

Kansainvälistymisseminaari nykysirkusryhmille

Lauantaina 15.12. Teatterikulmassa Helsingissä

MUISTIO

Seminaarin asiantuntijavieraat, tuottajat **Ute Classen** Saksasta ja **Pauline Quantin** Ranskasta kertoivat työstään ja toimikenttensä sirkuksen toimintakulttuurista ja erityispiirteistä. Sirkuksen tiedotuskeskuksen toiminnanjohtaja **Tomi Purovaara** johti keskustelua.

Toimintaympäristöjen eroavuuksista

Saksa ja Ranska eroavat sirkustaiteen toimintaympäristöinä mm. siten, että Saksassa sirkus ei saa mitään julkista tukea eikä sillä ole asemaa kulttuuripolitiikassa omana taidelajina. Saksassa sirkuksen määritellään viihteeksi. Nuoret vastavalmistuneet sirkustaiteilijat saavat usein elantonsa esiintymällä perinteisen sirkuksen ja varieteen näyttämöillä. Sekään ei enää ole vakaa tulonlähde – saksalaisen varieteeperinteen markkinoita on muuttanut entisen Itä-Euroopan alueelta ja Venäjältä tulleiden artistien vyöry, joka on myös laskenut palkkatasoa. Saksassa on joitakin isoja perinteisen sirkuksen ryhmiä sekä pieniä perheseurueita. Nykysirkusta voi Saksassa nähdä parilla festivaalilla ja muutamien teatterien ohjelmistossa, mutta nykysirkuksella ei pysty elämään. Freelancerilla ei myöskään ole sosiaaliturvaa.

Ranskassa taas nykysirkus ja sirkustaiteilijat ovat olleet julkisen tuen piirissä 80-luvulta alkaen. Sirkukseen erikoistuneita näyttämöitä Ranskassa on parikymmentä. 70-luvulla alkaneen uuden sirkuksen aallon vakiinnutti vuonna 1984 perustettu valtiollinen sirkuskoulu CNAC. Vuosi 2001 oli uuden sirkuksen teemavuosi Ranskassa, jolloin myös yleisö löysi sirkuksen. Ranskassa sirkuksella on tällä hetkellä siis paljon mahdollisuuksia

Tavallisesti ranskalaiset nykysirkusryhmät saavat julkista tukea yhden teoksen tekemiseen vuodessa. Koska sirkuksella on Ranskassa julkinen asema taidelajina, apurahahakemukset tehdään sirkuksen nimellä. Saksassa apurahahakemuksiin sirkus-sana muutetaan ”uudeksi teatteriksi”.

Ranskassa on hyvä sosiaaliturvajärjestelmä ja se koskee myös taiteilijoita. Ranskalainen tukisysteemi on hyvin organisoitunut ja siinä on monia mahdollisuuksia saada julkista tukea, mutta samalla se aiheuttaa paljon paperityötä. Toinen erityisiä byrokraattisia koukeroita vaativa asia Ranskassa on paloturvallisuus.

Esiintymiskierruetta tulen ja pyrotekniikan kanssa suunnitteleva voi varautua haasteisiin.

Erilaisten säädösten ja normien selvittäminen on oma taitolajinsa myös Saksassa. Monet esiintymistä koskevat säädökset ovat paikallisia. Se mikä on mahdollista Hampurissa voi olla kiellettyä Münchenissä.

- Tarvitseeko ulkomaalainen taiteilija oman agentuurin, joka hoitaa tällaisten teknisten kysymysten selvittelyn?

Ute Classen: ”Jos olet päättänyt tehdä kaiken itse, se on mahdollista, mutta vie enemmän aikaa, kuin jos olisit palkannut ammattilaisen hoitamaan käytännön asioitasi. Kotitoimisto tarvitaan joka tapauksessa.” Oman toimenkuvansa agenttina hän määritteli ostajan (promoter) ja taiteilijan väliin, mutta taiteilijan puolelle.

Miten erottua massasta?

Saksalaisen festivaalin sirkuksesta vastaavana ohjelmistosuunnittelijana toimiessaan Ute kertoi postin tuoneen joka päivä 6-7 kk:n ajan 100–150 dvd-levyä esiintyjäryhmiltä. ”Kilpailu esiintymistilaisuuksista on kova. On ensisijaisen tärkeää, että työskentelet ensin taiteellisen visiosi kanssa ja selvität itsellesi hyvin tarkkaan mitä haluat tehdä ja miksi. Ilman sitä sinulle ei ole myöskään mitään mitä myydä ohjelman ostajille. Pian tulet kuitenkin siihen pisteeseen, että pitää valita oletko taiteilija vai tuottaja, sillä kahden roolin yhteensovittaminen on ajallisesti vaikeaa. Joudut tekemään tämän valinnan, jos haluat tosissasi kasvattaa toimintaasi.”

