uit voor de acceptatiegraad", meent Dees Linders, hoofd van de IBC-adviescommissie. Maar dit kan dan wel worden opgevat als het doordrukken van een elitair standpunt over kunst, waarbij weinig wordt geluisterd naar ideeën die de bevolking heeft over de plaatsing van een kunstwerk.



Verhuizing van Santa Claus van het Boijmans naar het Eendrachtsplein ('Free Santa').

## Reflecties

Het springt vooral in het oog dat het denken over de match tussen Santa Claus en zijn plek primair wordt gekleurd door het denken over dit kunstwerk an sich, en nauwelijks door bredere ideeën over de publieke ruimte, zoals bijvoorbeeld over de rol van pleinen in Nederlandse steden. Discussies over de bevonden lelijkheid, onzedelijkheid en kostbaarheid van Santa Claus karakteriseren het debat. Dat daargelaten herkennen velen de boodschap van Santa Claus en zien ze er tevens de grap van in, ook al is dat een doordenker. In het bijzonder zijn er uiteenlopende opvattingen over de gepastheid van een sterk seksueel getint beeld in het centrum van de stad. Aan de ene kant zou het voorbijgangers (met name kinderen) kunnen storen of zelfs schokken. Aan de andere kant rijst de vraag of dan ook bijvoorbeeld lingeriereclame zou moeten worden verboden. Of mag dat dan weer wel vanwege de tijdelijkheid daarvan?

## Toeristen laten zich met Santa Claus fotograferen

Het publieke debat over Santa Claus illustreert en verkent de algemene rol van kunst in de buitenruimte. Er zijn meningsverschillen over wat wel of geen succesvolle kunstwerken op bepaalde openbare plekken zouden zijn en wat goede criteria zijn om te bepalen of een beeld 'succesvol' is.

Voorstanders van Santa Claus benadrukken vooral de exemplarische landmarkfunctie van het beeld. Zo zou het een 'Petruuseffect' in de hand werken (de voet van Petrus' devotiebeeld wordt al eeuwenlang gekust en is daardoor afgesleten). Voornamelijk veel internationale toeristen laten zich de hele dag door aan en op de voet van de kabouter fotograferen. Dit heeft ertoe geleid dat omliggende winkeliers Kabouter Buttplug hebben omarmd, omdat bezichtigers van het tegen de consumptie gerichte beeld ironisch genoeg geld in de la brengen.

Bewoners vinden het vooral belangrijk dat lokaal beleid aan hen een gevoel van betrokkenheid geeft. Dat houdt dan niet in dat zij bijvoorbeeld de kunstenaar en vorm en kleur van het kunstwerk kiezen op een inspraakavond, maar dat zij door het lokale bestuur worden geïnformeerd en meegenomen in de besluitvorming van a tot z.

De uiteenlopende zienswijzen over Santa Claus hebben een versplinterd en besluiteloos politiek en maatschappelijk landschap gevormd. Er ontstond moeheid over het schuilevinkje van de kabouter. Raadsleden, journalisten en de bevolking die zich mengden in de publieke discussie, hadden vooral kritiek op de teruggetrokken wijze waarop een elitaire kunstcommissie naar kunst kijkt en hoe ze kunstwerken doordrukt en in de openbare ruimte te 'vondeling' legt. Deze kritiek was zowel specifiek gericht op Santa Claus als publieke kunst in het algemeen.

Dit houdt dan ook een kritiek in op wat de filosoof George Dickie de 'institutionele kunsttheorie' noemt. Volgens deze theorie wordt een object kunst, omdat het autoritaire machtsapparaat zoals een kunstcommissie dat object nu eenmaal als kunstwerk ziet. Denk aan Marcel Duchamps urinoir (Fontaine, gesignd met R. Mutt) uit

1917. Tegenstanders bekritisieren voorstanders er vaak van de kritiek op de institutionele kunsttheorie niet serieus te nemen. De tegenstanders stellen dat een kleine 'incestueuze' en omhooggefallen happy few beslissingen zou nemen die tegen de wil en de belangen van de meeste mensen indruisen.

Het hoe en waarom van Santa Claus is bepaald niet voor eenieder klip-en-klaar. "De kunstwereld zit nog altijd gevangen in een oude practical joke van Marcel Duchamp [met andere woorden: de institutionele kunsttheorie] en de politiek zit gevangen in de mantra van Thorbecke dat de overheid geen beoordelaar mag zijn van de kunst", aldus de schilder en kunstcriticus Lennaart Allan.

De voornaamste ruimtelijke ideologie van de kunstelite voor het plaatsen van Santa Claus in de openbare ruimte schuilt in de *up yours*-boodschap van dit beeld tegen het groeiende consumentisme. Santa Claus is niet voor niets uiteindelijk geplaatst op een plek waar de massacultuur en de cultuur van de kunstelite elkaar kruisen. Het bijkomende achterliggende idee is dat kunst een generator zou moeten zijn van publieke discussie en kritiek zou vormen op de status-quo. Sommige toeschouwers begrijpen dit kunstwerk als een ontsnapt veredeld museaal object en anderen spreken een grote waardering uit over het beeld. Dat diverse personen en partijen in tegenspraak met elkaar zijn, maakt eens te meer duidelijk dat McCarthy's doelstelling om een publieke discussie te ontketenen zonder twijfel succesvol is. Het beeld van een elite in strijd met het volk is niet de enige manier om naar deze discussie te kijken, maar ze geeft in ieder geval veel begrip over de 'Buttplugeriaanse' zaak, die volstrekt geen niemendalletje is.

**Martin Zebracki (martin.zebracki@wur.nl) is als postdoctoraal onderzoeker verbonden aan de Cultural Geography Group van Wageningen Universiteit, en redacteur van AGORA. Mischa Dekker (mischa\_dekker@hotmail.com) is Research Master Student Social Science (Universiteit van Amsterdam) en Philosophy (Universiteit Utrecht).**

### Literatuurselectie

Beyers, T. (2008) Lezing Ton Beyers: Santa Claus op Zijn Bestemming, 28 november 2008.

'De Affaire Buttplug'. Volkskrant, 22 september 2005.

Dickie, G. (1974) *Art and the Aesthetic: An Institutional Analysis*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Internationale Beeldencollectie Rotterdam (2006) *From Zadkine to McCarthy. A Guide to the Rotterdam International Sculpture Collection*. Rotterdam: Stichting Centrum Beeldende Kunst.

'Lennaart Allan/We Laten Ons Niet Langer voor de Gek Houden'. Trouw, 12 februari 2006.

Molenaar, A. (2008) *Een Kabouter als Vrijheidsbeeld*. Rotterdam: Leefbaar Rotterdam.

'SeksKabouter Splits Rotterdam'. Volkskrant, 26 februari 2003.

Zebracki, M. (2012) Engaging Geographies of Public Art: Indwellers, the 'Butt Plug Gnome' and Their Locale. *Social & Cultural Geography* (13)7: 735-758.