

De lege piste

Waarom circus z'n glans verloor bij het grote publiek

Name	Wayne Mooock Yasmin Geradts	
Student ID #	6094141 6080226	
E-mail address	w.mooock@student.maastrichtuniversity.nl y.geradts@student.maastrichtuniversity.nl	
Course code	CWE3005	
Group number	01	
Supervisor/tutor	Pieterneel Fleskens	
Assignment name	Niet relevant	
Assignment #	00	
Attempt	REGULAR	
Academic year	20172018	
Date	19-10-2017	
Words	2489	
Filename	20172018-CWE3005-00-REGULAR-6080226.pdf	

Introductie

Al weken voordat er ook maar een tent op het grasveld net buiten de stad kwam wist iedereen het al; het circus komt eraan! Kleurrijke posters langs de weg en grote advertenties met guitige plaatjes van clowns, acrobaten en een legioen aan dieren attendeerden iedereen in de stad daar immers op. Ze beloofden een uitstapje. een romantische wereld vol spanning en sensatie, met dingen die je nog nooit had gezien. Als de kleurrijke tent inmiddels was opgezet werd je door je ouders meegenomen naar een magische plek waar metershoge olifanten bereden werden, waar charmante dames in linten door de lucht zweefden of juist doormidden werden gesplitst en stoere mannen vuurspuwden. De geur van popcorn en zaagsel was alomtegenwoordig. Op school was het circus het gesprek van de dag, al je vrienden waren er immers ook heen geweest. Het circus was immens populair.

Dit was voor circussen een gegeven voor het grootste deel van de vorige eeuw. Sinds het ontstaan van het eerste moderne circus in 1782 heeft het massapubliek de piste weten te vinden (Huey, p. 1). Dit is nog steeds zo in landen zoals Spanje, Frankrijk en Rusland, maar in Nederland loopt het circus leeg. Wij vragen ons af waar deze leegloop door komt. Circus wordt traditioneel gezien als populaire cultuur, en die in theorie goed bezocht moeten worden door het massapubliek. In dit paper willen we aan de hand van een interview met Frank van den Heuvel, een expert op het gebied van circus antwoord geven op deze vraag.

Waarom is dit een relevant onderwerp met betrekking tot Kunst en Cultuurbeleid?

De derde taak van dit blok ging over het draagvlak voor kunst en cultuurparticipatie. De drempels voor het deelnemen aan cultuur bleken nogal verschillend te zijn voor verschillende lagen van de bevolking. Waar 'hoge' cultuur veelal alleen werd geconsumeerd door de hoger opgeleide laag van de bevolking was bij 'lage' cultuur juist sprake van een enthousiaste afname door een veel diversere laag van de bevolking. Circus wordt van oudsher onder de laatste categorie geschaard, en dat zou dus moeten betekenen dat het nog steeds populair zou moeten zijn bij het massapubliek. Dit is in Nederland echter niet het geval. Waar komt die daling in participatie vandaan? Is er nog iets aan te doen of verdwijnt het tentcircus over een aantal jaar definitief uit het culturele landschap van Nederland?

Een paar pogingen om het tij te keren zijn inmiddels gemaakt. Circuscultuur is in 2013 uitgeroepen tot immaterieel erfgoed. Er zijn twee circusopleidingen in het land. Maar het is vooral erg moeilijk om tegenwoordig een circus in Nederland neer te zetten. Sinds 2014 zijn wilde dieren uit het circus verbannen. Subsidie aanvragen is een bureaucratisch hoogstandje en het plaatsen van die kleurrijke affiches mag ook al niet zomaar meer. Het is lastig om het nieuwe publiek, de millennials, de tent in te krijgen. De participatie valt dus tegen, ook al is het een populaire cultuurvorm.

Participatie kent verschillende definities; waar het vroeger vooral betekende dat je naar een culturele instelling ging om de kunst en cultuur in je op te nemen, gaat het tegenwoordig meer en meer om een interactieve band tussen kunst, cultuur en publiek (Sitzia & Elffers, 2016, p. 62-63). Waar instellingen als musea en theaters hun best moeten doen om een breed en divers publiek te bereiken, heeft het circus in principe altijd veel aanloop gehad van het massapubliek.

Het publiek zelf is ook van karakter veranderd. Populaire kunst is nog steeds populairder dan gecanoniseerde kunst, en de laatste vorm wordt vooral bezocht door de

hoger opgeleide laag van de bevolking (van den Broek, p. 9-10, 2013). 51% van de bevolking is echter een zogeheten culturele omnivoor, die hun kunst en cultuurbeleving overal vandaan plukken (van den Broek, p. 22, 2013). Hoe krijg je deze mensen weer de circustent in?