”Taiteilijan ei koskaan pitäisi ottaa huomioon ostajan toiveita, vaan taiteellisen konseptin kehittäminen on hänelle keskeistä. On tuottajan tehtävä pitää huolta tuotannollisten vaateiden ja taiteellisten ambioiden välisestä suhteesta.” [Tähän on lisättävä, että Suomessa ainakin moni taiteilija joutuu käytännössä toimimaan myös itsensä tuottajana. J.M.]

Kansainvälisessä kentässä toimiminen vaatii myös kunkin maan hinnoittelupolitiikan ja toimintakulttuurin tuntemusta. Espanjassa on tapana jättää palkkiopyyntöön reilusti neuvotteluvaraa, mutta Saksassa korkeintaan 10–15%. Saksalainen ostajataho haluaa myös heti saada tietää tarkan teknisen raiderin ja kaikki mahdolliset kulut; sopimuksen solmimisen jälkeen ei enää ole joustovaraa mihinkään sopimuksen ulkopuoliseen. Joillakin taiteilijoilla on tapana neuvotteluvaiheessa puhua vain nettopalkkiosta ja olettaa, että verot, alv:t ym. palkkion päälle laskettavat menot sisältyvät automaattisesti sopimukseen. Uten mukaan saksalainen ostaja ei välttämättä ymmärrä tätä. Ranskaan lähtevän kiertuesityksen raiderissa taas on mielekästä korvata profiili-heittimet jollakin muulla, sillä ranskalaisissa teattereissa ei yleisesti ole käytössä profiileja. Tämänkaltaisen piilotiedon tuntemus edesauttaa ulkomaisten esityssopimusten tekoa ja esitysvierailujen onnistumista.

”Jos haluaa luoda kansainvälisiä kontakteja ja esiintymisuraa, pitää ensin hankkia kontakteja. Pitää matkustaa ja kutsua ihmisiä katsomaan omia esityksiään. Kannattaa käydä eurooppalaisilla festivaaleilla kerran, kaksi vuodessa, osallistua seminaareihin, koota niiden osallistujalistasta ulkomaisten toimijoiden osoitteistoja. Kannattaa ottaa selvää ulkomaisista alan toimijoista ja festivaaleista, niiden fasiliteteista, ohjelmistopolitiikasta ja taiteellisesta linjasta. Ottakaa festivaalimatka aina promootiomateriaalia mukaan. Jos ette itse pääse tärkeimmille festivaaleille, antakaa materiaalejanne Sirkuksen tiedotuskeskuksen toiminnanjohtajan vietäväksi.”

Tomi: ”Sirkuksen tiedotuskeskus järjesti festivaalimatkan lokakuussa, johon osallistui edustaja neljästä nykysirkusryhmästä. Tätä toimintaa jatketaan myös ensi vuonna. Aikomus on tulevaisuudessa myös järjestää suomalaisen sirkuksen round table jollekin kansainväliselle festivaalille. Suunnitelmissamme on myös jatkaa vuosittain 1-2 kansainvälisen show case –tapahtuman järjestämistä joillakin ulkomaisilla festivaaleilla. Tällä hetkellä neuvottelemme Berliinissä, Lontoossa ja Kööpenhaminassa toimivien tapahtumien kanssa vuosista 2009-2010.”

Taiteellinen linja myös markkinointimateriaaleihin

- Millaista promootiomateriaalin sitten tulisi olla?

Kun valitset logon, sen pitää toimia eri materiaaleissa ja sen pitää olla pitkäikäinen. Promootiomateriaalien pitää myös olla visuaalisesti yhteneväiset. Kun teet markkinointimateriaalia, on tärkeintä valita linja (ne materiaalit ja sellainen ulkoasu, joka palvelee omaa työtäsi parhaiten) sekä tietää miksi tekee sitä mitä tekee. Pauline kertoi esimerkiksi, että hän panostaa mieluummin henkilökohtaisiin kontakteihin ostajien kanssa kuin markkinointimateriaalien massapostituksiin.

