

CIRKUSZI AKROBATIKA

Alaputatási és szakmódszertani periodika

Losonczy György: A cirkuszművészet jövője marketinges nézőpontból (1. rész)

A klasszikus cirkuszok látogatottsága és népszerűsége folyamatosan csökken, köszönhetően annak, hogy a szórakoztatóiparban megjelenő új piaci szereplők, mint például a televíziók műsorai, a különböző élményparkok és interaktív játékok térnyerése rohamosan megnöttek. A Cirque du Soleil időben és megfelelően reagált az új versenyhelyzetre, amely miatt az első és jelenleg is az egyetlen olyan cirkusz, amely transznacionális vállalattá fejlődött (TNC vagy röviden „multi”). A Soleil sikerességének „receptjét” több neves és kevésbé ismert cirkusz is próbálta lemásolni és saját adottságaihoz adaptálni. A „recept” alkalmazásának eredménye széles skálán mozog, de sikeresen alkalmazta például a francia Cirque Arlette Gruss, ahol még az állatprodukciók is megmaradtak a műsorban, de másutt is születtek új tematikájú produkciók (pl. „Africa! Africa!”). A Soleil-effektus „begyűrűzött” egészen a legkisebb családi vállalkozásokig. Mint ahogy a Roncalli-effektus is lecsengett, úgy a Soleil-effektus érezhető hatása is fokozatosan csökken. A Soleil „recept” gyenge pontja (marketing szakemberek szemszögéből is) a műsor kerettörténete, amely néha túl szimbolikus (és ezért is kap a néző plusz információt a történetről pl. narrátor alkalmazásával vagy a programfüzet első oldalain), tehát a műsor a szórakoztatás élményén kívül nehézkesen ad „plusz” értéket, illetve mondanivalót. (Ezt az igényt elégítik ki például kisebb francia társulatok vagy a svéd Cirkus Cirkör.)

Az elmúlt évtizedben az állatvédők sikeresen léptek fel a cirkuszi állatok szerepeltetése ellen, ami azt eredményezte, hogy egyes országokban szigorú szabályozást vezettek be a cirkusz működési feltételeinek figyelembevételére nélkül. A cirkuszok célközönsége a család, akik alapvető elvárása és igénye, hogy a cirkuszban „izgalmas” és ritkán látható állatok szerepeljenek. Egyes országokban (pl. Ausztria) a vadállatok felléptetésének megtiltása neves cirkuszok létét veszélyeztette. Az Európai Parlament álláspontja komoly fordulatot hozott, jelenleg is több országban vizsgálják az érintett törvényeket és azok cirkuszoknak kedvező módosítási lehetőségeit. Egyes országokban (pl. Hollandia, Skócia) az érintett törvényeket eltörölték! (Circus Zeitung 2009/8)

Az Európai Cirkuszszövetség (E.C.A.) nemcsak az említett új szórakoztatóipari szereplőket okolja a klasszikus cirkusz háttérbe szorulásáért, hanem a jogi és szabályozási követelményeket és „néhány biztos anyagi háttérrel rendelkező könyörtelenül taktikázó aktivistá”-t is. Következésképp a nemzetközi cirkuszművészet jövőjét nemcsak az „egészséges gazdasági verseny” határozza meg, hanem egyes anyagilag érdekelt piaci személyek is.

(Megjegyzés: Guy Laliberté közel 2,5 milliárd dollár vagyonnal rendelkezik, illetve a Cirque du Soleil 20%-os stratégiai tulajdonosa a dubaji székhelyű Dubai World, amely cég többek között a Las Vegas-i kaszinókban is érdekelt.)

A cirkuszművészet jövője és változásának iránya nehezen prognosztizálható, mivel több piaci szereplő próbálja befolyásolni. A már említett piaci szereplők mellett a neves artistaképzők és stúdiók munkája meghatározó lehet, mint ahogy eddig is az volt (lásd Gneoushev tevékenységét), bármely pillanatban előállhatnak olyan ötletekkel, amelyek új trendnek alapjait rakhatják le.