Wie is Frank van den Heuvel?

Frank van den Heuvel is eigenaar van Sabioleon, een consultancy bedrijf dat zich richt op het coachen en consulteren van circusartiesten en hun acts. Nadat hij in 2007 afstudeerde in digitale filmproductie heeft hij drie jaar als productie assistent gewerkt. Rond 2010 rolde hij min of meer bij toeval de circuswereld in toen hij een documentaire over circus aan het schieten was. Hij werd uitgenodigd om met het circus mee te reizen. Hierdoor begon hij als assistent in de acts van Eva Julia Christii, een bekende vrouwelijke illusionist. Drie jaar later vond hij zijn weg terug naar Nederland. Inmiddels had hij een extensief netwerk opgebouwd in de circuswereld, en een scherp oog ontwikkeld voor een goede act. Met deze kennis vestigde hij zich in Vlijmen, vlak bij Den Bosch, om Sabioleon op te richten. Sindsdien helpt hij circusartiesten van over de hele wereld met hun marketing, personal branding of act zodat ze zichzelf beter kunnen verkopen in deze snel veranderende wereld.

Op 12 oktober hebben wij hem uitgenodigd voor een interview over de sterk afnemende populariteit van het circus.

Het interview

Dit onderzoek is voornamelijk gebaseerd op een interview met een voormalig circusartiest en circus consultant Frank van den Heuvel. Hij geeft vanuit twee unieke perspectieven zicht op de circuswereld. Als voormalig artiest is hij een first hand source voor mogelijke informatie in de circuswereld. Dit stelde hem in staat om een levendig beeld te schetsen van het leven van circusartiesten en het leven in een circus zelf. Als consultant heeft van der Heuvel een scherp zakeninzicht ontwikkeld. Hij beschikt ook over veel informatie ten opzichte van marketing en promotie van het circus. Dit was voor ons een cruciaal punt in het interview omdat hij hierdoor mogelijk een verklaring kon geven voor de stagnatie in populariteit van het circus en hoe deze stagnatie mogelijk weer kon worden omgezet in groei.

Het interview dat wij hebben afgenomen bestond uit de volgende vragen:

- Vertel wat over jezelf? Hoe ben je aan de circuswereld verbonden?
- Wat betekent circus voor je? Wat is de functie van het circus?
- Hoe zal de toekomst van het circus verlopen?
- Wat voor soort publiek trekt het circus?
- Is het circus vandaag de dag veel veranderd ten opzichte van het verleden? Hoe houden artiesten hun act up to date?
- Welke rol speelt de tijd waarin wij leven voor het bestaan van het circus?
- Hoe is de populariteit van het circus bij het massapubliek afgenomen?

Van den Heuvel heeft een zeer revolutionaire visie op de toekomst van de circuswereld. Hij stelde dat dit ook wel moest. Het circus is namelijk in verval. Volgens van den Heuvel heeft dit te maken met het dierenverbod en het gebrek aan innovatie binnen het circus.

Volgens van den Heuvel is de essentie en functie van het circus het vertonen van vaardigheden van mens en dier. Door het dierenverbod in 2013 viel de helft van deze formule weg. Ook is een groot deel van het publiek dat voor de dieren kwam, hierdoor verdwenen. Van den Heuvel zegt dat de circuswereld dit verlies zal moeten accepteren. Ze zullen moeite moeten steken in het ontwikkelen en innoveren van de acts die nog wel zijn toegestaan in

het circus. Helaas gebeurt dit veelal niet volgens hem. Veel circussen blijven vasthouden aan oude tradities en oude acts omdat zij dit beschouwen als hun identiteit. Het is belangrijk om tradities en geschiedenis in ere te houden maar dit moet wel gebeuren met een oog op het heden. Traditie en geschiedenis zijn een interessant aspect van het circus en iets dat het publiek ook graag terug ziet in een circus. De valkuil van blijven hangen in een ouderwetse en sleetse routine is hierbij wel een reëel gevaar, en het dient vermeden te worden want het kan een circus makkelijk fataal worden.