Kun promootiomateriaaleista keskusteltiin käyttäjän, eli esitysten ostajan kannalta, tuli esiin paljon henkilökohtaisia mieltymyksiä ja erilaisia käyttötilanteesta johtuvia tarpeita. Pauline sanoi, että hän kaipaa dvd:ltä lyhyitä esityksestä editoituja trailereita. Uten mukaan saksalainen tuottaja ei luota leikattuun materiaaliin, vaan haluaa nähdä teoksen koko taltiointin. Jossakin tilanteessa verkkosivulla oleva lyhyt naseva traileri kiinnittää ostajan huomion, joskus taas tarvittaisiin taltiointia dvd-levyllä toimitettuna. Uten mielestä eri teokset kannattaa laittaa eri dvd-levyille, mutta paketoita samaan pakettiin. Katuteatteritaiteilijan taas kannattaa laittaa repertoaristaan useampi numero samalle levyille. Joka tapauksessa henkilökohtainen kontakti on tärkeä ennen kuin promootiotalleinteita lähettää. Lähettämisen jälkeen on hyvä myös ottaa yhteyttä, useammankin kerran. Tämä on hyvin intensiivistä ja aikaa vievää työtä, jota on vaikea rationalisoida kovin pitkälle, koska tätä työtä täytyy tehdä oma persoonansa peliin laittaen. Olennaista on tietää mitä haluaa myydä – ja että haluaa myydä. Kestää usein kahdesta kolmeen vuotta, ennen kuin ensimmäisestä kontaktista on edetty esityssopimukseen.

Taiteilijan omat valinnat ovat urakehityksen lähtökohta

”Taiteilija on ymmärrettävä eräänlaisena pienenä yritysstruktuurina. Tai taiteilijana selviytyminen on käytännössä sitä. Esiintyvää ryhmää tulee ajatella yrityksenä. Pitää tietää halutaanko olla pieni vai iso ryhmä, ja sovittaa keinot sen mukaan.” Pieni ryhmä toimii toisin kuin iso ryhmä kaikessa promootiotoiminnassa ja ehkä kaikkien ei tarvitse matkustaa maailmanlaajuisesti.”

”Pitää valita kuinka pitkän elinkaaren haluaa teokselleen. On taiteilijan valinta millaisen yleisön ja tuotantotavan hän valitsee. Se mitä teokselle tapahtuu, riippuu pitkälti taiteilijan valinnoista. Valinnoilla on merkitystä, vaikka niiden osuvuudesta ei aina voikaan olla varma. Mutta mitään omien valintojen ulkopuolista ei tapahdu.”

Residenssijakso ulkomailla voi aukaista mahdollisuuksia

Ranskassa on paljon residenssejä, jotka voivat vastaanottaa myös suomalaisia sirkustaiteilijoita. Liikkuvuutta, myös taiteilijoiden, tuetaan EU:n tasolla. Ranskassa kielitaitokysymykset asettavat joitakin kynnyksiä, mutta hakemuskielenä toimii englanti. Residenssijakso vaatii myös omia resursseja, joten residenssin valintaan kannattaa keskittyä ja ottaa selvää asioista hyvin, jotta residenssijaksosta on hyötyä.

Ensimmäisen tasokkaan residenssipaikan saaminen on vaikeinta, mutta jatkossa valituksi tuleminen helpottuu, kun on kerran saanut nimensä näkyviin ja residenssijärjestäjien tietoisuuteen. Residenssejä on paljon, erilaisia ja eri mittaisia. Se mitä residenssi tarjoaa taiteilijalle (majoituksen, työtilan, stipendin, mentoritoimintaa tms.) ja mitä taiteilijalta odotetaan (omatoimista työskentelyä, työskentelyä paikallisen yhteisön kanssa tms.) vaihtelee. Ranskassa residenssipartneri voi ehdottaa että esiinnyt alle normaalien palkkiotaksojen, mutta samalla saat toisaalta jalansijaa ranskalaisilla markkinoilla. Saksassa on joitakin harvoja yksityisiä residenssejä sirkukselle; tanssille ja muille esittäville taiteilijoille niitä on enemmän.

”Käyttäkää verkostoja hyödyksenne ja verkostoitukaa ensin keskenänne. Se on hyvä lähtökohta.” Epäviralliset avoimet verkostot, joissa voi kollegoiden kesken vaihtaa tietoja ja kysyä kysymyksiä, ovat parasta tiedonkulkua.

19.2.2008/ Johanna Mäkelä

Sirkuksen tiedotuskeskus | Finnish Circus Information Centre
Meritullinkatu 33, 00170 Helsinki, Finland
+358 50 3866 971 (ma | Mon 10-16)
sirkus@sirkusinfo.fi
www.sirkusinfo.fi