Az alábbiakban az irányvonalak meghatározó szereplőiről vázolok fel egy összefoglaló képet.

1. A világpiac vezetője, a Cirque du Soleil lassan szembesül a megújulási problémával, mivel eljutott arra a pontra, amelyen már mind az anyagi korlátokat, mind pedig saját ötlet kivitelezhetőségének a határait súrolja. Főleg az utazó cirkuszainak esetében áll ez, ahol a műsor létrehozásának és megtérülési idejének anyagi korlátjai vannak. Nem véletlen, hogy egyre több stabil építmény megvalósításán gondolkodik, és ehhez keres megfelelő világvárosokat (pl. Dubaj, Moszkva, Tokió). Megújulásához túl sok pénzre van szükség, mivel oly magasra tette a „léce”-t, hogy az évi 700 millió dolláros bevételből

nem tudja megfelelően kivitelezni az új ötleteit, ezért kerestek stratégiai partnert az arab világból. A Cirque du Soleil megmutatta, hogy a világ szórakoztatóiparának „elfelejtett cirkuszi ága” óriási profitot termelő piac, ezért csak idő kérdése, hogy mikor teszi be a lábát egy másik, a szórakoztatóipar területén jeleskedő vállalat (TNC) erre a speciális piacra. A „Cirque” tisztában van ezzel a ténnyel, és ezért rohamtempóban „foglalja el” stratégiai pozícióit a világban. (A nagy rivális, a Ringling Bros. & B. and B. Circus folyamatosan veszi át a Soleil-receptet, mint például a három manézs helyett óriási színpad alkalmazása, a nemzetközi porondra lépése...)

2. Európa vezető cirkuszi jellemzőn a klasszikus cirkusz alapjaira támaszkodva fejlesztik műsoraikat és infrastruktúrájukat. Kiemelten foglalkoznak az állatok felléptetésével, tartási körülményeinek és ellátásuknak fejlesztésével, amivel az állatvédők támadásainak többségét, ha nem is túlságosan könnyen, de kivédhetővé teszik. Általánosságban elmondható, hogy a cirkuszi állatoknak biztosított körülmények folyamatosan javulnak, sőt a neves cirkuszoknál az átlagos állatkerti körülményeknél jóval színvonalasabb ellátást biztosítanak. Az állatokkal való törődés a cirkusz jövőjét is meghatározza. Az EU-határozat (l.: <http://www.epa.hu/01400/01461/00002/eca-gcd.htm>) óta a cirkuszok társadalmi presztise javult, és úgy tűnik, hogy a cirkusz megítélésének mérlege visszabilen egy normálisabb állásba. A következő 10-15 évben, ha a Soleil-effektus alább hagy, és a társadalmi elfogadottság normalizálódik a cirkuszi állatok felléptetésével kapcsolatban, akkor jó esély van arra, hogy a klasszikus cirkusz ismét népszerű legyen, és újra egy hosszabb ideig tartó reneszánszát élje meg. (Ezt a feltételezést alátámasztja a német varieték újrakezdésének esete, amely a 90-es évek közepétől kezdve közel 10 évig tartott.)
3. A Soleil-jel ellentétben az orosz és a kínai állami cirkuszok – vélhetőleg – a jövőben sem fognak „világuralomra” törni, bár mindkét ország erőforrásai (pl. humán, anyagi, szakmai) hatalmasak és kimeríthetetlenek. Kulturális tevékenységüket azonban az állam támogatja, ezért a vállalatok célja a hazai és nemzetközi cirkuszművészet világszínvonalú képviselője, nem érdekük és céljuk a profit realizálása vagy folyamatos növelése.

A folytatásban a magyar cirkuszművészet aktuális kérdéseit fogom számba venni.

megjelenik minden negyedévben