Van den Heuvel zegt dat dit fataal kan zijn omdat we in een moderne samenleving leven waar technologie een volwaardig onderdeel van ons leven in is geworden. Deze technologie stelt de mens in staat om vermaak te vinden van over de hele wereld terwijl men thuis op de bank zit. Het circus moet mensen dus aansporen om uit huis te komen en het circus te bezoeken. Dit is niet mogelijk wanneer men circus acts opvoert die al generaties lang hetzelfde zijn gebleven. Circussen moeten hun acts vernieuwen door een bepaalde vraag te beantwoorden: welk publiek willen wij als circus aantrekken? Circussen proberen tegenwoordig een specifiek publiek aan te trekken in plaats van een breed publiek. Een voorbeeld hiervan is een van de meest succesvolle circussen op dit moment; Circus FlicFlac. Dit circus heeft zich gespecialiseerd in moderne acts met een saus van hard-rock. Het zijn dit soort circussen die zullen overleven. Zij passen hun acts aan het publiek dat zij willen aantrekken, ze hebben een duidelijke identiteit als circus en ze profileren zich als een modern circus. Ze omarmen de nieuwe technologie in plaats van het te verafschuwen. Hun aanwezigheid op het internet en social media wordt gebruikt om hun acts en hun locatie te promoten. Dit geeft ze een vorm van aanwezigheid buiten de fysieke wereld. Wij leven in een wereld waar technologie een belangrijk onderdeel van is. Circussen kunnen zich niet veroorloven daarbuiten te vallen en ze moeten zich dan ook profileren op dit netwerk.

Analyse

De antwoorden van Frank van den Heuvel waren nuttig voor ons paper. Vaak kwamen zijn antwoorden overeen met de bestudeerde literatuur. Een van de meest belangrijke punten die van den Heuvel aankaarten tijdens het interview, was het feit dat iedere act een verhaal moet hebben. Een artiest kan niet zomaar zijn speciale vaardigheid opvoeren zonder dat hier een bepaalde betekenis achter zit. Volgens van den Heuvel zou dit voor een zeer oppervlakkige act zorgen die niet interessant is voor het publiek. In het boek *Circus and Culture: A Semiotic Approach*, geschreven door wetenschapper in semiotiek Paul Bouissac wordt uitgelegd hoe circus een groot semiotisch netwerk is met een dieperliggende gedachte achter iedere act die wordt opgevoerd (Bouissac, 1976, p.7). Hij beschrijft hierin een ingewikkelde relatie tussen zowel de artiesten en de circusdieren als tussen de artiesten en het publiek. zo wordt er vaak in zijn werken gerefereerd naar de machtsverhoudingen van de mens in de samenleving. Het is volgens Bouissac een constante afwisseling tussen acts die inferieur zijn aan de mens, bijvoorbeeld de clowns, en acts die superieur zijn aan de gemiddelde mens de acrobaten, die hoog in de trapezes slingeren en fenomenale stunts uitvoeren (Alter, 1980, p.91). Bouissac gaat verder in op deze semiotiek en beschrijft zelfs hoe er een verschil moet worden gemaakt tussen signalen en gebaren binnen een circusact en hoe er zowel een primaire laag als een secundaire laag te vinden is in iedere circusact (Brady, 1978, p.685).

Van den Heuvel is het gedeeltelijk niet eens met Bouissac. Hij hecht weliswaar waarde aan een kwalitatief verhaal in een circus act, maar hij vindt ook dat circusacts tegenwoordig hier te ver in gaan. Er wordt volgens hem te veel en te diep naar een verhaal gezocht door artiesten zelf. Hierdoor worden acts vaak zo abstract en vaag dat het niet meer aantrekkelijk is voor het publiek om deze acts te bekijken. Van den Heuvel stelt dat deze extreme zoektocht naar betekenis te maken heeft met het feit dat circus een serieuze kunstvorm is. Dit is circus vanaf het begin in de 16e eeuw altijd geweest. Vroeger was het

circus een aangelegenheid voor mensen van status, presidenten en allerlei mannen van statuur gingen regelmatig naar het circus in de Verenigde staten (Huey, 2009, p.2). Tegenwoordig weet niemand dat er een circus in de buurt is totdat de tent wordt opgebouwd. Tijdens de glorie-dagen van het circus werd hun komst overal gepromoot, door middel van advertenties, grote praalwagens en via belangrijke sociale connecties (Stoddart, 2000, p.69).

Van den Heuvel stelt ook dat het circus weer meer gepromoot moet worden. Dit zal wel moeten gebeuren via kanalen die modern zijn. Circus moet gebruik maken van digitale reclame en social media zodat moderne gezinnen het circus kunnen vinden nog voordat het in de stad is. Het blijkt namelijk dat veel mensen weliswaar interesse tonen in kunst en cultuur maar niet altijd bereid zijn om een bezoek te leveren aan het desbetreffende evenement. Volgens van den Broek zijn mensen vandaag de dag culturele omnivoren. Mensen beperken zich vandaag de dag niet maar tot één kunstvorm en een medium. Ze maken gebruik van verschillende technologische en social media om ook op die manier kunst te bekijken blijkt uit het onderzoek van van den Broek. Door als circus in te spelen op deze technologie is het circus mogelijk veel meer aanwezig in de cultuurconsumptie van de mensen, dit kan hun dan mogelijk weer aansporen om een daadwerkelijk bezoek aan het circus te leveren. (van den Broek, 2013, p.20-22).

Toch zullen alleen betere promotie en het herontwikkelen van acts er niet voor zorgen dat het circus terugkomt. Van der Heuvel verwacht dat rondtrekkende circussen zoals de meeste mensen ze kennen beetje bij beetje zullen verdwijnen. Dit komt omdat er enorm veel onkosten verbonden aan het nomadisch bestaan van het circus, zoals brandstof voor de vrachtwagens, logistieke kosten en overige reiskosten. Deze kosten wegen allemaal niet op tegen het risico dat een circus mogelijk halve zalen trekt. Het circus zal zich daarom gaan ontwikkelen tot een meer statische vorm volgens van den Heuvel. Circussen zullen zich moeten gaan vestigen op vaste plekken en hun show vanuit daar gaan runnen. Dit is ook hoe circussen ooit zijn begonnen. Het kende namelijk niet altijd een nomadisch bestaan. Vroeger werden circussen gehouden in theaters en amphitheaters. Circussen zullen zich dus moeten ontwikkelen door mogelijk weer terug naar hun "roots" te moeten gaan

Conclusie

De reden waarom de populariteit in het circus veelal stagneert is vooral vanwege het vastklampen aan tradities en geschiedenis. Het was ooit een wereld waarin vooruitgang, het vreemde en het nieuwe werd omarmd. Deze visie is helaas al een lange tijd geleden verdwenen. Circussen blijven dezelfde acts opvoeren die al jaren lang van generatie op generatie wordt overgebracht zonder een blik op de toekomst en het heden te werken. uit het interview met Frank van den Heuvel blijkt dat wanneer circussen zich wel conformeren aan de tijd waarin wij leven zij veelal een stuk succesvoller zijn dan de circussen die dit niet doen.

De manier waarop deze vernieuwing binnen het circus tot stand moet komen is door de technologie en de netwerken van vandaag de dag ten volste te benutten. Circussen moeten zich niet alleen maar profileren via veel te dure posters, opzichtige flyers en rondrijdende busjes. Het is hoog tijd om social media en andere digitale netwerken te gebruiken om zo bekendheid te verspreiden. Bovendien is het van belang dat circusartiesten hun acts een duidelijke identiteit laten uitstralen. Het verhaal in de acts moet mooi verwerkt zijn. Het moet een verhaal zijn dat iedereen kan begrijpen en waar iedereen van kan genieten. Het circus is immers voor iedereen, niet alleen voor kinderen en de oude garde die nostalgisch terug blijven kijken naar de glorie-dagen en het spektakel van het circus.

Bronnen

Alter, J. (1980). Bouissac: Circus and Culture: A Semiotic Approach. *Studies in Visual Communication*, 6(3), 90-94.

Bouissac, P. (1976). *Circus and Culture: A Semiotic Approach* (2e ed.). Michigan, Verenigde Staten: Indiana University Press.

Brady, I. A. (1978). Reviewed Works Circus and Culture: A Semiotic Approach. *American Anthropologist*, 80(3), 658.

Circuscultuur

<https://www.immaterieelerfgoed.nl/page/591/circuscultuur>

De Bruin, L. (Producer). (2013, December 18). Verdwijnt de circustraditie? [Fragment]. In EenVandaag. Hilversum: Avrotros. Opgehaald via <https://eenvandaag.avrotros.nl/item/verdwijnt-de-circustraditie/>

Heuy, R. A. (2002). An Abbreviated History of The Circus in America. Geraadpleegd van http://www.circusfederation.org/uploads/circus_culture/about/america-huey.pdf

Sitzia, E., & Elffers, A. (2016). Defining Participation: Practices in the Dutch artworld. In J. Kavanagh, & K.

McSweeney (Eds.), *Museum Participation: New Directions for Audience Collaboration* (pp. 39-67). Edinburgh: MuseumsEtc Ltd.

Stoddart, H. (2000). *Rings of Desire* (2e ed.). Manchester, Groot Britannië: Manchester University Press.

Van den Broek, A. (2013) *Kunstminnend Nederland? Interesse en bezoek, drempels en ervaringen*. Den Haag: SCP.